

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Рабочие программы дисциплин

Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021
Год начала подготовки	2021

Место дисциплины в учебном плане	Название дисциплины
Б1.В.01	Event- менеджмент
Б1.В.01	Актуальные проблемы исследований массовой коммуникации
Б1.В.01	Введение в специальность
Б1.В.01	Городское пространство и массовые коммуникации
Б1.В.01	Интегрированные коммуникации
Б1.В.01	Интернет- реклама и PR
Б1.В.01	История рекламы и связей с общественностью
Б1.В.01	Маркетинг в рекламе и связях с общественностью
Б1.В.01	Медиапланирование в рекламной и PR-деятельности
Б1.В.01	Организация и проведение коммуникационных кампаний
Б1.В.01	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
Б1.В.01	Основы брендинга
Б1.В.01	Основы теории коммуникации
Б1.В.01	Основы управления конфликтами в рекламной и PR-деятельности
Б1.В.01	Продвижение в социальных медиа (SMM)
Б1.В.01	Продвижение территории

Место дисциплины в учебном плане	Название дисциплины
Б1.В.01	Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью (практикум)
Б1.В.01	Профессиональная риторика в рекламной и PR-деятельности
Б1.В.01	Речевая культура специалиста в области рекламы и связей с общественностью
Б1.В.01	Современная пресс-служба
Б1.В.01	Теория и практика массовой информации
Б1.В.01	Теория и практика рекламного и PR-текста
Б1.В.01	Теория и практика связей с общественностью и рекламы
Б1.В.01	Управление репутацией
Б1.О.01	История (история России, всеобщая история)
Б1.О.01	Философия
Б1.О.01	Человек в современном мире
Б1.О.01.ДВ.01	Культура и креативность
Б1.О.01.ДВ.01	Основы современной социологии
Б1.О.01.ДВ.01	Политика и управление
Б1.О.01.ДВ.01	Экономика личных решений
Б1.О.02	Деловое общение: риторика и письмо
Б1.О.02	Иностранный язык
Б1.О.02	Правовая культура
Б1.О.02	Проектный менеджмент
Б1.О.02	Цифровая культура
Б1.О.02	Цифровая культура в профессиональной деятельности
Б1.О.02.ДВ.01	Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью
Б1.О.02.ДВ.01	Разработка и запуск медиапроекта
Б1.О.02.ДВ.01	Управление медиапроектами
Б1.О.03	Безопасность жизнедеятельности
Б1.О.03	Физическая культура и спорт
Б1.О.03	Элективные дисциплины по физической культуре и спорту
Б1.О.04	История мировой литературы и искусства
Б1.О.04	Компьютерные технологии в массмедиа
Б1.О.04	Медиааналитика
Б1.О.04	Медиадизайн
Б1.О.04	Медиапсихология

Место дисциплины в учебном плане	Название дисциплины
Б1.О.04	Методика и техника медиаисследований
Б1.О.04	Правовое регулирование СМИ и рекламной деятельности
ФТД.В	Введение в профессию (адаптивная дисциплина для лиц с ограниченными возможностями здоровья)

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Алтайский государственный университет»

Event- менеджмент рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	144	Виды контроля по семестрам
в том числе:		экзамены: 6
аудиторные занятия	50	
самостоятельная работа	67	
контроль	27	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	3 (6)		Итого	
	Неделя 17			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	22	22	22	22
Практические	28	28	28	28
Сам. работа	67	67	67	67
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	144	144	144	144

Программу составил(и):
к.филол.н., Доцент, Комиссарова Л.М.

Рецензент(ы):
ООО "ПРАЙМ СИБИРЬ", директор, Дьячко В.П.

Рабочая программа дисциплины
Event- менеджмент

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Срок действия программы: 2023-2026 уч. г.

Заведующий кафедрой
д.социол.н, проф. Ковалева А.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Заведующий кафедрой *д.социол.н, проф. Ковалева А.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Сформировать знания о сфере и классификациях специальных событий, сформировать навыки организации специальных событий.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.01

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-1	Способен создавать рекламные, PR или иные комму-никационные продукты для государственных и бизнес-структур с учетом специфики разных каналов коммуникации
ПК-1.1	Знает: маркетинговые технологии и технологии бренд менеджмента; содержание методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта
ПК-1.2	Умеет: осуществлять выбор эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта и применять их с учетом специфики деятельности государственных и бизнес-структур
ПК-1.3	Владеет: навыками применения эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта (в том числе современных информационно-компьютерных и интернет-технологий, специализированных программных продуктов)
ПК-4	Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.
ПК-4.1	Знает технологии разработки, реализации и продвижения коммуникационных проектов; особенности создания коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес структур
ПК-4.2	Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы по созданию, реализации и продвижению коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать современные ИКТ, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты для разработки и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-4.3	Владеет навыками разработки концепции создания, реализации и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес структур; навыками представления проектов решений по продвижению продукции СМИ руководству организации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	подходы и типологии и классификации специальных событий как коммуникационного инструмента; об этапах планирования, организации и проведения мероприятия, о мероприятии как части коммуникационной кампании
3.2.	Уметь:
3.2.1.	планировать, готовить и проводить специальное мероприятие как самостоятельное, так и как части коммуникационной кампании; анализировать факторы внутренней и внешней среды; ставить цели и задачи мероприятия, определять масштаб, название, тематику мероприятия, осуществлять выбор площадки, писать сценарии мероприятия, звукового и технического сопровождения; анализировать результаты/эффективность специального события;
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):

3.3.1.	- планирования, организации и проведения специальных событий: навыками распределения организационных функций, составления плана-графика мероприятия, бюджетирования мероприятия, подготовки документов (спонсорского пакета, информационного письма, приглашений, отчетов и др), навыками тематического и стилевого оформления площадок, подготовки полиграфической, призовой и иной необходимой для специального события продукции.
--------	--

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Специальное событие как инструмент коммуникаций организации						
1.1.	Сфера, понятие и классификации специальных событий.	Лекции	6	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.2.	Тип организации и специальное событие. Мероприятия, ориентированные на внешние ЦА.	Лекции	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.3.	Внутрикорпоративные мероприятия. Мероприятия для СМИ. Массовые мероприятия.	Лекции	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.4.	Презентация, выставка, конференция, симпозиум, фестиваль, круглый стол, дискуссия.	Практические	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.5.	Корпоративные праздники, спортивные мероприятия, тим-билдинг, тренинги, семинары, мастер-классы.	Практические	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.6.	Пресс-конференция, пресс-ланч. Флеш-моб, смарт-моб. Акции.	Практические	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.7.	Подготовка обзора класса спецсобытия	Сам. работа	6	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2
Раздел 2. Подготовительный этап организации специального события						
2.1.	Формирование общей концепции мероприятия: выбор цели, анализ рынка и/или среды и контекста события, конкурентная среда, определение масштаба, названия мероприятия, тематики мероприятия	Лекции	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.2.	Целевая аудитория специального события: определение целевых групп, мотивационный анализ ЦА. Выбор площадки и времени проведения спецсобытия. Продюсирование специальных событий.	Лекции	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2
2.3.	Формирование основной идеи мероприятия, креативной концепции, разработка коммуникационной стратегии и тактики. Формы репрезентации креативной концепции в фирменный стиль события, оформление площадки, сувенирная продукция, интерактивные элементы и др. сопровождающая атрибутика. Медиапланирование в организации спецсобытия.	Лекции	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2
2.4.	Сценарий в организации спецсобытия: типы и функции сценариев. Сценарий мультимедийного сопровождения. Сценарий для ведущих мероприятия. Сценарий технического сопровождения (райдер). Сценарий музыкального и звукового сопровождения события. Сценарий размещения и передвижения участников события.	Лекции	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2
2.5.	Партнеры и подрядчики в организации спецсобытия. Агентства специальных событий. Спонсорство и благотворительность специальных мероприятий. Кейтеринг. Документационное обеспечение специального события.	Лекции	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2
2.6.	Методы анализа среды/контекста	Практические	6	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3,	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	специального события. Сегментирование целевой аудитории. Мотивационный анализ целевой аудитории.				ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	
2.7.	Креативные методики в формировании концепции мероприятия.	Практические	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2
2.8.	Разработка фирменного стиля мероприятия. Полиграфия спецсобытия. Ивент-фишки.	Практические	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2
2.9.	Разработка сценария проведения мероприятия. Знакомство и разработка других типов сценария.	Практические	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2
2.10.	Знакомство с сопровождающей документацией специального события: договор, техзадание, сметная документация, отчет и др. Внутренняя документация: план-график организации, бюджетный план, медиаплан, анкеты обратной связи, др. сопутствующая документация	Практические	6	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2
2.11.	Разработка индивидуального специального события	Сам. работа	6	28	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2
Раздел 3. Этап проведения мероприятия. Оценка эффективности специального события.						
3.1.	Проведение специального события: управление процессом. Антикризисный ивент-менеджмент. Методы оценки эффективности специального события: медийная, коммуникативная, коммуникационная и маркетинговая эффективность	Лекции	6	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2
3.2.	Проведение специального события.	Практические	6	8	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
3.3.	Подготовка к проведению спецсобытия	Сам. работа	6	35	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ» – <https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=11310>

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ ПК-4:

Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла

ПРИМЕРЫ ВОПРОСОВ ЗАКРЫТОГО ТИПА (15)

Вопрос 1. Какой подход к оценке бренда не является экономическим?

- А) Подход с позиции логистики товаров и услуг
- В) Подход с позиции затрат на создание бренда
- С) Подход с позиции доходов бренда
- Д) Монокритериальный подход
- Е) Мультикритериальный подход

Ответ: А

Вопрос 2. Что не относится к вербальным идентификаторам бренда:

- А) Имя бренда
- В) Слоган бренда
- С) Описание миссии бренда
- Д) Storytelling бренда

Ответ: С

Вопрос 3. В цели создания карты позиционирования не входит:

- А) Выбор образа бренда для конкретной целевой аудитории
- В) Выбор имени бренда
- С) Визуализация наиболее выгодного для позиционирования сегмента
- Д) Выбор ниши, свободной с точки зрения различных критериев

Ответ: В

Вопрос 4. Что не входит в понятие капитал бренда (brand - equity):

- А) Осведомленность о бренде или узнаваемость
- В) Лояльность к бренду
- С) Стоимость бренда
- Д) Воспринимаемое качество
- Е) Ассоциации с брендом

Ответ: С

Вопрос 5. Что такое кладбище брендов? Выберите верный ответ.

- А) Бренды, которые вспоминаются спонтанно при упоминании определенной товарной категории
- В) Бренды, которые вспоминаются при упоминании определенной товарной категории «с подсказкой»

Ответ: В

Вопрос 6. Лояльность без приверженности – это:

- А) Потребитель безразличен к бренду или неудовлетворен им, но, несмотря на это, ему приходится приобретать такие товары по разным причинам. При изменении ситуации такой покупатель переключится к бренду, который удовлетворяет его запросам
- В) Потребитель удовлетворен определенным брендом, но не покупает его в связи с отсутствием

возможности.

Ответ: А

Вопрос 7. Что такое "воспринимаемое качество бренда"? Исключите лишнее.

- А) Наличие патентов или подтвержденных научных исследований
- В) Связь бренда со страной
- С) Многолетняя история компании
- Д) Продвижение, основанное на известных клиентах и заказчиках
- Е) Наличие экспертных отзывов
- Ф) Наличие ручного производства наряду с машинным
- Г) Ассоциации высокого качества с товаром/услугой бренда

Ответ: Е

Вопрос 8. Методика оценки здоровья бренда (модель BAV (Brand Asset Valuator) состоит из (отметьте верный вариант):

- А) Горизонтальной оси — уважение потребителей и знание и вертикальной — дифференциация и соответствие потребностям потребителей
- В) Горизонтальной оси — высокая степень дифференциации и актуальности бренда и вертикальной — большая известность и лояльность потребителя

Ответ: А

Вопрос 9. Каким по типу бывает степень смешения?

- А) Зрительным
- В) Слуховым
- С) Смысловым
- Д) Все перечисленные типы смешения встречаются в практике

Ответ: D

Вопрос 10. В сенсограмму бренда, по Линдстрому, не входит:

- А) Обонятельный образ
- В) Вкусовой образ
- С) Интуитивный образ
- Д) Тактильный образ
- Е) Звуковой образ
- Ф) Визуальный образ

Ответ: С

Вопрос 11. Сколько периодов в развитии брендинга выделяют?

- А) Первый - XIX в. - начало XX в., второй - 1931-1970 гг., третий - 1950-1980 гг., четвертый - с 1990 г. и по настоящее время
- В) Первый - XIX в. - начало XX в., второй - 1931- по настоящее время
- С) Первый - XIX в. - начало XX в., второй - 1931-1970 гг., третий - 1950 - по настоящее время

Ответ: А

Вопрос 12. Укажите верное определение по методике STP. Сегментирование – это:

- А) Деление потребителей на определенные сегменты, группы людей одинаково реагирующих на маркетинговые стимулы
- В) Выбор наиболее привлекательного сегмента аудитории
- С) Выбор средства коммуникации, которое доносит бренд до потребителя

Ответ: А

Вопрос 13. Вычеркните лишнее звено в методе Brand Wheel (колесо бренда):

- А) атрибуты. Что представляет собой бренд?
- В) преимущества. Что бренд делает для потребителя? Какой физический результат от использования бренда он получит?
- С) миссия компании-бренда. Что несет компания обществу и потребителю?
- Д) ценности. Какие эмоции потребитель испытывает при использовании бренда?
- Е) индивидуальность. Если бы бренд был человеком, кем бы он был?
- Ф) суть. Ядро бренда. Центральная идея, предлагаемая потребителю

Ответ: С

Вопрос 14. Отметьте верное определение брендинга:

- А) это совокупность бизнес-стратегий, которая интегрируется в управление организацией и позволяет удовлетворить потребности потребителей с целью получения дополнительного дохода
В) это совокупность маркетинговых процессов, которая интегрируется в управление организацией и позволяет максимально удовлетворить потребности компании с целью получения прибыли
С) это совокупность методик, процессов, инструментов, стратегий, которые интегрируются в комплекс маркетинга и позволяет максимально удовлетворить потребности потребителей с целью получения дополнительного дохода организации

Ответ: С

Вопрос 15. Какая группа из перечисленных ниже выгод от бренда, согласно Аакеру, является лишней?

- А) Функциональные выгоды
В) Эмоциональные выгоды
С) Выгоды самовыражения, или символичные выгоды
D) Рациональные выгоды

Ответ: D

ПРИМЕРЫ ВОПРОСОВ ОТКРЫТОГО ТИПА (10)

Вопрос 1. Чем объясняется высокий коммуникативный эффект событийного менеджмента?

Ответ: с психологической точки зрения это объясняется следующим образом.

1. Человек лучше запоминает то, что пережил на чувственном уровне.
2. Человек начинает «олицетворять» марку и испытывает благодарность за предоставленную возможность и опыт общения с ней.
3. Публика лучше воспринимает то, о чем производитель говорит «ненавязчиво», поскольку участие в специальном событии происходит добровольно и у людей сохраняется ощущение собственного выбора.

Вопрос 2. К видам мероприятий событийного менеджмента относятся:

1. Информативные (обучающие семинары, конгрессы, круглый стол, конференции).
2. Развлекательные (выпуск первой партии товара; награждение тысячного покупателя; день рождения компании).
3. Досуговые – ориентированные на общение и развлечения (концерты; фестивали; праздники).

Вопрос 3. Какие цели достигаются с помощью событийного менеджмента?

Посредством инструментария событийного менеджмента достигаются следующие цели.

1. Построение успешного бренда.
2. Создание нового информационного повода для PR-кампании.
3. Яркий запуск продукта на рынок.
4. Позиционирование марки, управление имиджем компании.
5. Продвижение марки благодаря продвижению события-бренда.
6. Формирование лояльных групп потребителей.
7. Продвижение товаров импульсного спроса.
8. Повышение продаж в долгосрочном периоде.
9. Создание word-of-mouth эффекта.
10. Формирование «командного духа» среди сотрудников.

Вопрос 4. В чем заключаются принципиальные отличия событийного менеджмента от других типов коммуникационной активности?

Принципиальные отличия событийного менеджмента от любой другой коммуникационной активности состоят в следующем:

- 1) событийный менеджмент позволяет компаниям своевременно уделять внимание клиентам, которые находятся на стадии принятия решений в отношении продуктов и услуг;
- 2) событийный менеджмент является своеобразным миксом ATL, BTL и PR, благодаря чему воздействует сразу по нескольким коммуникационным каналам;
- 3) раскрученное событие само становится брендом, что позволяет широко использовать его при построении дальнейшей стратегии компании;
- 4) мероприятие событийного менеджмента имеет «долгоиграющий» эффект, поскольку начинается задолго до события в анонсах, афишах, пресс-конференциях и продолжается в последующих сообщениях в СМИ;
- 5) участники событийного менеджмента могут рассматриваться как большая фокус-группа, на которой компания апробирует свои предложения. В ходе мероприятия специалисты накапливают знания о потребителе, в ряде случаев позволяющие избежать лишних расходов на исследования;
- 6) на мероприятии событийного менеджмента можно организовать прямые продажи товара;
- 7) высокая креативность и гибкость, заложенные в событийном менеджменте, позволяют выстраивать оригинальные программы для компаний различных сфер деятельности и с разными финансовыми

возможностями;

8) использование событийного менеджмента возможно там, где реклама запрещена или не действует.

Вопрос 5. Чем различаются событийный менеджмент и событийный маркетинг?

Событийный маркетинг – это направление бизнеса. Событийный менеджмент – это комплексное управление событием.

Вопрос 6. На основе анализа избранного события ответьте на следующий вопрос

Согласовано ли основное сообщение, транслируемое в событии с ценностями бренда компании-заказчика?

Свободный ответ.

Вопрос 7. Предлагается ли клиенту товар/услуга с уникальным торговым предложением?

Свободный ответ.

Вопрос 8. Какое уникальное эмоциональное предложение реализуется в специальном мероприятии?

Свободный ответ.

Вопрос 9. Соответствует ли айдентика события стилистике и айдентике бренда продвигаемой компании?

Свободный ответ.

Вопрос 10. Какие способы взаимодействия, активности предлагались клиенту на мероприятии?

Свободный ответ.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

«зачтено» – верно выполнено более 60% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 60% и менее 60% заданий

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ ПК-1: Способен создавать рекламные, PR или иные коммуникационные продукты для государственных и бизнес-структур с учетом специфики разных каналов коммуникации

ПРИМЕРЫ ВОПРОСОВ ЗАКРЫТОГО ТИПА (15)

Вопрос 1. Какой подход к оценке бренда не является экономическим?

- А) Подход с позиции логистики товаров и услуг
- В) Подход с позиции затрат на создание бренда
- С) Подход с позиции доходов бренда
- Д) Монокритериальный подход
- Е) Мультикритериальный подход

Ответ: А

Вопрос 2. Что не относится к вербальным идентификаторам бренда:

- А) Имя бренда
- В) Слоган бренда
- С) Описание миссии бренда
- Д) Storytelling бренда

Ответ: С

Вопрос 3. В цели создания карты позиционирования не входит:

- А) Выбор образа бренда для конкретной целевой аудитории
- В) Выбор имени бренда
- С) Визуализация наиболее выгодного для позиционирования сегмента
- Д) Выбор ниши, свободной с точки зрения различных критериев

Ответ: В

Вопрос 4. Что не входит в понятие капитал бренда (brand - equity):

- А) Осведомленность о бренде или узнаваемость
- В) Лояльность к бренду
- С) Стоимость бренда
- Д) Воспринимаемое качество
- Е) Ассоциации с брендом

Ответ: С

Вопрос 5. Что такое кладбище брендов? Выберите верный ответ.

- А) Бренды, которые вспоминаются спонтанно при упоминании определенной товарной категории
- В) Бренды, которые вспоминаются при упоминании определенной товарной категории «с подсказкой»

Ответ: B

Вопрос 6. Лояльность без приверженности – это:

- A) Потребитель безразличен к бренду или неудовлетворен им, но, несмотря на это, ему приходится приобретать такие товары по разным причинам. При изменении ситуации такой покупатель переметнется к бренду, который удовлетворяет его запросам
- B) Потребитель удовлетворен определенным брендом, но не покупает его в связи с отсутствием возможности.

Ответ: A

Вопрос 7. Что такое "воспринимаемое качество бренда"? Исключите лишнее.

- A) Наличие патентов или подтвержденных научных исследований
- B) Связь бренда со страной
- C) Многолетняя история компании
- D) Продвижение, основанное на известных клиентах и заказчиках
- E) Наличие экспертных отзывов
- F) Наличие ручного производства наряду с машинным
- G) Ассоциации высокого качества с товаром/услугой бренда

Ответ: E

Вопрос 8. Методика оценки здоровья бренда (модель BAV (Brand Asset Valuator) состоит из (отметьте верный вариант):

- A) Горизонтальной оси — уважение потребителей и знание и вертикальной — дифференциация и соответствие потребностям потребителей
- B) Горизонтальной оси — высокая степень дифференциации и актуальности бренда и вертикальной — большая известность и лояльность потребителя

Ответ: A

Вопрос 9. Каким по типу бывает степень смешения?

- A) Зрительным
- B) Слуховым
- C) Смысловым
- D) Все перечисленные типы смешения встречаются в практике

Ответ: D

Вопрос 10. В сенсограмму бренда, по Линдстрому, не входит:

- A) Обонятельный образ
- B) Вкусовой образ
- C) Интуитивный образ
- D) Тактильный образ
- E) Звуковой образ
- F) Визуальный образ

Ответ: C

Вопрос 11. Сколько периодов в развитии брендинга выделяют?

- A) Первый - XIX в. - начало XX в., второй - 1931-1970 гг., третий - 1950-1980 гг., четвертый - с 1990 г. и по настоящее время
- B) Первый - XIX в. - начало XX в., второй - 1931- по настоящее время
- C) Первый - XIX в. - начало XX в., второй - 1931-1970 гг., третий - 1950 - по настоящее время

Ответ: A

Вопрос 12. Укажите верное определение по методике STP. Сегментирование – это:

- A) Деление потребителей на определенные сегменты, группы людей одинаково реагирующих на маркетинговые стимулы
- B) Выбор наиболее привлекательного сегмента аудитории
- C) Выбор средства коммуникации, которое доносит бренд до потребителя

Ответ: A

Вопрос 13. Вычеркните лишнее звено в методе Brand Wheel (колесо бренда):

- A) атрибуты: Что представляет собой бренд?
- B) преимущества. Что бренд делает для потребителя? Какой физический результат от использования бренда он получит?

- С) миссия компании-бренда. Что несет компания обществу и потребителю?
 - Д) ценности. Какие эмоции потребитель испытывает при использовании бренда?
 - Е) индивидуальность. Если бы бренд был человеком, кем бы он был?
 - Ф) суть. Ядро бренда. Центральная идея, предлагаемая потребителю
- Ответ: С

Вопрос 14. Отметьте верное определение брендинга:

- А) это совокупность бизнес-стратегий, которая интегрируется в управление организацией и позволяет удовлетворить потребности потребителей с целью получения дополнительного дохода
- В) это совокупность маркетинговых процессов, которая интегрируется в управление организацией и позволяет максимально удовлетворить потребности компании с целью получения прибыли
- С) это совокупность методик, процессов, инструментов, стратегий, которые интегрируются в комплекс маркетинга и позволяет максимально удовлетворить потребности потребителей с целью получения дополнительного дохода организации

Ответ: С

Вопрос 15. Какая группа из перечисленных ниже выгод от бренда, согласно Аакеру, является лишней?

- А) Функциональные выгоды
- В) Эмоциональные выгоды
- С) Выгоды самовыражения, или символичные выгоды
- Д) Рациональные выгоды

Ответ: D

ПРИМЕРЫ ВОПРОСОВ ОТКРЫТОГО ТИПА (10)

Вопрос 1. Чем объясняется высокий коммуникативный эффект событийного менеджмента?

Ответ: с психологической точки зрения это объясняется следующим образом.

1. Человек лучше запоминает то, что пережил на чувственном уровне.
2. Человек начинает «олицетворять» марку и испытывает благодарность за предоставленную возможность и опыт общения с ней.
3. Публика лучше воспринимает то, о чем производитель говорит «ненавязчиво», поскольку участие в специальном событии происходит добровольно и у людей сохраняется ощущение собственного выбора.

Вопрос 2. К видам мероприятий событийного менеджмента относятся:

1. Информативные (обучающие семинары, конгрессы, круглый стол, конференции).
2. Развлекательные (выпуск первой партии товара; награждение тысячного покупателя; день рождения компании).
3. Досуговые – ориентированные на общение и развлечения (концерты; фестивали; праздники).

Вопрос 3. Какие цели достигаются с помощью событийного менеджмента?

Посредством инструментария событийного менеджмента достигаются следующие цели.

1. Построение успешного бренда.
2. Создание нового информационного повода для PR-кампании.
3. Яркий запуск продукта на рынок.
4. Позиционирование марки, управление имиджем компании.
5. Продвижение марки благодаря продвижению события-бренда.
6. Формирование лояльных групп потребителей.
7. Продвижение товаров импульсного спроса.
8. Повышение продаж в долгосрочном периоде.
9. Создание word-of-mouth эффекта.
10. Формирование «командного духа» среди сотрудников.

Вопрос 4. В чем заключаются принципиальные отличия событийного менеджмента от других типов коммуникационной активности?

Принципиальные отличия событийного менеджмента от любой другой коммуникационной активности состоят в следующем:

- 1) событийный менеджмент позволяет компаниям своевременно уделять внимание клиентам, которые находятся на стадии принятия решений в отношении продуктов и услуг;
- 2) событийный менеджмент является своеобразным миксом ATL, BTL и PR, благодаря чему воздействует сразу по нескольким коммуникационным каналам;
- 3) раскрученное событие само становится брендом, что позволяет широко использовать его при построении дальнейшей стратегии компании;
- 4) мероприятие событийного менеджмента имеет «долгоиграющий» эффект, поскольку начинается задолго до события в анонсах, афишах, пресс-конференциях и продолжается в последующих сообщениях

в СМИ;

- 5) участники событийного менеджмента могут рассматриваться как большая фокус-группа, на которой компания апробирует свои предложения. В ходе мероприятия специалисты накапливают знания о потребителе, в ряде случаев позволяющие избежать лишних расходов на исследования;
- 6) на мероприятии событийного менеджмента можно организовать прямые продажи товара;
- 7) высокая креативность и гибкость, заложенные в событийном менеджменте, позволяют выстраивать оригинальные программы для компаний различных сфер деятельности и с разными финансовыми возможностями;
- 8) использование событийного менеджмента возможно там, где реклама запрещена или не действует.

Вопрос 5. Чем различаются событийный менеджмент и событийный маркетинг?

Событийный маркетинг – это направление бизнеса. Событийный менеджмент – это комплексное управление событием.

Вопрос 6. На основе анализа избранного события ответьте на следующий вопрос

Согласовано ли основное сообщение, транслируемое в событии с ценностями бренда компании-заказчика?

Свободный ответ.

Вопрос 7. Предлагается ли клиенту товар/услуга с уникальным торговым предложением?

Свободный ответ.

Вопрос 8. Какое уникальное эмоциональное предложение реализуется в специальном мероприятии?

Свободный ответ.

Вопрос 9. Соответствует ли айдентика события стилистике и айдентике бренда продвигаемой компании?

Свободный ответ.

Вопрос 10. Какие способы взаимодействия, активности предлагались клиенту на мероприятии?

Свободный ответ.

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

не предусмотрено

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра зачета (для обучающихся, не получивших зачет по результатам текущей успеваемости) по всему изученному курсу. Зачет проводится в устной форме по билетам. В билет входит 2 вопроса: 1 вопрос теоретического характера и 1 вопрос практико-ориентированного характера.

ВОПРОСЫ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО ХАРАКТЕРА

1. Внутрикорпоративные события: характеристика, типы, особенности организации
2. Внешнекорпоративные события: характеристика, типы, особенности организации
3. Мероприятия со СМИ: характеристика, типы, особенности организации
4. Корпоративные праздники, спортивные мероприятия, тим-билдинг, тренинги, семинары, мастер-классы: характеристика, типы, особенности организации.
5. Пресс-конференция, пресс-ланч: характеристика, типы, особенности организации.
6. Флеш-моб, смарт-моб. Акции: характеристика, типы, особенности организации.
7. Методы анализа среды/контекста специального события
8. Сегментирование целевой аудитории.
9. Мотивационный анализ целевой аудитории.
10. Креативные методики в формировании концепции мероприятия
11. Разработка фирменного стиля мероприятия.
12. Полиграфия спецсобытия.
13. Ивент-фишки.

ВОПРОСЫ ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ХАРАКТЕРА

14. Разработка общего плана и сценария проведения мероприятия.
15. Разработка сценария ведения мероприятия
16. Разработка технического сценария события

17. Разработка мультимедийного сценария события
18. Разработка музыкального сценария события
19. Райдер как организационный чек-лист
20. Сопровождающая документация специального события: договор, техзадание, сметная документация, отчет и др.
21. Внутренняя документация: план-график организации, бюджетный план, медиаплан, анкеты обратной связи, др. сопутствующая документация
22. Общая характеристика хода реализации специального события.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:

«Отлично» (зачтено): студентом дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленные вопросы, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок.

«Хорошо» (зачтено): студентом дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускаются неточности в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.

«Удовлетворительно» (зачтено): студентом дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.

«Неудовлетворительно» (не зачтено): студентом дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, неумением давать аргументированные ответы. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено. Студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.

Приложения

Приложение 1.  [ФОС_Event-менеджмент_2022.docx](#)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Жильцова, О. Н.	Связи с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата	Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/6450F6BE-CE23-4946-8078-93121F0C851D
Л1.2	Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова.	Связи с общественностью : учебник и практикум для среднего профессионального образования	Издательство Юрайт, 2021	URL: https://urait.ru/bcode/477045

6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	М. В. Гундарин	Основы интегрированных коммуникаций: связи с общественностью: учеб. пособие	Изд-во АлтГУ, 2016	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/3445
Л2.2	М. М. Васильева [и др.]	Связи с общественностью в органах власти: учебник для академического бакалавриата	М. : Издательство Юрайт, 2018	http://www.biblio-online.ru/book/1D8B6D05-1892-46AE-BEAA-EA5E4227DC94
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета		http://elibrary.asu.ru/	
Э2	Научная электронная библиотека elibrary		http://elibrary.ru	
Э3	курс		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7307	
6.3. Перечень программного обеспечения				
<p>Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно); Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно); Chrome (http://www.chromium.org/chromium-os/licenses), (бессрочно); 7-Zip (http://www.7-zip.org/license.txt), (бессрочно); AcrobatReader (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно); ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно); LibreOffice (https://ru.libreoffice.org/), (бессрочно); Веб-браузер Chromium (https://www.chromium.org/Home/), (бессрочно); Антивирус Касперский (https://www.kaspersky.ru/), (до 23 июня 2024); Архиватор Ark (https://apps.kde.org/ark/), (бессрочно); Okular (https://okular.kde.org/ru/download/), (бессрочно); Редактор изображений Gimp (https://www.gimp.org/), (бессрочно)</p>				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
<p>Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com) Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/) Научная электронная библиотека elibrary (http://elibrary.ru)</p>				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
320Л	медиаотека, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции и практические занятия, а также самостоятельную работу.

Изучение курса завершается зачетом. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоновку новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы,

решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует:

руководствоваться графиком самостоятельной работы,

выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях

неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Зачет. Подготовка к зачету ведется на основе изучения полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы.

При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеется один теоретический вопрос и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

Программу составил(и):

к.филол.н., доцент, Милукова А.Г.; Старший преподаватель, Жеребненко А.В.; к.филол.н., Доцент, Валюлина Е.В.; к.филол.н., Доцент, Комиссарова Л.М.; д.социол.н., Профессор, Ковалева А.В.; д.филол.н., Профессор, Халина Н.В.; к.социол.н., Доцент, Василенко И.А.

Рецензент(ы):

ООО "ПРАЙМ СИБИРЬ", директор, Дьячко В.П.

Рабочая программа дисциплины

Актуальные проблемы исследований массовой коммуникации

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8

Срок действия программы: 2023-2026 уч. г.

Заведующий кафедрой

д.социол.н., профессор Ковалева А.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8

Заведующий кафедрой *д.социол.н., профессор Ковалева А.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	сформировать систему знаний о методологии и методике научного исследования в области рекламы и связей с общественностью; сформировать умения разрабатывать программу и инструментарий эмпирического исследования; сформировать навыки представления результатов исследований в форме курсовой работы.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.В.01**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-1	Способен создавать рекламные, PR или иные комму-никационные продукты для государственных и бизнес-структур с учетом специфики разных каналов коммуникации
ПК-1.1	Знает: маркетинговые технологии и технологии бренд менеджмента; содержание методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта
ПК-1.2	Умеет: осуществлять выбор эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта и применять их с учетом специфики деятельности государственных и бизнес-структур
ПК-1.3	Владеет: навыками применения эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта (в том числе современных информационно-компьютерных и интернет-технологий, специализированных программных продуктов)
ПК-2	Способен осуществлять маркетинговые исследования в области СМИ
ПК-2.1	Знает: маркетинговые технологии; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации
ПК-2.2	Умеет: находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей; составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования
ПК-2.3	Владеет навыками: поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; анализа имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ; определения целевой аудитории по требителей продукции СМИ; контроля выполнения договора, приемки результатов маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ
ПК-3	Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии государственных и бизнес-структур для продвижения продукции СМИ
ПК-3.1	Знает: маркетинговые технологии и технологии бренд менеджмента; технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов; организацию системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж
ПК-3.2	Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение
ПК-3.3	Владеет: навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий; выбора маркетинговых технологий и инструментов для до несения до потребителя необходимой информации

ПК-4	Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.
ПК-4.1	Знает технологии разработки, реализации и продвижения коммуникационных проектов; особенности создания коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес структур
ПК-4.2	Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы по созданию, реализации и продвижению коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать современные ИКТ, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты для разработки и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-4.3	Владеет навыками разработки концепции создания, реализации и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес структур; навыками представления проектов решений по продвижению продукции СМИ руководству организации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	основы организации и самообразования в сфере связей с общественностью и рекламы; темы и основные подходы к исследованиям в сферах связей с общественностью и смежных социальных коммуникаций; представление об основах учебно-исследовательского процесса; виды исследований в сфере коммуникативных технологий связей с общественностью и рекламы, методологические основы курсовой работы, ее содержательные и формальные характеристики.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	применять способы самоорганизации и самообразования в сфере связей с общественностью и рекламы; использовать полученные знания и аналитические методики в практической деятельности специалиста по СоиР; собирать материал, литературу по теме курсовой работы; составлять рефераты и курсовые работы по заданной теме; апробировать результаты научно-исследовательской работы в форме доклада на научной конференции, мультимедийной презентации, публикации материалов выступления в печати
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками самоорганизации и самообразования в целях подготовки различных форм учебно-исследовательской работы студентов, технологиями проведения исследований в сфере коммуникативных технологий, связей с общественностью и рекламы, навыками написания доклада, отчета, аналитической справки, составления презентации.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Основы научного исследования						
1.1.	Методология научного исследования массовой коммуникации.	Лекции	3	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.2.	Основные этапы научного исследования массовой коммуникации.	Лекции	3	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.3.	Методы научного исследования массовой коммуникации.	Лекции	3	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.4.	Определение предметной области исследований массовой коммуникации.	Лабораторные	3	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.5.	Разработка методологического аппарата исследований массовой коммуникации.	Лабораторные	3	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.6.	Сбор, анализ и интерпретация эмпирических данных исследования	Лабораторные	3	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.7.	Оформление результатов эмпирического исследования	Лабораторные	3	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.8.	Публичная защита курсовой работы	Лабораторные	3	8	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.9.	Подготовка теоретической и практической части исследования в рамках выбранной темы.	Сам. работа	3	6	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 2. Актуальные проблемы исследования						
2.1.	Определение предметной области исследований массовой коммуникации.	Лабораторные	3	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2,	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
					ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	
2.2.	Разработка методологического аппарата исследований массовой коммуникации.	Лабораторные	3	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
2.3.	Оформление результатов эмпирического исследования.	Лабораторные	3	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
2.4.	Представление презентации по аналитическим материалам темы исследования	Лабораторные	3	6	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
2.5.	Подготовка презентации по аналитическим материалам темы исследования	Сам. работа	3	20	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 3. Актуальные проблемы исследования						
3.1.	Определение предметной области исследований массовой коммуникации.	Лабораторные	4	8	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
3.2.	Разработка методологического аппарата исследований массовой коммуникации.	Лабораторные	4	8	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
3.3.	Оформление результатов эмпирического исследования.	Лабораторные	4	10	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
3.4.	Представление презентации по аналитическим материалам темы исследования	Лабораторные	4	10	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
3.5.	Подготовка презентации по	Сам. работа	4	108	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1,	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	аналитическим материалам темы исследования				ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	
Раздел 4. Актуальные проблемы исследования						
4.1.	Определение предметной области исследований массовой коммуникации.	Лабораторные	5	10	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
4.2.	Разработка методологического аппарата исследований массовой коммуникации.	Лабораторные	5	8	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
4.3.	Оформление результатов эмпирического исследования.	Лабораторные	5	8	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
4.4.	Представление презентации по аналитическим материалам темы исследования	Лабораторные	5	10	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
4.5.	Подготовка презентации по аналитическим материалам темы исследования	Сам. работа	5	72	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 5. Актуальные проблемы исследования						
5.1.	Определение предметной области исследований массовой коммуникации.	Лабораторные	6	8	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
5.2.	Разработка методологического аппарата исследований массовой коммуникации.	Лабораторные	6	10	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
5.3.	Оформление результатов эмпирического исследования.	Лабораторные	6	8	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2,	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
					ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	
5.4.	Представление презентации по аналитическим материалам темы исследования	Лабораторные	6	10	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
5.5.	Подготовка презентации по аналитическим материалам темы исследования	Сам. работа	6	72	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 6. Актуальные проблемы исследования						
6.1.	Определение предметной области исследований массовой коммуникации.	Лабораторные	7	10	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
6.2.	Разработка методологического аппарата исследований массовой коммуникации.	Лабораторные	7	10	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
6.3.	Оформление результатов эмпирического исследования.	Лабораторные	7	10	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
6.4.	Представление презентации по аналитическим материалам темы исследования	Лабораторные	7	6	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
6.5.	Подготовка презентации по аналитическим материалам темы исследования	Сам. работа	7	72	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ» -

Оценка сформированности компетенции:

ПК-2: Способен осуществлять маркетинговые исследования в области СМИ

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1: Сущность научного исследования составляет

1. Деятельность индивида по получению новых знаний, надежно обоснованных проверенными методами, средствами и критериями;
2. Специфическая целенаправленная деятельность по получению новых знаний, надежно обоснованных проверенными методами, средствами и критериями;
3. Специфическая целенаправленная деятельность по получению новых представлений об окружающем мире;

Ответ: 2

Вопрос 2: Метод познания – это ...

1. Специальная процедура, состоящая из взаимосвязанных последовательных действий, операций приводящих к достижению поставленной цели, либо приближающих к ней;
2. Специальная процедура, состоящая из взаимосвязанных последовательных действий, операций приводящих к достижению поставленной задачи исследования;
3. Процедура, состоящая из действий приводящих к достижению поставленной цели, либо приближающих к ней;
4. Действия приводящие к достижению поставленной цели, либо приближающие к ней;

Ответ: 1

Вопрос 3: Методы познания:

1. Анализ, синтез, индукция;
2. Дедукция, аналогия, моделирование;
3. Абстрагирование, конкретизация, объяснение, формализация, наблюдение, эксперимент;
4. Все выше перечисленное;

Ответ: 4

Вопрос 4: Научное исследование должно начинаться

1. С литературного обзора;
2. С выбора темы;
3. С определения методов исследования;
4. Выбора руководителя;

Ответ: 2

Вопрос 5: Формулировка цели исследования отвечает на вопрос

1. Для кого исследуем?
2. Что исследуется?
3. Для чего исследуется?
4. Кем исследуется?

Ответ: 2

Вопрос 6: Задачи представляют собой этапы работы

1. По достижению поставленной цели
2. Дополняющие цель
3. Для дальнейших изысканий

Ответ: 3

Вопрос 7: Маркетинговые исследования – это: (множ.выбор)

1. сбор, упорядочивание, анализ и обобщение данных для обнаружения и решения сложных маркетинговых проблем;
2. глубокое изучение теории и практики маркетинга;
3. постоянно действующая система сбора, классификации, анализа, оценки и распространения маркетинговой информации;
4. деятельность, направленная на удовлетворение информационно-аналитических потребностей маркетинга;

Ответ: 1

Вопрос 8: Какие виды работ не входят в маркетинговые исследования?

1. распространение информации;
2. сбор информации;

3. анализ информации;

4. прогнозирование;

Ответ: 1

Вопрос 9: Поисковое исследование – это:

1. сбор маркетинговой предварительной информации, которая поможет определить проблему и выдвинуть гипотезу;

2. маркетинговое исследование, которое проводится для того, чтобы точнее определить маркетинговые проблемы, ситуации или рынки, такие, как рыночный потенциал товара, или демографические характеристики и взгляды потребителей;

3. маркетинговое исследование по проверке гипотез о причинно-следственных отношениях;

4. предоставление текущей информации о деятельности фирмы, позволяющей более эффективно обслуживать запросы клиентов.

Ответ: 1

Вопрос 10: Рабочая гипотеза – это:

1. вероятностное предположение о причинах возникновения проблемы и путях их ликвидации;

2. разработанная система мероприятий по решению проблемы;

3. вероятностное предположение о сущности явлений и путях решения проблемы;

4. направление достижения цели маркетинга.

Ответ: 1

Вопрос 11: Что такое запрос на маркетинговое исследование?

1. Заявка на проведение маркетингового исследования от организации сторонней фирме.

2. Уровень спроса на услуги специализированных фирм по проведению маркетинговых исследований.

3. Документ, описывающий управленческую проблему и необходимую для ее решения информацию.

4. Письмо-требование руководителя организации отделу маркетинга провести запланированное маркетинговое исследование.

Ответ: 1

Вопрос 12: Проблема – это:

1. несоответствие текущего состояния желаемому;

2. область риска, требующая дополнительных затрат;

3. спрогнозированная величина снижения прибыли;

4. не достижение цели, поставленной маркетингом фирмы.

Ответ: 1

Вопрос 13: Наблюдение с заданной схемой регистрации событий, называется:

1. структурированным;

2. персональным;

3. скрытым;

4. лабораторным.

Ответ: 1

Вопрос 14: Анкетирование – это:

1. опрос респондентов с помощью документа в виде композиции вопросов и ответов;

2. выявление мнений и определение действий респондентов путём личного диалога;

3. визуальный осмотр изучаемого объекта;

4. анализ отношения автора к описываемым событиям.

Ответ: 1

Вопрос 15: Общность, на которую исследователь распространяет выводы, полученные в результате исследования, называется:

1. генеральная совокупность;

2. единицы наблюдения;

3. выборочная совокупность;

4. электорат.

Ответ: 1

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1: Как называется необходимое, существенное, устойчивое, повторяющееся отношение между явлениями в природе или обществе?

Ответ: Закон

Вопрос 2: Как называется процесс систематического деления и упорядочения понятий и предметов?

Ответ: Классификация

Вопрос 3: Как называется распределение изучаемой совокупности объектов анализа на однородные группы по заданным признакам?

Ответ: Группировка

Вопрос 4: Как называется наука о формах и законах правильного мышления?

Ответ: Логика

Вопрос 5: Как называется совокупность основных способов и приемов получения новых научных знаний, закономерностей поведения и исследования объекта, обладающая высоким уровнем теоретической общности и универсальностью применения?

Ответ: Метод

Вопрос 6: Как называется описание объекта (предмета, процесса или явления) на каком-либо формализованном языке, составленное с целью изучения его свойств?

Ответ: Модель

Вопрос 7: Метод эмпирического познания, основанный на непосредственном восприятии свойств предметов и явлений при помощи органов чувств – это

Ответ: Наблюдение

Вопрос 8: Выделенная по некоторым правилам часть мира, на которое направленно познание или практическая деятельность – это

Ответ: Объект

Вопрос 9: Как называется способность системы сохранять текущее состояние при влиянии внешних воздействий?

Ответ: Устойчивость

Вопрос 10: Способ отражения объективной реальности (получения знания), возникший с возникновением жизни и непрерывно развивающийся от примитивного чувственного восприятия к абстрактному мышлению – это

Ответ: Познание

Вопрос 11: Воссоздание образа предмета или явления ненаблюдаемого в данный момент, но зафиксированного памятью, а так же, образ, созданный воображением, опирающимся на абстрактное мышление – это

Ответ: Представление

Вопрос 12: Как называется научно обоснованная гипотеза о вероятном будущем состоянии какой-либо системы или объекта, и характеризующие это состояние показатели?

Ответ: Прогноз

Вопрос 13: Сторона предмета (объекта, процесса), которая обуславливает его различие или общность с другими предметами (объектами, процессами), или обнаруживается в его отношении с ними, это

Ответ: Свойство

Вопрос 14: Процесс (как правило — целенаправленный) гармоничного соединения или объединения ранее разрозненных вещей или понятий в нечто качественно новое, целое – это

Ответ: Синтез

Вопрос 15: Множество элементов, находящихся в отношениях и связях друг с другом, образующее определённую целостность, единство – это

Ответ: Система

Вопрос 16: Как называется: один из возможных вариантов исхода, развития событий, сравниваемый с другим вариантом в целях выбора лучшего способа действий; необходимость выбора одной из двух или нескольких взаимоисключающих возможностей; каждая из исключаящих друг друга возможностей?

Ответ: Альтернатива

Вопрос 17: Логический вывод, вытекающий из предыдущих утверждений и предыдущих следствий – это

Ответ: Следствие

Вопрос 18: Как называется метод научного исследования, при котором в контролируемых и управляемых условиях получают знание относительно причинных связей между явлениями и объектами, либо обнаруживают новые свойства объектов или явлений?

Ответ: Эксперимент

Вопрос 19: Система понятий, знаков, символов, создаваемая и используемая той или иной областью научного познания для получения, обработки, хранения и применения знаний – это

Ответ: Язык науки

Вопрос 20: Как называется качество объекта, отражающее его внутреннее единство, его относительную автономность, независимость от окружающей среды?

Ответ: Целостность

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАКРЫТЫХ ВОПРОСОВ: Каждое задание оценивается 1 баллом.

Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

• «зачтено» – верно выполнено более 50% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 50% и менее 50% заданий;

- «отлично» – верно выполнено 85-100% заданий; «хорошо» – верно выполнено 70-84% заданий; «удовлетворительно» – верно выполнено 51-69% заданий; «неудовлетворительно» – верно выполнено 50% или менее 50% заданий.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ.

«Отлично» (зачтено): Ответ полный, развернутый. Вопрос точно и исчерпывающе передан, терминология сохранена, студент превосходно владеет основной и дополнительной литературой, ошибок нет.

«Хорошо» (зачтено): Ответ полный, хотя краток, терминологически правильный, нет существенных недочетов. Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.

«Удовлетворительно» (зачтено): Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.

«Неудовлетворительно» (не зачтено): Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен. Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Темы курсовых работ по АПИ массовой коммуникации.

1. PR-стратегии в госсекторе.
2. PR-стратегии в коммерческом секторе в сегменте b2b.
3. PR-стратегии в коммерческом секторе в сегменте b2c.
4. PR-стратегии в работе НКО/благотворительных фондов.
5. Госпаблики как инструмент взаимодействия власти и общества.
6. Особенности SMM продвижения на примере (салона красоты, магазина и т.д.)
7. Брендинг территории как инструмент формирования имиджа территории.
8. Особенности интернет-рекламы как инструмента продвижения (на примере).
9. Айдентика в рекламе.
10. Вирусный маркетинг как инструмент продвижения.
11. Этические аспекты вирусного маркетинга.
12. Инструменты формирования лояльности к бренду (на примере).
13. Особенности организации PR-службы в госучреждении.
14. Особенности организации PR-службы в коммерческой организации.
15. Подходы к сегментированию и определению целевой аудитории.
16. Технологии эффективного медиапланирования.
17. Технологии разработки стратегии и тактики PR-компании.
18. Технологии разработки стратегии и тактики рекламной компании.
19. Технологии разработки стратегии и тактики рекламной компании в интернете.
20. Планирование коммуникационной деятельности компании.
21. Реклама как инструмент интегрированных коммуникаций.
22. Коммуникационные стратегии.
23. Анализ архитектуры бренда.
24. Роль нейминг в процессе создания бренда.
25. CRM-системы как инструмент взаимодействия с потребителями.
26. Оценка эффективности рекламной кампании (на примере..)
27. Разработка системы KPI в SMM.
28. Разработка системы KPI в PR.
29. Разработка системы KPI в интернет-маркетинге.
30. Анализ мотивации потребителей.

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра зачета с оценкой/курсовой работы.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:

- «Отлично» (зачтено): Ответ полный, развернутый, вопрос раскрыт, ошибок нет.
- «Хорошо» (зачтено): Ответ полный, но краткий, терминологически правильный, нет существенных недочетов. Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.
- «Удовлетворительно» (зачтено): Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент

владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.

- «Неудовлетворительно» (не зачтено): Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен. Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

Приложения

Приложение 1.  [курсовые проекты Методические рекомендации.doc](#)

Приложение 2.  [ФОС_АПИ МК 2022.docx](#)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Антипов, К.В.	Основы рекламы: учебник	ЭБС «Университетская библиотека online», 2017	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454031
Л1.2	Марочкина, С.С.	Введение в специальность: реклама: учебное пособие	ЭБС «Университетская библиотека online», 2015	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114757
Л1.3	Емельянов, С. М.	Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата	ЭБС «Юрайт», 2018	www.biblio-online.ru/book/463D79D1-24A2-40AE-8D02-BC0595D90A1D

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Гундарин, Михаил Вячеславович.	Основы интегрированных коммуникаций: связи с общественностью : учеб. пособие	Барнаул : Изд-во АлтГУ, 2016	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/3445

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

	Название	Эл. адрес
Э1	Клуб специалистов PR	www.pr-club.com
Э2	Сайт библиотеки АлтГУ	www.lib.asu.ru
Э3	Энциклопедия маркетинга	www.marketing.spb.ru
Э4	Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека online"	http://biblioclub.ru/
Э5	Электронно-библиотечная система издательства "Лань"	https://e.lanbook.com/
Э6	курс "Актуальные проблемы исследований массовой коммуникации", доц.Василенко И.А.	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=11437

Э7	курс Актуальные проблемы исследований в рекламе и СО, доц. Валюлина Е.В.	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=5716
Э8	курс Актуальные проблемы исследований в рекламе и СО, доц. Валюлина Е.В.	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=6876
Э9	курс Актуальные проблемы исследований в рекламе и СО, доц. Валюлина Е.В.	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=6877
Э10	курс "Актуальные проблемы исследований массовой коммуникации и медиа", доц. Милукова А.Г.	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=1667
Э11	курс Актуальные проблемы исследований в рекламе и СО, ст. преп. Жеребенко А.В.	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=5716

6.3. Перечень программного обеспечения

Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно);
Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно);
Chrome (<http://www.chromium.org/chromium-os/licenses>), (бессрочно);
7-Zip (<http://www.7-zip.org/license.txt>), (бессрочно);
AcrobatReader
(http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно);
ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (<https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/>), (бессрочно);
LibreOffice (<https://ru.libreoffice.org/>), (бессрочно);
Веб-браузер Chromium (<https://www.chromium.org/Home/>), (бессрочно);
Антивирус Касперский (<https://www.kaspersky.ru/>), (до 23 июня 2024);
Архиватор Ark (<https://apps.kde.org/ark/>), (бессрочно);
Okular (<https://okular.kde.org/ru/download/>), (бессрочно);
Редактор изображений Gimp (<https://www.gimp.org/>), (бессрочно)

6.4. Перечень информационных справочных систем

Информационно-правовой портал «Гарант» (<http://garant.ru>)
«КонсультантПлюс» (<http://consultant.ru>)
Электронная база данных «Scopus» (<http://www.scopus.com>)
Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (<http://elibrary.asu.ru/>)
Научная электронная библиотека eLibrary (<http://elibrary.ru>)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
320Л	медиа-тека, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
415Д	специализированный компьютерный класс кафедры связей с общественностью и рекламы - компьютерный класс - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 16 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1шт.; системный блок: IntelCore 2 DuoE7400 -17 шт.; сервер: системный блок: AquariusIntelPentiumD; монитор: Acer V173 B -16 шт.; монитор: Acer V193W 1 шт.; телевизор Samsung
106Л	помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Стеллажи – 3 шт. осциллограф, паяльная станция, источник тока, переносные ноутбуки
307Д	лаборатория проектирования интегрированных коммуникаций кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 19 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; телевизор: HD Samsung 22"; учебные пособия; плакаты; наглядные пособия; презентационные материалы

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции и практические занятия, а также самостоятельную работу. Изучение курса завершается курсовой работой.

Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоновку новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

лабораторное занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Лабораторное

занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На лабораторном занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует: руководствоваться графиком самостоятельной работы, выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Введение в специальность рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	144	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	4
аудиторные занятия	52	диф. зачеты:	3
самостоятельная работа	65		
контроль	27		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (3)		2 (4)		Итого	
	15,5		18			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	8	8	10	10	18	18
Лабораторные	18	18	16	16	34	34
Сам. работа	46	46	19	19	65	65
Часы на контроль	0	0	27	27	27	27
Итого	72	72	72	72	144	144

Программу составил(и):
Ст.преподаватель, Жеребенко А.В.

Рецензент(ы):
к.социол.н., директор ИП «Василенко (+WEB. Актуальные интернет решения)», Василенко И.А.

Рабочая программа дисциплины
Введение в специальность

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11
Срок действия программы: 2022-2023 уч. г.

Заведующий кафедрой
Ковалева Алла Владимировна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11
Заведующий кафедрой *Ковалева Алла Владимировна*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Целью освоения дисциплины является формирование системного понимания особенностей современных медийных и немедийных коммуникаций и влияния сферы коммуникаций на развитие современного общества
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.01

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-1	Способен создавать рекламные, PR или иные комму-никационные продукты для государственных и бизнес-структур с учетом специфики разных каналов коммуникации
ПК-1.1	Знает: маркетинговые технологии и технологии бренд менеджмента; содержание методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта
ПК-1.2	Умеет: осуществлять выбор эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта и применять их с учетом специфики деятельности государственных и бизнес-структур
ПК-1.3	Владеет: навыками применения эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта (в том числе современных информационно-компьютерных и интернет-технологий, специализированных программных продуктов)
ПК-2	Способен осуществлять маркетинговые исследования в области СМИ
ПК-2.1	Знает: маркетинговые технологии; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации
ПК-2.2	Умеет: находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей; составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования
ПК-2.3	Владеет навыками: поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; анализа имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ; определения целевой аудитории по требителям продукции СМИ; контроля выполнения договора, приемки результатов маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ
ПК-3	Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии государственных и бизнес-структур для продвижения продукции СМИ
ПК-3.1	Знает: маркетинговые технологии и технологии бренд менеджмента; технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов; организацию системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж
ПК-3.2	Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение
ПК-3.3	Владеет: навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий; выбора маркетинговых технологий и инструментов для до несения до потребителя необходимой информации
ПК-4	Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.

ПК-4.1	Знает технологии разработки, реализации и продвижения коммуникационных проектов; особенности создания коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес структур
ПК-4.2	Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы по созданию, реализации и продвижению коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать современные ИКТ, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты для разработки и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-4.3	Владеет навыками разработки концепции создания, реализации и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес структур; навыками представления проектов решений по продвижению продукции СМИ руководству организации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; основы организации коммуникационных кампаний и мероприятий; способы и инструменты ведения эффективной коммуникационной деятельности организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации; особенности осуществления профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; технологии организации коммуникационных мероприятий.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; проводить под контролем коммуникационные мероприятия; участвовать в ведении эффективной коммуникационной деятельности организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации; осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; осуществлять рекламные кампании и мероприятия.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; навыками организации коммуникационных кампаний и мероприятий; навыками осуществления профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; навыками планирования и организации рекламных кампаний и мероприятий.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Введение						
1.1.	Концепция интегрированных коммуникаций	Лекции	3	4		Л1.1, Л1.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.2.	Концепция интегрированных коммуникаций	Лабораторные	3	8		Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.3.	PR в системе интегрированных коммуникаций	Лекции	3	4		Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.4.	PR в системе интегрированных коммуникаций	Лабораторные	3	10		Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.5.	PR в системе интегрированных коммуникаций	Сам. работа	3	46		Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.6.	Реклама в системе интегрированных коммуникаций	Лекции	4	6		Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.7.	Реклама в системе интегрированных коммуникаций	Лабораторные	4	8		Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.8.	Реклама в системе интегрированных коммуникаций	Сам. работа	4	19		Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.9.	Интегрированные коммуникации в новых медиа	Лекции	4	4		Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.10.	Интегрированные коммуникации в новых медиа	Лабораторные	4	8		Л1.1, Л1.2, Л1.3

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
см. Приложения
5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)
см. Приложения
5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
см. Приложения

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес

Л1.1	Шарков Ф.И.	Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учеб. пособие:	М.: Дашков и Ко. — 324 с. // ЭБС "Университетская библиотека online", 2011, 2017	http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454107&sr=1
Л1.2	Щепилова Г.Г.	Реклама: учебник для академического бакалавриата	М. : Издательство Юрайт // ЭБС «Юрайт», 2017	
Л1.3	Кондакова, Ю.В.	PR-технологии. Арт-пиар:	Архитектон, 2016	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=455455

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

	Название	Эл. адрес
Э1	Курс Moodle	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7297

6.3. Перечень программного обеспечения

Microsoft Office,
Microsoft Windows
7-Zip
AcrobatReader

6.4. Перечень информационных справочных систем

Информационно-правовой портал «Гарант» (<http://garant.ru>)
«КонсультантПлюс» (<http://consultant.ru>)
Электронная база данных «Scopus» (<http://www.scopus.com>)
Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (<http://elibrary.asu.ru/>)
Научная электронная библиотека eLibrary (<http://elibrary.ru>)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

--

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В образовательном процессе рекомендуется использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи не только в усвоении образовательной программы, но и в становлении полноценных межличностных отношений в коллективе, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

Методические указания обучающимся к лекциям

В ходе лекционных занятий по дисциплине необходимо вести конспектирование учебного материала. Конспектирование лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы, предполагающий интенсивную умственную деятельность студента.

В процессе конспектирования не следует записывать дословно всю лекцию. Целесообразно вначале понять основную мысль, излагаемую лектором, а затем записать ее. Желательно запись осуществлять, оставляя поля, на которых позднее, при самостоятельной работе с конспектом, можно сделать дополнительные записи, отметить непонятные места.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать вопросы плана лекции, предложенные преподавателям. Следует обращать внимание на акценты, выводы, которые делает лектор, отмечая наиболее важные моменты в лекционном материале замечаниями «важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек, подчеркивая термины и определения.

Целесообразно разработать собственную систему сокращений, аббревиатур и символов общераспространенных слов и выражений. Специфичные термины и их сокращения преподавателем будут акцентированы преподавателем дополнительно.

Работа над конспектом лекции по дисциплине «Введение в профессию» не заканчивается в лекционной аудитории, а продолжается студентом дома, при этом обучающийся повторяет содержание лекционного материала, знакомится с рекомендованной литературой, делает себе пометки в тексте лекции, или продолжает конспект.

Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть теоретическим материалом.

Методические указания обучающимся при подготовке к семинарам, практическим занятиям
Планы семинарских занятий, их тематика, рекомендуемая литература, цель и задачи ее изучения сообщаются преподавателем на вводных занятиях или в методических указаниях по дисциплине.

Подготовка студентов к семинарскому занятию включает 2 этапа:

- 1) организационный;
- 2) закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу).

Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретает практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

На семинаре каждый его участник должен быть готовым к выступлению по всем поставленным в плане вопросам, проявлять максимальную активность при их рассмотрении. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Преподаватель следит, чтобы выступление не сводилось к репродуктивному уровню (простому воспроизведению текста), не допускается и простое чтение конспекта. Необходимо, чтобы выступающий проявлял собственное отношение к тому, о чем он говорит, высказывал свое личное мнение, понимание, обосновывал его и мог сделать правильные выводы из сказанного. При этом студент может обращаться к записям конспекта и лекций, непосредственно к первоисточникам.

На семинаре студенты ведут конспект. Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов:

- План-конспект – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.
- Текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.
- Свободный конспект – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.
- Тематический конспект – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).
- В заключение преподаватель, как руководитель семинара, подводит итоги семинара. Он может (выборочно) проверить конспекты студентов и, если потребуется, внести в них исправления и дополнения.

Методические указания обучающимся для организации самостоятельной работы

Основной формой самостоятельной работы обучающихся является изучение конспекта лекций, их дополнение рекомендованной литературой, активное участие на семинарах и подготовка докладов и презентаций по основным проблемам дисциплины.

Основой самостоятельной работы студентов является работа с рекомендованной литературой. Список основной и дополнительной литературы по дисциплине приведен в РПД

Изучение дисциплины следует начинать с проработки РПД, особое внимание, уделяя целям и задачам, структуре и содержанию курса.

Правила самостоятельной работы с литературой

- Составить перечень книг, с которыми Вам следует познакомиться;
- Перечень книг должен быть систематизированным (что необходимо для обязательного прочтения, что пригодится для написания рефератов, а что может расширить Вашу общую культуру и т.д.).
- Не пытайтесь читать быстро, вынужденное скорочтение не только не способствует качеству чтения, но и не приносит чувства удовлетворения, которое мы получаем, размышляя о прочитанном.

Форма промежуточной аттестации для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). Студентам с инвалидностью или с ОВЗ при необходимости предусматривается увеличение времени на подготовку к зачету, а также предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете, разрешается готовить ответы на компьютере или при технической помощи помощника, а также при необходимости сурдопереводчика, тифлопедагога. При необходимости промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов. Для разных нозологий студентов с инвалидностью или с ОВЗ предусмотрено:

С нарушениями зрения: собеседование по вопросам к зачету; опросы по терминам, формулам, правилам и т.п.; описание явлений, свойств и т.п. С преимущественным предпочтением устной (аудиальной) проверки.

С нарушениями слуха: тесты; письменные работы; вопросы к зачету. С преимущественным предпочтением письменной проверки.

С нарушениями опорно-двигательного аппарата: решение дистанционных тестов или он-лайн (электронных) заданий; контрольные работы, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету.

На зачет выносятся один вопрос из общего перечня вопросов к зачету. Зачет проводится в устной форме.

На подготовку ответа студенту отводится, как правило, 35 минут.

Методическое описание порядка (процедуры) оценивания усвоенных компетенций в процессе ответа на вопросы практических заданий: практические задания являются средством контроля формирования компетенций в процессе освоения дисциплины. Практические задания выполняются в период подготовки к занятиям. Преподаватель на практическом занятии выдает задания, в зависимости от объема задания определяется время его выполнения. Студент самостоятельно выполняет задание, по усмотрению преподавателя возможно выполнение заданий в малых группах. Оценивание выполнения практических занятий: зачтено/ не зачтено.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Городское пространство и массовые коммуникации рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам
в том числе:		зачеты: 7
аудиторные занятия	42	
самостоятельная работа	66	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	4 (7)		Итого	
	Неделя	16,5		
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	20	20	20	20
Практические	22	22	22	22
Сам. работа	66	66	66	66
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
к.филол.н., Доцент, Комиссарова Л.М.

Рецензент(ы):
к.социол.н., директор ИП «Василенко» (+ WEB – Актуальные интернет решения), Василенко И.А.

Рабочая программа дисциплины
Городское пространство и массовые коммуникации

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11
Срок действия программы: 2022-2023 уч. г.

Заведующий кафедрой
Ковалева Алла Владимировна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11
Заведующий кафедрой *Ковалева Алла Владимировна*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	изучение исследовательских инструментов, необходимых для исследовательской и проектной работы в сфере городского пространства и медиа; формирование теоретических знаний, необходимых для эффективной деятельности в пространстве городских проектов и городских медиа; изучение и понимание комплексного взаимодействия между реальными и медийными элементами городского пространства; развитие практических навыков по работе с городскими медиа.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.01

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-1	Способен создавать рекламные, PR или иные коммуникационные продукты для государственных и бизнес-структур с учетом специфики разных каналов коммуникации
ПК-3	Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии государственных и бизнес-структур для продвижения продукции СМИ

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	Основные исследовательские методы для работы с городским пространством; основные проектные инструменты для работы с городским пространством; принципы взаимодействия между всеми элементами городского пространства.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	Анализировать проблемные зоны и реализовывать возможности городского пространства; организовать работу проектных команд в сфере городских проектов, сервисов и медиа; осуществлять поиск информации, значимой для реализации городских проектов и городских медиа; выбирать эффективные методы коммуникации городских медиа с целевыми аудиториями.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	Навыками применения полученных профессиональных знаний; навыками и методами работы с информацией, а также различными медиа носителями; навыками организационной работы и коммуникаций.


4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Городское пространство и медиа						
1.1.	Городское пространство и медиа: основные понятия	Лекции	7	2		Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.3, Л2.4, Л2.5
1.2.	Городское пространство в контексте парадигм	Практические	7	2		Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.3, Л2.4, Л2.5

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.3.	Коммуникативные паттерны городского пространства	Лекции	7	2		Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.3, Л2.4, Л2.5
1.4.	Коммуникативные паттерны городского пространства	Практические	7	2		Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.3, Л2.4, Л2.5
1.5.	Городские сервисы	Лекции	7	2		Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.3, Л2.4, Л2.5
1.6.	Городские сервисы	Практические	7	2		Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.3, Л2.4, Л2.5
1.7.	Реклама как городское медиа	Лекции	7	2		Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.3, Л2.4, Л2.5
1.8.	Реклама как городское медиа	Практические	7	4		Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.3, Л2.4, Л2.5
1.9.	Умный дизайн и городское пространство	Лекции	7	4		Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.3, Л2.4, Л2.5
1.10.	Умный дизайн и городское пространство	Практические	7	2		Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.3, Л2.4, Л2.5
1.11.	Городское пространство в брендинге территорий	Лекции	7	2		Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.3, Л2.4, Л2.5
1.12.	Городское пространство в брендинге территорий	Практические	7	4		Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.3, Л2.4, Л2.5
1.13.	Ленты городских новостей	Лекции	7	4		Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.3, Л2.4, Л2.5
1.14.	Ленты городских новостей	Практические	7	2		Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.3, Л2.4, Л2.5
1.15.	Городские медиа	Лекции	7	2		Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.3, Л2.4, Л2.5

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.16.	Городские медиа	Практические	7	4		Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.3, Л2.4, Л2.5
1.17.	Городские медиа	Сам. работа	7	66		Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.3, Л2.4, Л2.5

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
См. приложение
5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)
См. приложение
5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
См. приложение
Приложения
Приложение 1.  ФОС_Городское пространство и массовые коммуникации_2020.docx

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Ныrkova, Любовь Михайловна	Система СМИ региона : учебное пособие	Изд-во АлтГУ, 2013	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/857
Л1.2	Коноваленко В.А.	Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата	М. : Издательство Юрайт, 2017	www.biblio-online.ru/book/C0827050-DA68-453C-9C80-0510D7AC498C
Л1.3	В. Д. Мансурова	Социальные сети и СМИ: учеб. пособие	Изд-во АлтГУ, 2016	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/3356
Л1.4	Шарков Ф.И.	Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учеб. пособие:	М.: Дашков и Ко. — 324 с. // ЭБС "Университетская библиотека online", 2011, 2017	http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454107&sr=1
6.1.2. Дополнительная литература				

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Годин А.М.	Маркетинг: учебник	М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453262
Л2.2	Шарков Ф.И.	Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник	М. : Юнити-Дана, 2015	http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=119438
Л2.3	Колесниченко А.В.	ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИЯ СМИ. ПОДГОТОВКА ТЕКСТОВ. Учебник и практикум для академического бакалавриата: Гриф УМО ВО	М.:Издательство Юрайт, 2018	https://biblio-online.ru/book/70540EE3-8E4F-4C71-AFDE-6E711F47BFC2
Л2.4	Е.Л. Вартанова	Медиасистема России:	, 2017	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495935
Л2.5	Чумиков, А.Н.	Имидж – репутация – бренд:	, 2015	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375635

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

	Название	Эл. адрес
Э1	Единый образовательный портал АлтГУ	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7038

6.3. Перечень программного обеспечения

Microsoft Office
Microsoft Windows
7-Zip
AcrobatReader

6.4. Перечень информационных справочных систем

Информационно-правовой портал «Гарант» (<http://garant.ru>)
«КонсультантПлюс» (<http://consultant.ru>)
Электронная база данных «Scopus» (<http://www.scopus.com>)
Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (<http://elibrary.asu.ru/>)
Научная электронная библиотека elibrary (<http://elibrary.ru>)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции и практические занятия, а также самостоятельную работу. Изучение курса завершается зачетом. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоноуйте новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования:

задания должны исполняться самостоятельно и

представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует:

руководствоваться графиком самостоятельной работы,

выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях

неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие

теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом

образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Зачет. Подготовка к зачету ведется на основе изучения полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы.

При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеется один теоретический вопрос и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Алтайский государственный университет»

Интегрированные коммуникации рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	3
аудиторные занятия	42		
самостоятельная работа	39		
контроль	27		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (3)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	18	18	18	18
Практические	24	24	24	24
Сам. работа	39	39	39	39
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

канд. филол. наук, доцент, Комиссарова Л.М.; канд. филол. наук, доцент, Янчевская К.А

Рецензент(ы):

начальник отдела по внешним связям Барнаульского представительства ООО «Сибирская генерирующая компания», Терешкина Е.А.

Рабочая программа дисциплины

Интегрированные коммуникации

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11

Срок действия программы: 2022-2023 уч. г.

Заведующий кафедрой

д.социол.н., профессор Ковалева А.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11

Заведующий кафедрой *д.социол.н., профессор Ковалева А.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Сформировать представления о феномене коммуникаций в обществе в целом и профессиональной деятельности в частности; Раскрыть сущность и специфику коммуникации как основы деятельности в рекламе и связях с общественностью; Охарактеризовать особенности коммуникационной деятельности в рекламе и связях с общественностью во всем сходстве и различии их характеристик; Проанализировать современные тенденции развития коммуникационных процессов, и прежде всего – их стремление к интегрированности, а затем и выход на уровень стратегии.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.В.01**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-3	Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии государственных и бизнес-структур для продвижения продукции СМИ
ПК-4	Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	роль и место рекламы и связей с общественностью в современном обществе соотнесенность рекламы и связей с общественностью со смежными областями деятельности основные принципы, направления и сферами деятельности рекламы и связей с общественностью предметную область профессиональной деятельности, цели и задачи Содержание методов разработки, реализации рекламы и мероприятий по связям с общественностью Механизмы воздействия рекламы и мероприятий по связям с общественностью на целевые аудитории
3.2.	Уметь:
3.2.1.	анализировать явления социальной действительности с профессиональной точки зрения специалистам по рекламе и связям с общественностью Формулировать цели и задачи профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью применять типовые методы разработки, реализации рекламы и мероприятий по связям с общественностью организовывать подготовку к выпуску и производство рекламной продукции организовывать распространение рекламной продукции производить оценку эффективности разработанных рекламных материалов
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	базовыми навыками анализа деятельности рекламы и связей с общественностью в различных сферах Методами оценки эффективности результатов профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью Навыками применения современных технологий реализации профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью Навыками постановки целей и задач профессиональной деятельности в области рекламы и мероприятий по связям с общественностью Навыками разработки рекламного продукта, мероприятий по связям с общественностью


	Навыками творческого подхода к разработке и реализации рекламы и мероприятий по связям с общественностью
--	--

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Условия и принципы развития интегрированных коммуникаций						
1.1.	Интегрированные макетинговые коммуникации, интегрированные коммуникации: контексты использования понятия	Лекции	3	4	ПК-3, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
1.2.	Концепции маркетинга и становление интегрированных коммуникаций	Практические	3	4	ПК-3, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
1.3.	Управление коммуникациями организации	Сам. работа	3	4	ПК-3, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
1.4.	Интегрированные макетинговые коммуникации, интегрированные коммуникации: контексты использования понятия	Сам. работа	3	4	ПК-3, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
1.5.	Подходы к систематизации интегрированных коммуникаций	Лекции	3	2	ПК-3, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
1.6.	Подходы к систематизации интегрированных коммуникаций	Практические	3	2	ПК-3, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
1.7.	Подходы к систематизации интегрированных коммуникаций	Сам. работа	3	4	ПК-3, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
1.8.	Стейкхолдеры коммуникаций	Лекции	3	2	ПК-3, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
1.9.	Стейкхолдеры коммуникаций	Практические	3	2	ПК-3, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
1.10.	Стейкхолдеры коммуникаций	Сам. работа	3	4	ПК-3, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
Раздел 2. Компоненты интегрированных коммуникаций						

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.1.	Традиционные компоненты интегрированных коммуникаций	Лекции	3	2	ПК-3, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
2.2.	Традиционные компоненты интегрированных коммуникаций	Практические	3	4	ПК-3, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
2.3.	Традиционные компоненты интегрированных коммуникаций	Сам. работа	3	5	ПК-3, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
2.4.	Современные онлайн и офлайн-инструменты интегрированных коммуникаций	Лекции	3	2	ПК-3, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
2.5.	Современные офлайн-инструменты интегрированных коммуникаций	Практические	3	4	ПК-3, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
2.6.	Современные онлайн-инструменты интегрированных коммуникаций	Сам. работа	3	6	ПК-3, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
Раздел 3. Управление интегрированными коммуникациями						
3.1.	Принципы, методы стратегии коммуникации	Лекции	3	4	ПК-3, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
3.2.	Этапы и результаты интегрированных коммуникаций	Лекции	3	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
3.3.	Принципы, методы стратегии коммуникации	Практические	3	4	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
3.4.	Этапы и результаты интегрированных коммуникаций	Практические	3	4	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
3.5.	Принципы, методы стратегии коммуникации	Сам. работа	3	6	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
3.6.	Этапы и результаты интегрированных коммуникаций	Сам. работа	3	6	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
3.7.	Итоговый контроль	Экзамен	3	27	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
См. приложение
5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)
См. приложение
5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
См. Приложение
Приложения
Приложение 1.  ФОС ИК_2022.doc

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Гундарин, М. В.	Основы интегрированных коммуникаций: связи с общественностью: учебное пособие	Изд-во АлтГУ, 2016	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/3445
Л1.2	Гундарин, Михаил Вячеславович	Основы интегрированных коммуникаций: реклама : учеб. пособие	Изд-во АлтГУ, 2013	http://elibrary.asu.ru/xmlui/handle/asu/486
Л1.3	Коноваленко В.А.	Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата	М. : Издательство Юрайт, 2017	www.biblio-online.ru/book/C0827050-DA68-453C-9C80-0510D7AC498C
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Ф.И. Шарков	Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие	М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453044
Л2.2	Голубкова, Е. Н.	Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата	М. : Издательство Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/97D5E319-C81E-4D96-9A25-3C35D77CC429 .
Л2.3	Музыкант, В. Л.	Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг :	М. : Издательство Юрайт, , 2017	www.biblio-online.ru/book/F190651B-D19A-4773-B940-62F6188BB049

		учебник и практикум для академического бакалавриата	
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
	Название	Эл. адрес	
Э1	Клуб специалистов PR	www.raso.ru	
Э2	Ведущее российское отраслевое СМИ в области рекламы, маркетинга и PR	www.sostav.ru	
Э3	курс "Интегрированные коммуникации"	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=4025	
6.3. Перечень программного обеспечения			
Microsoft Office Microsoft Windows 7-Zip AcrobatReader			
6.4. Перечень информационных справочных систем			
Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com) Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/) Научная электронная библиотека elibrary (http://elibrary.ru)			

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)
320Л	медиаотека, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции и практические занятия, а также самостоятельную работу. Изучение курса завершается экзаменом. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоновите новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует: руководствоваться графиком самостоятельной работы, выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования

общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Экзамен. Подготовка к экзамену ведется на основе изучения полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы.

При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеется теоретический вопрос и практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий.

После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Интернет- реклама и PR

рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью		
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью		
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах		
Форма обучения	Очная		
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ		
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021		
Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты: 7	
аудиторные занятия	42		
самостоятельная работа	66		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	4 (7)		Итого	
	Неделя	16,5		
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	16	16	16	16
Практические	26	26	26	26
Сам. работа	66	66	66	66
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
к.филол.н., доцент, Милюкова А.Г.

Рецензент(ы):

Рабочая программа дисциплины
Интернет- реклама и PR

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11
Срок действия программы: 2022-2023 уч. г.

Заведующий кафедрой
д.социол.н., профессор Ковалева А.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11
Заведующий кафедрой *д.социол.н., профессор Ковалева А.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	- формирование у студентов системы знаний об интернет-маркетинге как современном направлении бизнеса; - приобретение компетенций, позволяющих активно и творчески участвовать в разработке проектов и практическом применении современных концепций, методов и моделей интернет-маркетинга; - овладение знаниями и навыками, необходимыми для постановки и практического решения маркетинговых задач в сети Интернет.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.01

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-1	Способен создавать рекламные, PR или иные комму-никационные продукты для государственных и бизнес-структур с учетом специфики разных каналов коммуникации
ПК-4	Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен


3.1.	Знать:
3.1.1.	основные маркетинговые методики разработки и продвижения коммуникационных проектов в интернете на всех этапах жизненного цикла; технологии создания рекламных и PR-продуктов в интернете для государственных и бизнес-структур; современную методологию Интернет-маркетинга, модели Интернет-маркетинга; методики и инструменты Интернет-маркетинга, используемые на рынке при разработке маркетингово-коммуникационных кампаний; современные тенденции в развитии теоретической базы и практики интернет-рекламы и PR
3.2.	Уметь:
3.2.1.	использовать основные маркетинговые методики разработки и продвижения коммуникационных проектов в интернете на всех этапах жизненного цикла; создавать рекламные и PR-продукты в интернете для государственных и бизнес-структур; анализировать аудиторию сети Интернет и работать с сообществом Интернет-ресурса; производить поисковую оптимизацию маркетинговой интернет-площадки; проводить анализ эффективности маркетинговых мероприятий в сети Интернет; координировать с заказчиками маркетингово-коммуникационную кампанию в сети Интернет.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	основными маркетинговыми методиками разработки и продвижения коммуникационных проектов в интернете на всех этапах жизненного цикла; методами создания рекламных и PR-продуктов в интернете для государственных и бизнес-структур; методами практического использования изучаемых теоретических концепций, моделей, методов и технологий Интернет-маркетинга; методиками маркетингового планирования, аудита, анализа и обоснования решений в области Интернет-маркетинга; методиками разработки маркетинговых планов и проектов в сети Интернет во взаимодействии с заказчиком, а также презентации результатов маркетинго-коммуникационных проектов в сети Интернет.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Теоретические основы Интернет-маркетинга						
1.1.	Электронная коммерция: теория и методология маркетинга в сети Интернет	Лекции	7	4	ПК-4, ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.2.	Электронная коммерция: теория и методология маркетинга в сети Интернет	Практические	7	2	ПК-4, ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.3.	Электронная коммерция: теория и методология маркетинга в сети Интернет	Сам. работа	7	4	ПК-4, ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.4.	Основные концепции Интернет-маркетинга	Лекции	7	4	ПК-4, ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.5.	Основные концепции Интернет-маркетинга	Практические	7	2	ПК-4, ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.6.	Основные концепции Интернет-маркетинга	Сам. работа	7	10	ПК-4, ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.7.	Аудитория Интернета. Основные принципы работы с аудиторией сайта	Практические	7	4	ПК-4, ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.8.	Аудитория Интернета. Основные принципы работы с аудиторией сайта	Сам. работа	7	6	ПК-4, ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.9.	Анонсирование сайта в поисковых системах. Поисковая оптимизация	Практические	7	4	ПК-4, ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.10.	Анонсирование сайта в поисковых системах. Поисковая оптимизация	Сам. работа	7	8	ПК-4, ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2
Раздел 2. Технологии Интернет-маркетинга						
2.1.	Технологии Интернет-рекламы	Лекции	7	4	ПК-4, ПК-1	Л2.1, Л1.1
2.2.	Технологии баннерной рекламы	Практические	7	4	ПК-4, ПК-1	Л2.1, Л1.1
2.3.	Технологии баннерной рекламы	Сам. работа	7	4	ПК-4, ПК-1	Л2.1, Л1.1
2.4.	Технологии контекстной рекламы	Практические	7	4	ПК-4, ПК-1	Л2.1, Л1.1
2.5.	Технологии контекстной рекламы	Сам. работа	7	12	ПК-4, ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2
2.6.	Оптимизация для социальных сетей (SMO). Создание виртуального	Практические	7	2	ПК-4, ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	сообщества интернет-проекта					
2.7.	Оптимизация для социальных сетей (SMO). Создание виртуального сообщества интернет-проекта	Сам. работа	7	12	ПК-4, ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2
2.8.	Медиапланирование, вебаналитика и анализ эффективности Интернет-рекламы.	Лекции	7	2	ПК-4, ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2
2.9.	Медиапланирование, вебаналитика и анализ эффективности Интернет-рекламы.	Практические	7	2	ПК-4, ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2
2.10.	Медиапланирование, вебаналитика и анализ эффективности Интернет-рекламы.	Лекции	7	2	ПК-4, ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2
2.11.	Медиапланирование, вебаналитика и анализ эффективности Интернет-рекламы.	Практические	7	2	ПК-4, ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2
2.12.	Медиапланирование, вебаналитика и анализ эффективности Интернет-рекламы.	Сам. работа	7	10	ПК-4, ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
См. Приложение
5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)
См. Приложение
5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
См. Приложение
Приложения
Приложение 1.  ФОС Интернет-реклама и PR 2021 1 курс.docx

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Акулич, М.В.	Интернет-маркетинг : учебник	М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407
Л1.2	под общ. ред. О. Н. Жильцовой	Интернет-маркетинг .: учебник для академического бакалавриата	Юрайт, 2019	www.biblio-online.ru/book/433317E2-0D78-4247-8074-A530465C667F
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Алашкин, П.	Все о рекламе и продвижении в Интернете: научная литература	М. : Альпина Бизнес Букс, 2016	biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229721
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Сайт библиотеки АлтГУ		www.lib.asu.ru	
Э2	Электронно-библиотечная система издательства "Лань"		www.e.lanbook.com	
Э3	Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека online"		www.biblioclub.ru	
Э4	Энциклопедия маркетинга		www.marketing.spb.ru	
Э5	Курс "Интернет-реклама и PR"		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=4603	
6.3. Перечень программного обеспечения				
Microsoft Office Microsoft Windows 7-Zip AcrobatReader				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
cfin.ru - сайт "Корпоративный менеджмент" hrm.ru - электронная библиотека HR-специалистов aup.ru - Административно-управленческий портал "Менеджмент и маркетинг в бизнесе" garant.ru- Информационно-правовой портал «Гарант» consultant.ru - «КонсультантПлюс» www.scopus.com - Электронная база данных «Scopus» elibrary.ru - Научная электронная библиотека elibrary				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
415Д	специализированный компьютерный класс кафедры связей с	Учебная мебель на 16 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска

Аудитория	Назначение	Оборудование
	общественностью и рекламы - компьютерный класс - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	меловая 1шт.; системный блок: IntelCore 2 DuoE7400 -17 шт.; сервер: системный блок: AquariusIntelPentiumD; монитор: Acer V173 B -16 шт.; монитор: Acer V193W 1 шт.; телевизор Samsung
106Л	помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Стеллажи – 3 шт. осциллограф, паяльная станция, источник тока, переносные ноутбуки
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица
320Л	медиаотека, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции и практические занятия, а также самостоятельную работу. Изучение дисциплины завершается зачетом. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоновку новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий,

подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др.; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует: руководствоваться графиком самостоятельной работы, выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Зачет. Подготовка к зачету ведется на основе изучения полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы. При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеется один теоретический вопрос и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

История рекламы и связей с общественностью

рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью		
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью		
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах		
Форма обучения	Очная		
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ		
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021		
Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты: 1	
аудиторные занятия	42		
самостоятельная работа	66		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		Итого	
	Неделя	16		
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	18	18	18	18
Практические	24	24	24	24
Сам. работа	66	66	66	66
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
к.филол.наук, доцент, Комиссарова Л.М.

Рецензент(ы):
к.социол.наук, директор ИП «Василенко» (+ WEB – Актуальные интернет решения), Василенко И.А.

Рабочая программа дисциплины
История рекламы и связей с общественностью

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11
Срок действия программы: 2022-2023 уч. г.

Заведующий кафедрой
д.социол. н, профессор Ковалева А.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11
Заведующий кафедрой *д.социол. н, профессор Ковалева А.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	<p>дать знания о развитии рекламы и связей с общественностью в России и за рубежом как форм социальной коммуникации на различных исторических этапах.</p> <p>Задачи:</p> <p>дать знание об истории возникновения и развития рекламы в России и за рубежом;</p> <p>дать знание об истории возникновения и развития связей с общественностью в России и за рубежом</p> <p>научить определять культурно-исторический стиль и формы рекламных материалов.</p>
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.01

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-1	Способен создавать рекламные, PR или иные комму-никационные продукты для государственных и бизнес-структур с учетом специфики разных каналов коммуникации
ПК-4	Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	об основных этапах развития рекламы и СО в России и за рубежом и подходах к ее изучению, полную и точную информацию об исторических формах, средствах и носителях рекламной и СО-коммуникаций, о формах влияния рекламы и связей с общественностью на развитие общества.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	систематизировать исторические факты в области рекламных и СО-коммуникаций и интерпретировать их с экономической, социальной, культурной и коммуникационной точек зрения; определять эпоху создания рекламных и СО-материалов, принципы и приемы их создания, а также видеть возможности использования исторических стилей в решении актуальных задач рекламной и СО-коммуникации.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками систематизации исторических фактов и материалов в области рекламы и СО; навыками точного и адекватного актуальным коммуникационным задачам использования исторических стилей (и их отдельных элементов) при создании рекламных и СО-материалов, навыками оптимального их размещения на современных рекламных носителях, навыками прогнозирования коммуникационного эффекта от исторической стилизации в конкретной целевой аудитории.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. История развития рекламы и связей с общественностью в России и за рубежом в допечатный период.						
1.1.	Зарождение рекламы. Древний мир и античность. Формы	Лекции	1	2	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	проторекламы в Древнем мире и в античном обществе. Протоформы связей с общественностью в Древнем мире Конфессиональная, политическая реклама в античности. Регулирование рекламы в античности					
1.2.	Реклама и связи с общественностью в западноевропейской средневековой культуре. Периоды западноевропейского средневековья. Институционализированные и фольклорные формы рекламы. Способы регулирования устной рекламы. Религиозная реклама. Реклама в позднем средневековье. Связи с общественностью в Средневековье: донаторство, меценатство и др	Лекции	1	2	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.3.	Зарождение рекламы в Древнем мире или протореклама. Реклама в античном обществе. Реклама и СО в западноевропейской средневековой культуре. Реклама в России: от Средневековья к Новому времени.	Практические	1	2	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.4.	Выполнение самостоятельной работы по теме "Формы проторекламы и СО"	Сам. работа	1	28	ПК-4, ПК-1	Л2.1, Л2.2, Л2.3
Раздел 2. История и развития рекламы и связей с общественностью в эпоху развития печати						
2.1.	Изобретение типографского станка как фактор развития рекламы в Западной Европе Ранняя европейская печатная реклама. Рекламная функция типографских эмблем и экслибрисов. Информационные бюро Европы 17 в. как	Лекции	1	2	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	<p>прообраз комплексного (рекламного и СО) агентства. Развитие связей с общественностью в Западной Европе в XIX в. Североамериканская реклама и СО в XIX - начале XX века. Основные хронологические этапы развития рекламы в США XVIII-XIX веков. Ф. Т. Барнум в истории рекламы. «Патентная лихорадка» в США. Реклама в США после Гражданской войны. Истоки и практика социальной рекламы в США. Профессиональное саморегулирование рекламной деятельности в США</p>					
2.2.	<p>Развитие западноевропейской рекламы и СО в XIX веке. Неравномерность развития рекламы в XIX веке в различных европейских странах. Особенности развития рекламного дела в Англии. Иллюстрации в английской газетной рекламе. Начало теоретических обобщений рекламной деятельности. Реклама во Франции в XIX веке. Мастера французского плаката. Развитие рекламного процесса в Германии в XIX веке. Западноевропейские выставки: локальные, национальные и национальные и всемирные.</p>	Лекции	1	4	ПК-4, ПК-1	Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.3.	<p>Реклама и СО в России в XIX - начале XX века. Российская изобразительная реклама в XIX - начале XX века. Специфика развития изобразительной рекламы в России в XIX веке. Фабричные марки и торговые знаки в России</p>	Лекции	1	4	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	в XIX - начале XX века. Рекламные жанры афиши, плаката и вывески. Плакатное творчество рубежа XIX—XX веков. Фотореклама в начале XX века в России. Промышленные, сельскохозяйственные, научные и художественные выставки в России в XIX - начале XX века.					
2.4.	Развитие рекламы и СО в XIX веке в европейских странах. Этапы становления и развития связей с общественностью в Америке XIX-XX веков: «эра манипулирования» и «эра информирования». «Декларация о принципах» А. Ли как прообраз этического кодекса СО. «Эра убеждения» Э. Бернайза	Практические	1	2		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.5.	Российская изобразительная реклама в XIX - начале XX века. Реклама в российской прессе в XIX - начале XX века. протоформы связей с общественностью в российской прессе в XIX - начале XX века.Связи с общественностью в России в XIX - начале XX. Журналистика и связи с общественностью: формы взаимодействия. Жанры публицистики и PR-жанры в «Северной пчеле» Ф. В. Булгарина и Н. И. Греча	Практические	1	4	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.6.	Выполнение комплексной самостоятельной работы ко второму разделу	Сам. работа	1	18		Л2.1, Л2.2, Л2.3
Раздел 3. История и развития рекламы и связей с общественностью в эпоху информационной революции в России и за рубежом						
3.1.	Реклама и связи с общественностью в советское время. Плакатная реклама во	Лекции	1	4	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	времена НЭПа: Маяковский В., Родченко А. Социальная и государственная реклама и пропаганда в Великую Отечественную войну. Послевоенная реклама СССР. Реклама в России в перестройку. Политическая и социальная реклама 90-ых. Зарубежная реклама и СО во второй половине XX века. Организация и расцвет рекламных агентств в США. Современная российская и зарубежная реклама и СО в эпоху цифровых медиа и Интернета					
3.2.	Занятие-дискуссия на тему "Существовала ли советская реклама".	Практические	1	2	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3
3.3.	Связи с общественностью в России и за рубежом конца XX - нач. XXI века	Практические	1	4	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3
3.4.	Развитие печатной, радио-рекламы в XX-XI вв. за рубежом. Возникновение и развитие ТВ-рекламы. Реклама конца XX- нач. XXI в.в. за рубежом	Практические	1	4	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3
3.5.	История возникновения и развития известных зарубежных и российских брендов	Практические	1	6	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3
3.6.	Подготовка докладов-презентаций по зарубежной рекламе и СО XX-XI вв	Сам. работа	1	20	ПК-4, ПК-1	Л2.1, Л2.2, Л2.3

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
См. приложение
5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)
См. приложение
5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

См. приложение

Приложения

Приложение 1.  [FOS Istoria reklamy i PR++.docx](#)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Ученова, Виктория Васильевна	История рекламы : учеб. для вузов	М. : ЮНИТИ-[ДАНА], , 2008.	

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Трушина, Л.Е.	История отечественной и зарубежной рекламы : учебник	М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016	URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453360
Л2.2	Евстафьев, В.А	История российской рекламы: современный период : учебное пособие	М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», , 2017	URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450739
Л2.3	Девлетов, О.У	История отечественной рекламы за 150 лет (1840–1990): учебное пособие для студентов вузов	М. ; Берлин : Директ-Медиа, , 2016	URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429705

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

	Название	Эл. адрес
Э1	История рекламы и связей с общественностью	adindex.ru, sostav.ru, advertology.ru
Э2	Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета	http://elibrary.asu.ru/
Э3	Научная электронная библиотека elibrary	http://elibrary.ru
Э4	Курс	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=2404

6.3. Перечень программного обеспечения

Microsoft Office
Microsoft Windows
7-Zip
AcrobatReader

6.4. Перечень информационных справочных систем

Информационно-правовой портал «Гарант» (<http://garant.ru>)
 «КонсультантПлюс» (<http://consultant.ru>)
 Электронная база данных «Scopus» (<http://www.scopus.com>)
 Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (<http://elibrary.asu.ru/>)
 Научная электронная библиотека elibrary (<http://elibrary.ru>)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
320Л	медиаотека, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица
307Д	лаборатория проектирования интегрированных коммуникаций кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 19 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; телевизор: HD Samsung 22"; учебные пособия; плакаты; наглядные пособия; презентационные материалы
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции и практические занятия, а также самостоятельную работу. Изучение курса завершается экзаменом. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоновку новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и

представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует:

руководствоваться графиком самостоятельной работы,

выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях

неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Экзамен. Подготовка к экзамену ведется на основе полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы. При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеется один теоретический вопрос и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Маркетинг в рекламе и связях с общественностью рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам
в том числе:		экзамены: 5
аудиторные занятия	40	
самостоятельная работа	41	
контроль	27	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	3 (5)		Итого	
	Неделя 16			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	18	18	18	18
Практические	22	22	22	22
Сам. работа	41	41	41	41
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
канд.социол.н., доцент, Василенко И.А.

Рецензент(ы):
ООО "ПРАЙМ СИБИРЬ", директор, Дьячко В.П.

Рабочая программа дисциплины
Маркетинг в рекламе и связях с общественностью

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2022 г. № 8
Срок действия программы: 2023-2026 уч. г.

Заведующий кафедрой
д.социол.н., профессор Ковалева А.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2022 г. № 8
Заведующий кафедрой *д.социол.н., профессор Ковалева А.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Целью изучения дисциплины является предоставление студентам знаний по основам теории, методологии и практики маркетинговой деятельности на предприятиях; обучение студентов управлению маркетинговой деятельностью в организациях различных отраслей и сфер деятельности; содействие формированию у студентов маркетингового образа мышления в исполнении ими профессиональных обязанностей.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.В.01**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-2	Способен осуществлять маркетинговые исследования в области СМИ
ПК-2.1	Знает: маркетинговые технологии; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации
ПК-2.2	Умеет: находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей; составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования
ПК-2.3	Владеет навыками: поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; анализа имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ; определения целевой аудитории по требителям продукции СМИ; контроля выполнения договора, приемки результатов маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ
ПК-3	Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии государственных и бизнес-структур для продвижения продукции СМИ
ПК-3.1	Знает: маркетинговые технологии и технологии бренд менеджмента; технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов; организацию системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж
ПК-3.2	Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение
ПК-3.3	Владеет: навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий; выбора маркетинговых технологий и инструментов для до несения до потребителя необходимой информации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	содержание основных теорий маркетинга, их места и роли в современных экономических и социальных процессах в России; сущность, назначение и место маркетинга в функциональной структуре управления организациями, выгоды от его профессионального применения; принципы, методы и приемы разработки маркетинговой стратегии компании; методы сбора данных, их анализа, синтеза и выработки конкретных рекомендаций;
3.2.	Уметь:

3.2.1.	проектировать структуру маркетинговых служб предприятия, организовывать и планировать ее деятельность, разрабатывать проекты маркетинговых исследований; под контролем формировать товарную стратегию и политику фирмы, продвигать на рынок продукцию; под контролем совершенствовать сбытовую деятельность; применять законодательные акты в маркетинговой деятельности.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	маркетинговой организационной культурой, способен к продуктивному общению с партнерами, заключению выгодных сделок; приемами и методами реализации маркетинговых мероприятий, осуществления выбор наиболее эффективных и результативных направлений развития предприятия; навыками принимать участие в управлении маркетинговыми службами предприятий, осуществлять планирование и оперативный контроль над выполнением планов маркетинга; проводить мероприятия по сбору данных о рынках, формированию имиджа компании, повышению эффективности ее деятельности на рынке.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Раздел 1. Сущность и содержание маркетинга.						
1.1.	Понятие и сущность концепции маркетинга.	Лекции	5	2	ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1
1.2.	Понятие и сущность концепции маркетинга.	Практические	5	2	ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1
1.3.	Понятие и сущность концепции маркетинга.	Сам. работа	5	2	ПК-3.2, ПК-2.1, ПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1
1.4.	Маркетинг в цифровую эпоху.	Практические	5	2	ПК-2.1, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1
1.5.	Маркетинг в цифровую эпоху.	Сам. работа	5	2	ПК-3.1, ПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1
Раздел 2. Раздел 2. Маркетинг как система управления.						
2.1.	Сущность и комплексный анализ рынка.	Лекции	5	2	ПК-3.3, ПК-2.1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5,

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
						Л1.6, Л1.7, Л2.1
2.2.	Сущность и комплексный анализ рынка.	Практические	5	2	ПК-3.2, ПК-2.1, ПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1
2.3.	Сущность и комплексный анализ рынка.	Сам. работа	5	4	ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.2, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1
2.4.	Система маркетинговой информации и маркетинговых исследований.	Лекции	5	2	ПК-3.2, ПК-2.1, ПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1
2.5.	Система маркетинговой информации и маркетинговых исследований.	Практические	5	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1
2.6.	Система маркетинговой информации и маркетинговых исследований.	Сам. работа	5	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1
2.7.	Сегментирование: понятие, принципы, критерии и методы.	Лекции	5	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1
2.8.	Сегментирование: понятие, принципы, критерии и методы.	Практические	5	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1
2.9.	Сегментирование: понятие, принципы, критерии и методы.	Сам. работа	5	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1
Раздел 3. Раздел 3. Стратегии, технологии и инструменты маркетинга.						
3.1.	Товарная политика: понятие, элементы, циклы развития.	Лекции	5	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1
3.2.	Товарная политика: понятие, элементы, циклы развития.	Практические	5	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5,

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
						Л1.6, Л1.7, Л2.1
3.3.	Товарная политика: понятие, элементы, циклы развития.	Сам. работа	5	3	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1
3.4.	Ценовая политика: определение, факторы влияния в маркетинге.	Лекции	5	2	ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1
3.5.	Ценовая политика: определение, факторы влияния в маркетинге.	Практические	5	2	ПК-3.1, ПК-2.1, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1
3.6.	Ценовая политика: определение, факторы влияния в маркетинге.	Сам. работа	5	8	ПК-3.3, ПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1
3.7.	Концепция и технологии позиционирования.	Лекции	5	2	ПК-3.2, ПК-2.1, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1
3.8.	Концепция и технологии позиционирования.	Практические	5	2	ПК-3.2, ПК-2.2, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1
3.9.	Концепция и технологии позиционирования.	Сам. работа	5	8	ПК-3.1, ПК-3.3, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1
3.10.	Разработка маркетинговой стратегии компании.	Лекции	5	2	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1
3.11.	Разработка маркетинговой стратегии компании.	Практические	5	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1
3.12.	Разработка маркетинговой стратегии компании.	Сам. работа	5	4	ПК-3.1, ПК-3.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
3.13.	Программа маркетинговой деятельности предприятия и система маркетингового контроля.	Лекции	5	2	ПК-3.1, ПК-3.3, ПК-2.1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1
3.14.	Программа маркетинговой деятельности предприятия и система маркетингового контроля.	Сам. работа	5	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1
3.15.	Программа маркетинговой деятельности предприятия и система маркетингового контроля.	Практические	5	2	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в он-лайн курсе на образовательном портале "Цифровой университет АлтГУ - <https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=11156>

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ ПК-2: Способен осуществлять маркетинговые исследования в области СМИ

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА (15)

Вопрос 1. Что является целью медиаисследования?

- а. Создать информационно-аналитическую базу для принятия маркетинговых решений
- б. Совершенствовать общее представление о медиа, как явлении и процессе
- в. Получить информацию о конкурентах

Ответ: а

Вопрос 2. Объективность как принцип исследования – это:

- а. учет возможных погрешностей при измерении того или иного явления
- б. получение адекватных данных за счет обеспечения научных принципов их сбора и проведения
- в. изучение явлений и процессов в их взаимосвязи и развитии

Ответ: а

Вопрос 3. Данные исследований компании Mediascop – это

- а. результаты синдикативных исследований
- б. первичная информации
- в. заказное корпоративное исследование

Ответ: а

Вопрос 4. Вид исследования, в котором изучаются медиапредпочтения аудитории – это:

- а. дискриптивное
- б. каузальное

Ответ: а

Вопрос 5. Принцип достоверность при проведении исследования – это:

- а. соизмеримость полученных результатов с затратами на проведение исследования
- б. получение адекватных данных за счет обеспечения научных принципов их сбора и проведения
- в. изучение явлений и процессов в их взаимосвязи и развитии

Ответ: б

Вопрос 6. Выберите более емкое понятие:

- а. исследование аудитории
- б. исследование телесмотрения
- в. медиаисследования

Ответ: в.

Вопрос 7. Взаимосвязанный набор систем данных, инструментов и методик, поддерживаемый программным обеспечением, с помощью которого компания собирает и интерпретирует информацию для принятия управленческих решений:

- а. система собственных маркетинговых исследований
- б. Маркетинговая база данных
- в. Маркетинговая информационная система

Ответ: в.

Вопрос 8. Существует ли единый типовой образец МИС?

- а. да
- б. нет

Ответ: б

Вопрос 9. Что относится к вторичной информации?

- а. результаты исследований, опубликованные в открытых источниках
- б. план медиаисследования
- в. инструментарий медиаисследования

Ответ: а

Вопрос 10. Что относится к качественным методам исследования?

- а. составление рейтингов СМИ
- б. фокус-группа
- в. опрос

Ответ: б.

Вопрос 11. Ключевая характеристика дескриптивного исследования:

- а. проверка причинно-следственных связей между изучаемыми явлениями
- б. описание тех или иных аспектов реальной маркетинговой ситуации
- в. Использование только вторичной маркетинговой информации

Ответ: б

Вопрос 12. Гипотеза исследования – это:

- а. определение действий по смягчению проявления проблем
- б. вероятностное суждение о возможных путях решения поставленных проблем
- в. аналитическое обоснование выявленных проблем

Ответ: б

Вопрос 13. В чем цель каузального исследования?

- а. в сборе предварительной информации, предназначенной для более точного определения проблемы
- б. в поиске первичной информации
- в. обосновании гипотез, определяющих содержание выявленных причинно-следственных связей

Ответ: в

Вопрос 14. Источники внешней вторичной информации:

- а. данные ABC-анализа, SWOT – анализа, информация сети торговых корреспондентов
- б. официальные отчеты фирм, специальные издания, Интернет, данные государственной статистики
- в. информация компании: отчеты, результаты исследований

Ответ: б

Вопрос 15. В чем отличие первичной информации от вторичной?

- а. собрана ранее, для других целей
- б. служит для проверки причинно-следственных связей между изучаемыми явлениями
- в. собрана впервые – для конкретного исследования

Ответ: в.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА (20)

Вопрос 1. Какую роль играют медиаисследования в компании?

Ответ: Медиаисследования позволяют сформировать портрет целевой аудитории, помогают выстраивать эффективное медиапланирование, обеспечивают руководство компании своевременной и достоверной информацией при принятии управленческих решений.

Вопрос 2. Составьте определение медиаисследований.

Ответ: Медиаисследования – это систематическое и объективное выявление, сбор, анализ, распространения и использование информации для повышения эффективности идентификации возможностей компании и решения существующих проблем.

Вопрос 3. Опишите основные этапы медиаисследования.

Ответ: Определение проблемы исследования, разработка подхода к решению проблемы, формулировка плана исследования, проведение полевых работ, подготовка и анализ данных, составление отчета.

Вопрос 4. Дайте характеристику исследованию, направленному на определение проблемы.

Ответ: Это исследование, которое предпринимается, что бы помочь идентифицировать неочевидные проблемы, либо существующие, либо такие, которые могут возникнуть в будущем.

Вопрос 5. Приведите примеры медиаисследований, направленных на решение проблемы.

Ответ: Исследования по сегментации аудитории, исследование медиапродукта, исследование каналов продвижения медиапродукта.

Вопрос 6. Приведите пример медиаисследований, направленных на определение проблемы.

Ответ: исследование потенциала медиарынка, исследование доли аудитории, исследование медиапредпочтений аудитории.

Вопрос 7. Дайте определение системе поддержки принятия решений.

Ответ: Это информационная система, которая позволяет ЛПР взаимодействовать непосредственно с базами данных и моделями анализа. Компоненты системы включают аппаратное обеспечение и коммуникационную сеть, базу ПО.

Вопрос 8. Перечислите преимущества СППР перед маркетинговой информационной системой.

Ответ: помогает при решении неструктурированных проблем, использует математические и статистические модели, имеет дружелюбный интерфейс, гибкие настройки.

Вопрос 9. Дайте определение внешним субъектам исследованию и приведите пример.

Ответ: Это независимые компании, самостоятельно проводящие медиаисследования и привлекаемые для их проведение. Например, НАФИ, Mediascop.

Вопрос 10. Перечислите этапы плана исследования.

Ответ: Анализ вторичной информации, качественные исследования, сбор количественных данных, измерение и шкалирование, разработка инструментария, определение размера выборки, план анализа данных.

Вопрос 11. Перечислите возможные элементы исследовательского отчета.

Ответ: В отчете должны быть письменно изложены результаты и интерпретация данных, полученных в ходе исследования. Так же по запросу предоставляется отчет о ходе исследования и вся собранная для анализа информация.

Вопрос 12. Что значит «медиаметрия четырех экранов»?

Ответ: Это синхронное отслеживание телесмотрения на мобильных экранах, экранах ПК и ТВ.

Вопрос 13. Перечислите элементы системы показателей медиаизмерений телевизионной аудитории.

Ответ: рейтинг, накопленный рейтинг, средний рейтинг, доля аудитории, среднесуточная доля телеканала, охват, объем телесмотрения.

Вопрос 14. Опишите автоматизированный способ медиаизмерения телесмотрения.

Ответ: Это пиплметрия. Электронный регистратор (пиплметр) подключается к каждому телевизору в домохозяйстве, члены которого стали респондентами в исследовании. Регистратор записывает все переключения по каналам каждого из членов домохозяйства старше 4-х лет.

Вопрос 15. В чем главная особенность телевизионных измерений?

Ответ: Главная особенность состоит в том, что отобранные респонденты опрашиваются постоянно в течение длительного периода времени, это так называемые панельные исследования. Телевизионная панель представляет собой модель реального населения на анализируемой территории.

Вопрос 16. Какие факторы влияют на объемы медиаизмерений?

Ответ: В первую очередь – объем рекламного рынка. Медиаизмерения - это валюта продажа рекламы и рекламодатели заинтересованы в проведении подобных исследований. Второй фактор – развитие медиаинфраструктуры региона, проникновение интернета. Третий фактор – стандарты медиаизмерений.

Вопрос 17. Опишите автоматизированные методы медианализа наружной рекламы.

Ответ: Медиаизмерения наружной рекламы основываются на данных мобильных операторов. Это базы данных мониторинга наружной рекламы (ODASTAT) и рейтинги (ODAPLAN).

Вопрос 18. Что такое технология Mobile People Meter?

Ответ: Это ПО, устанавливаемое на смартфоны респондентов, которое в фоновом режиме регистрирует акустические данные. То есть записывает окружение респондента, сравнивает с эталонным и описывает телесмотрение. Технология позволяет учитывать дополнительные параметры респондентов: род занятий, семейное положение, доход.

Вопрос 19. Какие вы знаете компании, продающие результаты исследований?

Ответ: Медиаскоп, РБК, ВЦИОМ.

Вопрос 20. На что направлены качественные исследования медиа?

Ответ: На изучение эффекта воздействия СМК, общественное мнение, анализ содержания контента, тестирование рекламных сообщений.

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ ПК-3: Способен разрабатывать и представлять

маркетинговые стратегии государственных и бизнес-структур для продвижения продукции СМИ

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1: Рынок товара, на котором существует его постоянный дефицит и покупателю приходится прилагать дополнительные усилия по приобретению данного товара, принято считать:

- а. дефицитным рынком;
- б. рынком продавца
- в. рынком конкурента
- г. рынком покупателя

Ответ: б

Вопрос 2. Определений маркетинга существует множество, но у них есть общее. Это:

- а. приоритет производителя
- б. приоритет покупателя
- в. приоритет посредника
- г. приоритет потребителя

Ответ: б

Вопрос 3. Какую стратегию реализует предприятие, которое учитывает свои интересы, интересы потребителей и обеспечивающее сохранение окружающей среды?

- а. концепцию 4P
- б. концепцию интенсификации коммерческих усилий
- в. концепцию совершенствования товара
- г. концепцию социально-этичного маркетинга.

Ответ: г

Вопрос 4. Макросреда маркетинга – это

- а. состояние экономики, демографии, политики, права, культуры, науки и техники, окружающей среды
- б. деятельность поставщиков, конкурентов, посредников, клиентов и контактных аудиторий;
- в. законодательство
- г. деятельностью государственных органов управления

Ответ: а

Вопрос 5. К маркетинговым факторам, влияющим на покупательское поведение относят:

- а. возраст
- б. цена товара
- в. восприятие
- г. образ жизни

Ответ: б

Вопрос 6. Производить то, что хочет покупатель и то, что он может купить в данный момент времени – это...

- а. идея маркетинга
- б. цель маркетинга
- в. функция маркетинга
- г. стратегия маркетинга

Ответ: б

Вопрос 7. Основные понятия, отражающие сущность маркетинга - это

- а. нужда, потребность
- б. запрос, товар
- в. обмен, сделка
- г. рынок

Ответ: все ответы верны

Вопрос 8. Стимулирующий маркетинг применяется при:

- а. отрицательном спросе
- б. скрытом спросе
- в. отсутствии спроса
- г. нерациональном спросе

Ответ: в

Вопрос 9. Противодействующий маркетинг применяется при:

- а. чрезмерном спросе
- б. нерациональном спросе
- в. падающем спросе
- г. отрицательном спросе

Ответ: б

Вопрос 10. Маркетинговые исследования – это:

- а. синоним исследований рынка

б. сбор, упорядочивание, анализ и обобщение данных для обнаружения и решения маркетинговых проблем
в. постоянно действующая система сбора, классификации, анализа, оценки и распространения маркетинговой информации.

г. все ответы верны

Ответ: б

Вопрос 11. Маркетинговая деятельность выступает как:

а. самостоятельный вид деятельности

б. функция менеджмента

в. коммерческая деятельность

г. все варианты верны

Ответ: а, в.

Вопрос 12. Данные, накапливаемые в компаниях:

а. как правило содержат ошибки

б. почти всегда носят неполный, фрагментарный характер

в. редко накапливаются специально для решения задач

г. нередко имеют большой объем, но плохо структурированы

Ответ: а, в, г.

Вопрос 13. Наценка должна учитывать:

а. объем продаж

б. скорость оборачиваемости товарных запасов

в. особенности спроса

г. все варианты верны

Ответ: г

Вопрос 14. Точка безубыточности - это

а. цена, при которой предприятие начинает получать прибыль

б. объем производства, при котором производитель работает без убытков

в. уровень затрат, необходимый для производства

г. все ответы верны

Ответ: а

Вопрос 15. Как называется стратегия, при которой организация, имеющая сильные конкурентные позиции находится на медленно растущем рынке?

а. конгломеративная

б. сокращение

в. вертикальная интеграция

г. концентрическая диверсификация.

Ответ: г

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Чего требует использование компанией стратегии усиления позиций на рынке?

Ответ: Такая стратегия требует больших маркетинговых усилий, финансовых вложений в продвижение и производство. Возможна «горизонтальная интеграция».

Вопрос 2. Перечислите факторы, влияющие на выбор маркетинговой стратегии.

Ответ: состояние отрасли, активность конкурентов, наличие ресурсов у компании.

Вопрос 3. Компания имеет слабые конкурентные позиции, но рынок растет быстро. Какую стратегию выбрать?

Ответ. Необходимо пересмотреть стратегию концентрации.

Вопрос 4. Стратегия оптимальных издержек – это...

Ответ: Это создание повышенной ценности, отвечающей или превышающей покупательские ожидания. При этом цена остается на уровне конкурентов или ниже.

Вопрос 5. Какие факторы формируют конкурентное окружение?

Ответ: потребители, поставщики, потенциальные и существующие хозяйствующие субъекты, замещающие товары.

Вопрос 6. Что относится к конкурентным преимуществам низкого ранга и почему они таковыми являются?

Ответ: К конкурентным преимуществам низкого ранга относятся сырье, дешевая рабочая сила и масштабы производства. Они легкодоступны конкурентам и широко распространены.

Вопрос 7. Что относится к основным сферам принятия решений в маркетинговой коммуникации?
Ответ: выбор стратегии сбытовой коммуникации, стратегии по выбору коммуникативных каналов, стратегии по охвату целевого рынка, стратегии коммуникации при выходе на рынок/рынки.

Вопрос 8. Какие цели создания плана маркетинга?

Ответ: систематизация, формальное описание идей руководителей компании, донесение их до сотрудников, установление целей маркетинга, обеспечение контроля их достижения, концентрация и разумное распределение ресурсов фирмы.

Вопрос 9. Перечислите последовательность разделов плана маркетинга.

Ответ: основные итоги деятельности за предыдущий период, анализ и прогноз развития экономики и целевого рынка, выдвигаемые цели преимущественно в количественном выражении с выделением главной цели, стратегии поведения предприятия на рыночных сегментах, мероприятия товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политик с указанием ответственных исполнителей и сроков выполнения, бюджетный план маркетинга (маркетинговый бюджет).

Вопрос 10. Вам нужно выбрать каналы распространения рекламы. Какие критерии будете анализировать?

Ответ: Охват, доступность, стоимость, авторитетность, аудиторию.

Вопрос 11. В чем разница между традиционной и современной концепциями маркетинга?

Ответ: В традиционной концепции маркетинг является дополнительным инструментом, его применение ограничено продажами и распространением товара. В современной концепции маркетинг является одним из главных инструментов компании, так как основной капитал компании – потребитель.

Вопрос 12. Перечислите виды сегментации.

Ответ: сегментирование потребительского рынка, сегментирование по географическому признаку, по демографическому признаку, по отношению к товару, по стилю потребления, по психографическому признаку, по операционному признаку.

Вопрос 13. Перечислите стратегии позиционирования товара или услуги.

Ответ: позиционирование по атрибуту, по выгоде, по цене, конкурентное позиционирование, позиционирование по категории, позиционирование по потребителю.

Вопрос 14. Какие преимущества и недостатки ABC-анализа вы знаете?

Ответ: ABC-анализ является универсальным маркетинговым инструментом, поэтому с его помощью анализируют товары компании, клиентов, персонал, поставщиков. Простота этого метода классификации ресурсов и адаптивность позволяют применять его в разных сферах бизнеса. ABC-анализ помогает более точно прогнозировать спрос и избежать лишних расходов на производство, а также хранение продукции. Он предоставляет возможность усовершенствовать стратегию ценообразования, оптимизировать ресурсы и финансовые затраты, повысить эффективность управления запасами. К минусам ABC-анализа относят следующие факторы:

- необходимость регулярного проведения анализа;
- неточность, поскольку не предоставляет полной картины.

Вопрос 15. В чем суть CRM-маркетинга и какие его основные инструменты?

Ответ: CRM маркетинг — это бизнес-подход, который подразумевает анализ, контроль и улучшение взаимоотношений с клиентами. Такая работа требует использования CRM-системы — программного обеспечения для автоматизации взаимодействия с пользователями.

Вопрос 16. Дайте характеристику методу custdev

Ответ: Метод custdev был предложен предпринимателем Стивом Бланком, который говорил, что прежде, чем разработать продукт, необходимо убедиться в правильном определении потребности. Только так можно создать товар или услугу, решающую проблему целевой аудитории.

Custdev помогает создавать и развивать продукт не на основании собственных предположений, а на основании мнений и взглядов потенциальных клиентов. Для этого проводят глубинные интервью, создают опросы, запускают A/B тестирование. В классической версии методология customer development описывает весь путь построения стартапа.

Вопрос 17. Зачем и как считать показатель LTV? Как его увеличить?

Ответ: LTV или Lifetime Value (с англ. пожизненная ценность клиента) — это показатель прибыли, которую компания получает за все время взаимодействия с конкретным покупателем. Удержание существующих клиентов обходится компании в несколько раз дешевле, чем привлечение новых. LTV = прибыль от клиента - расход на его привлечение и удержание. Низкий уровень LTV, в первую очередь,

обусловлен плохим качеством товаров и обслуживания, слабой конкурентоспособностью, недостаточно продуманной коммуникацией.

Вопрос 18. О чем нам говорит метрика CSI?

Ответ: Метрика CSI позволяет исследовать удовлетворенность потребителя в разных направлениях. С помощью этого показателя компании узнают, насколько покупатели довольны взаимодействием с брендом, ценовой политикой, ассортиментом, качеством товара или услуги.

Этот показатель отражает мнение пользователей в числовом эквиваленте. Он помогает выявить слабые стороны комплекса маркетинга, оценить качество обслуживания, проанализировать удовлетворенность покупателей в разных сегментах целевой аудитории. CSI позволяет узнать не только отношение клиентов к компании и характеристикам продукта, но и понять, насколько эти характеристики важны для них.

Вопрос 19. В чем суть RFM-анализа в маркетинге?

Ответ: Это подход в маркетинге, который предполагает сегментацию базы клиентов на основании давности, частоты и суммы покупок. RFM анализ позволяет отслеживать покупательскую активность клиентов, а также выявлять группы наиболее и наименее лояльных покупателей. Собранный информация помогает увидеть, кто приносит компании наибольшую, а кто наименьшую прибыль. Согласно закону Парето, 80% прибыли компании приносит всего 20% клиентов. Поэтому, выявив этих покупателей, вы сможете сосредоточить свои маркетинговые усилия на повышении их уровня удержания и LTV.

Вопрос 20. Какие методы составления бюджета маркетинга вы знаете?

Ответ: Планировать бюджет маркетинга можно следующими способами.

- Отталкиваясь от целевой прибыли, то есть планировать бюджет так, чтобы достичь желаемых показателей.
- Исходя из оптимизации прибыли, то есть так, чтобы предприятие не только получало стабильных доход, но и росло в желаемом темпе.
- Основываясь на прогнозах. Для этого нужно проводить маркетинговые исследования и анализ. В итоге компания получает комплекс показателей, на основании которых можно составить более точный маркетинговый план.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

"зачтено" - верно выполнено более 50% заданий; "не зачтено" - верно выполнено 50% и менее 50% заданий;

"отлично" - верно выполнено 85-100% заданий; "хорошо"-верно выполнено 70-84% заданий;

"удовлетворительно" - верно выполнено 51-69% заданий; "неудовлетворительно" - верно выполнено 50% или менее 50% заданий.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ.

«Отлично» (зачтено): Ответ полный, развернутый. Вопрос точно и исчерпывающе передан, терминология сохранена, студент превосходно владеет основной и дополнительной литературой, ошибок нет.

«Хорошо» (зачтено): Ответ полный, хотя краток, терминологически правильный, нет существенных недочетов. Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.

«Удовлетворительно» (зачтено): Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.

«Неудовлетворительно» (не зачтено): Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен. Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Не предусмотрено.

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра экзамена.

Для обучающихся, не получивших экзаменационную оценку по результатам текущей успеваемости, организуется устный экзамен в виде опроса по пройденному материалу.

Контрольно-измерительный материал для экзамена формируется из заданий открытого типа текущего контроля, размещенных в Контрольных вопросах и заданиях для проведения текущей аттестации по

дисциплине, а также заданий текущего контроля в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ». Количество заданий в письменном опросе для промежуточной аттестации - 5.
КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ.

«Отлично» (зачтено): Ответ полный, развернутый. Вопрос точно и исчерпывающе передан, терминология сохранена, студент превосходно владеет основной и дополнительной литературой, ошибок нет.

«Хорошо» (зачтено): Ответ полный, хотя краток, терминологически правильный, нет существенных недочетов. Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.

«Удовлетворительно» (зачтено): Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.

«Неудовлетворительно» (не зачтено): Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен. Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Е. Е. Кузьмина	Маркетинг: учебник и практикум для СПО	М. : Издательство Юрайт, 2022	https://urait.ru/book/marketing-491625
Л1.2	Карасев А.П.	МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ 2-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для СПО: Гриф УМО СПО	М.:Издательство Юрайт, 2022	https://urait.ru/viewer/marketingovye-issledovaniya-489822#page/1
Л1.3	Реброва Н.П.	ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА. Учебник и практикум для СПО: Гриф УМО СПО	М.:Издательство Юрайт, 2022	https://urait.ru/viewer/osnovy-marketinga-489738
Л1.4	Каложнова, Н. Я.	Современные модели маркетинг: : учебное пособие для вузов	Юрайт, 2022	https://urait.ru/bcode/492979
Л1.5	Лукичёва Т. А.	Маркетинг: учебник и практикум для вузов	Юрайт, 2022	https://urait.ru/bcode/489171
Л1.6	Божук С. Г.	Маркетинговые исследования: учебник для вузов	Юрайт, 2022	https://urait.ru/bcode/490827
Л1.7	Реброва Н. П.	Стратегический маркетинг : учебник и практикум для вузов	Москва: Издательство Юрайт, 2022	https://urait.ru/bcode/491324
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Реброва Н. П.	Маркетинг: Учебник и практикум для вузов	Москва: Изд-во ЮРАЙТ, 2023	https://urait.ru/book/marketing-511398
Л2.2	Скобкин, С. С.	Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для академического бакалавриата	Москва : Издательство Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/514813
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				

	Название	Эл. адрес
Э1	курс "Маркетинг в рекламе и связях с общественностью"	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=11156
Э2	Энциклопедия маркетинга	www.marketing.spb.ru
Э3	портал РБК	http://marketing.rbc.ru
Э4	сайт Высокий брендинг	http://newbranding.ru/
Э5	журнал 4P маркетинг	www.4p.ru
Э6	журнал Маркетинг PRO	www.marketingpro.ru
Э7	административно-управленческий портал по маркетингу и бизнесу	www.aup.ru
Э8	официальный сайт Российской ассоциации маркетинга	www.ram.ru

6.3. Перечень программного обеспечения

Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно);
Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно);
Chrome (<http://www.chromium.org/chromium-os/licenses>), (бессрочно);
7-Zip (<http://www.7-zip.org/license.txt>), (бессрочно);
AcrobatReader
(http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно);
ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (<https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/>), (бессрочно);
LibreOffice (<https://ru.libreoffice.org/>), (бессрочно);
Веб-браузер Chromium (<https://www.chromium.org/Home/>), (бессрочно);
Антивирус Касперский (<https://www.kaspersky.ru/>), (до 23 июня 2024);
Архиватор Ark (<https://apps.kde.org/ark/>), (бессрочно);
Okular (<https://okular.kde.org/ru/download/>), (бессрочно);
Редактор изображений Gimp (<https://www.gimp.org/>), (бессрочно)

6.4. Перечень информационных справочных систем

Информационно-правовой портал «Гарант» (<http://garant.ru>)
«КонсультантПлюс» (<http://consultant.ru>)
Электронная база данных «Scopus» (<http://www.scopus.com>)
Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (<http://elibrary.asu.ru/>)
Научная электронная библиотека elibrary (<http://elibrary.ru>)
Образовательная платформа для университетов и колледжей. <https://urait.ru/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)

Аудитория	Назначение	Оборудование
307Д	лаборатория проектирования интегрированных коммуникаций кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 19 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; телевизор: HD Samsung 22"; учебные пособия; плакаты; наглядные пособия; презентационные материалы
320Л	медиа-тека, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции и практические занятия, а также самостоятельную работу. Изучение курса завершается экзаменом. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Лекция. Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоновку новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие. Практическое занятие – форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения. Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию

преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Самостоятельная работа. Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам:

- учебных и учебно-методических пособий;
- тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др;
- перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины;
- информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др.

Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует: руководствоваться графиком самостоятельной работы, выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Экзамен. Подготовка к экзамену ведется на основе полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы. При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеется один теоретический вопрос и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Медиапланирование в рекламной и PR-деятельности

рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты:	4
аудиторные занятия	42		
самостоятельная работа	66		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (4)		Итого	
	18			
Неделя	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	18	18	18	18
Практические	24	24	24	24
Сам. работа	66	66	66	66
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
к.социол.н., доцент, Василенко И.А.

Рецензент(ы):
ООО "ПРАЙМ СИБИРЬ", директор, Дьячко В.П.

Рабочая программа дисциплины
Медиапланирование в рекламной и PR-деятельности

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Срок действия программы: 2023-2026 уч. г.

Заведующий кафедрой
д.социол.н., профессор А.В. Ковалева

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Заведующий кафедрой *д.социол.н., профессор А.В. Ковалева*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Целью изучения дисциплины является освоение принципов и алгоритмов медиапланирования как одной из составляющих процесса планирования медиакампаний, рассмотрение отдельных средств массовых коммуникаций, специфики их функций и воздействия на аудиторию, их характеристики в качестве средств рекламы.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.01

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-2	Способен осуществлять маркетинговые исследования в области СМИ
ПК-2.1	Знает: маркетинговые технологии; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации
ПК-2.2	Умеет: находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей; составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования
ПК-2.3	Владеет навыками: поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; анализа имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ; определения целевой аудитории по потребителям продукции СМИ; контроля выполнения договора, приемки результатов маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ
ПК-3	Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии государственных и бизнес-структур для продвижения продукции СМИ
ПК-3.1	Знает: маркетинговые технологии и технологии бренд менеджмента; технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов; организацию системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж
ПК-3.2	Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение
ПК-3.3	Владеет: навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий; выбора маркетинговых технологий и инструментов для до несения до потребителя необходимой информации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	маркетинговые технологии и технологии брендменеджмента; технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов; организацию системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж.
3.2.	Уметь:

3.2.1.	разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение;
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий; выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Основные понятия и показатели медиапланирования						
1.1.	Основные понятия медиапланирования	Лекции	4	2	ПК-2.1, ПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.2.	Основные понятия медиапланирования	Практические	4	4	ПК-2.1, ПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.3.	Основные понятия медиапланирования	Сам. работа	4	10	ПК-2.1, ПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.4.	Этапы медиапланирования	Лекции	4	2	ПК-3.1, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.5.	Этапы медиапланирования	Практические	4	4	ПК-3.1, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.6.	Этапы медиапланирования	Сам. работа	4	10	ПК-3.1, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.7.	Расчет основных показателей медиаплана	Лекции	4	4	ПК-3.1, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.8.	Расчет основных показателей медиаплана	Практические	4	4	ПК-3.1, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.9.	Расчет основных показателей медиаплана	Сам. работа	4	10	ПК-3.1, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.10.	Основные методы создания оптимального медиаплана	Лекции	4	2	ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.11.	Основные методы создания оптимального медиаплана	Практические	4	6	ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.12.	Основные методы создания оптимального медиаплана	Сам. работа	4	10	ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.13.	Стратегия и тактика медиапланирования	Лекции	4	2	ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.14.	Стратегия и тактика медиапланирования	Практические	4	2	ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.15.	Стратегия и тактика медиапланирования	Сам. работа	4	10	ПК-3.1, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.16.	Особенности выбора конкретных носителей продвижения	Лекции	4	6	ПК-2.2, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.17.	Особенности выбора конкретных носителей продвижения	Практические	4	4	ПК-2.2, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.18.	Особенности выбора конкретных носителей продвижения	Сам. работа	4	16	ПК-2.2, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ» - <https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=5019>

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ ПК-3: Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии государственных и бизнес-структур для продвижения продукции СМИ.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Отношение доли представителей целевой группы в аудитории СМИ к доле представителей целевой группы в генеральной совокупности населения в целом – это...

- а. «область доминирующего влияния»
- б. индекс соответствия целевой аудитории.
- в. средняя аудитория одного номера газеты или журнала.
- г. аудитория средства массовой информации.

Ответ: б

Вопрос 2. Способность носителя доводить информацию до целевой группы потребителей при минимальном охвате нецелевой аудитории – это

- а. аудитория СМИ
- б. избирательность аудитории рекламоносителя.
- в. средняя аудитория
- г. «область доминирующего влияния»

Ответ: б

Вопрос 3. Для расчета этого индекса необходимы данные по объемам продаж бренда и населения в конкретном регионе. Что это за индекс?

- а. доля рынка
- б. доля целевой аудитории
- в. индекс бренда
- г. индекс лояльности

Ответ: в

Вопрос 4. Падение количества откликов на рекламу после нескольких показов объявления одному посетителю – это..

- а. банерная слепота
- б. «сгорание баннера»
- в. покупатель уже купил товар

Ответ: б

Вопрос 5. Что измеряется как численно, в тысячах человек, так и в процентном соотношении с общей численностью целевой аудитории?

- а. охват
- б. покрытие
- в. целевая аудитория канала
- г. рейтинг СМИ

Ответ: а,б.

Вопрос 6. Суммарный рейтинг вычисляется:

- а. в тысячах человек, так и в процентном соотношении с общей численностью целевой аудитории.
- б. цена (стоимость) за тысячу контактов с аудиторией.
- в. суммированием рейтингов трансляций (экспонирований), полученных во время размещения рекламы в течение всей рекламной кампании.

Ответ: в

Вопрос 7. Что не включает показатель HUT?

- а. количество людей, использующих ТВ дома
- б. количество людей, использующих ТВ дома в определенный момент времени
- в. количество людей, использующих ТВ вне дома в определенный момент времени
- г. количество людей, использующих ТВ вне дома

Ответ: в

Вопрос 8. Как рассчитывается насыщенность СМИ рекламой?

- а. среднее количество рекламных объявлений, которое видит аудитория в течение определенного времени.
- б. общее количество рекламных объявлений, которое видит аудитория в течение определенного времени.
- в. охват аудитории в течение определенного времени.
- г. покрытие аудитории в течение определенного времени

Ответ: а

Вопрос 9. Интервал, в течение которого реклама забывается – это..

- а. media clutter
- б. memory lag
- в. lead time
- г. net-coverage

Ответ: б

Вопрос 10. Распределение активных периодов рекламной кампании на протяжении всего планируемого периода – это..

- а. охват
- б. характер охвата
- в. эффективный уровень охвата
- г. покрытие целевой аудитории

Ответ: б

Вопрос 11. Цель медиапланирования:

- а. создать благоприятный имидж компании
- б. добиться максимального эффекта от затрат на коммуникационную компанию
- в. проинформировать как можно больше людей

Ответ: б

Вопрос 12. Медиапланер:

- а. оценивает эффективность СМИ
- б. определяет маркетинговую политику
- в. создает информационное сообщение

Ответ: а

Вопрос 13. Медиапланирование начинается:

- а. с определения ЦА
- б. с выбора медиасредств
- в. с формирования схемы размещения

Ответ: а

Вопрос 14. Коммуникативной является следующая цель:

- а. рост продаж
- б. увеличение знания о событии
- в. увеличение потребления продукта

Ответ: а

Вопрос 15. К основным характеристикам аудитории относятся

- а. демографические
- б. эстетические
- в. физиогномические

Ответ: а

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Перечислите возможные задачи медиааналитики.

Ответ: Оценка степени заинтересованности СМИ и социальных медиа в деятельности компании, качества сложившегося вокруг компании или бренда информационного поля, сравнительный анализ качества медиаполя целевой компании с конкурентами, оценка медийной активности представителей компании, оценка эффективности разовых PR-мероприятий, оценка эффективности PR-деятельности в СМИ и соцмедиа на регулярной основе (по ключевым показателям эффективности). Это касается как эффективности пресс-службы в целом, так и ее различных подразделений или отдельных сотрудников, оценка репутации и имиджа компании или бренда по данным СМИ и социальных медиа.

Вопрос 2. Назовите системы автоматизированного медиаанализа.

Ответ: Медиалогия, BrandAnalytics, Scan Интерфакс, крибрум, ПрессИндекс, IQBuzz, Интегрум, DataLocator? Angry-analitics.

Вопрос 3. Что означают PR-последствия?

Ответ: Это изменение в осведомленности, знаниях, отношениях, поведении и мнениях, являющееся результатом реализации долгосрочного плана PR-действий или PR-кампании; – результат, последствие или влияние набора или целой программы PR-действий или продуктов; может быть краткосрочным и долгосрочным; зависимая переменная в исследовании.

Вопрос 4. Как работает механизм определения тональности в системах медиаанализа?

Ответ: тональность высказывания определяется тремя компонентами: субъектом тональности (кто высказал оценку), объектом тональности (о ком или о чём высказана оценка) и собственно тональной оценкой (как оценили). Существует два основных метода решения этой задачи автоматического определения тональности:

- Статистический метод. Для него нужны заранее размеченные по тональности коллекции (корпуса) текстов, на которых происходит обучение модели, с помощью которой и происходит определение тональности текста или фразы.
- Метод, основанный на словарях и правилах. Для этого заранее составляются словари позитивных и негативных слов и выражений. Этот метод может использовать как списки шаблонов, так и правила соединения тональной лексики внутри предложения, основанные на грамматическом и синтаксическом разборе.

Вопрос 5. Что предусматривает концепция больших данных, предложенная Клиффордом Линчем?

Ответ: Данная концепция предполагает одновременное использование данных не только большого объема, но также разного формата, происходящих из многих источников, которые могут находиться на удалении друг от друга.

Вопрос 6. Опишите, что базовые составляющие новые медиа, отличия от традиционных и приведите три примера.

Ответ: Новые СМИ имеют три базовые составляющие: цифровой формат, интерактивность и мультимедийность. Ряд исследователей не признает за данными ресурсами право называться СМИ. Свой отказ признавать социальные медиа средствами массовой информации в традиционном смысле он аргументирует тем, что все традиционные СМИ имеют своей целью донесение до общественности социально важной информации. «Новые медиа», в свою очередь, являются лишь платформой для коммуникации между людьми. Из этого следует, что традиционные СМИ на первое место ставят информацию, то есть содержание, а в рамках социальных медиа главенствует общение, в то время как содержание сообщений отходит на второй план.

Вопрос 7. Опишите элементы информационного пространства.

Ответ: Информационное пространство — совокупность информационных ресурсов, методов и средств доступа к ним, методов, технологий и средств преобразования, обработки и представления информации в виде, наиболее соответствующем потребностям пользователей.

Вопрос 8. Расшифруйте смысл концепции SMART и формулируйте цель PR-на основе концепции.

Ответ: SMART — это метод постановки целей. Он позволяет сформулировать реалистичную и измеримую цель, определить сроки и необходимые ресурсы для ее достижения. Критерии SMART SMART-цель должна быть:

- S — Specific — конкретной;

- M — Measurable — измеримой;
- A — Achievable — достижимой;
- R — Relevant — значимой;
- T — Time bound — ограниченной во времени.

Пример цели – увеличить на 10% количество UGC-контента положительной направленности.

Вопрос 9. Что значит key point PR-кампании?

Ответ: Ключевая точка (Key Point) - фиксируемый измеримый результат проводимой кампании.

Вопрос 10. Коммуникационный аудит – это ситуационный анализ, предполагающий полное и системное изучение эффективности PR-отношений организации с основными внешними и внутренними аудиториями. Какие способы и методы используются для его проведения?

Ответ: Определение характера этих аудиторий, выявление коммуникационных программ и их коммуникационных продуктов, применимых к каждой аудитории, определение эффективности этих программ и их продуктов и выявление недочетов в общей коммуникационной программе. Используют общепринятые методы и техники медиаисследований: анализ вторичной информации, мониторинг, контент-анализ.

Вопрос 11. Опишите, как понимаете суть контент-анализа.

Ответ: Это исследовательская методика (и инструмент оценки), которая позволяет планомерно отслеживать сообщения (письменные, устные, транслируемые) и переводить их в количественную форму посредством систематизации сообщений по категориям с помощью чётких единиц анализа; – процесс разделения содержания сообщений на определенные компоненты или категории для того, чтобы сформировать суждение, которое можно оценить.

Вопрос 12. В чем суть коэффициента приближения к идеалу в PR?

Ответ: Это комплексная модель оценки соответствия выходов PR-кампаний определенным целям и поставленным задачам. Характеризуется гибкой системой коэффициентов, определяемых на основе измерения значимых для конкретного исследования параметров, а также масштабируемостью результатов на различные аспекты PR-активности. Показатель PRt может быть рассчитан как для одной публикации, так и для массива сообщений.

Вопрос 13. В чем заключается смысл методики краудсорсинга? Какие преимущества использования для компании и для аудитории?

Ответ: Ресурсосберегающая методика работы компании, предусматривающая привлечение широкой аудитории для решения креативных, исследовательских и иных задач. Концепция предполагает, что желание потребителей бесплатно или за небольшую цену поделиться своими идеями с компанией происходит исключительно из интереса увидеть эти идеи воплощёнными в производстве. Другим мотивирующим фактором может быть потенциальная возможность трудоустройства для авторов наиболее успешных решений.

Вопрос 14. Расшифруйте термин «медиа» в узком и широком смысле.

Ответ: Это средства распространения информации. Как правило, употребляется в узком значении, идентичном термину «масс-медиа» или «СМИ». В широком понимании медиа, помимо СМИ, включают все инструменты и каналы, используемые обществом для коммуникации: социальные медиа, книги, аудио, видео и др.

Вопрос 15. Что значит медиаохват? Приведите примеры для разных каналов коммуникации.

Ответ: Это рассчитываемый показатель, эквивалентный максимально возможному количеству потенциальных контактов для одного или совокупности сообщений/публикаций с аудиторией.

Применительно к традиционным СМИ рассчитывается по тиражу изданий, причем в случае выхода двух статей в одном и том же номере наиболее распространенным вариантом расчета является - не удваивать МО. Для электронных СМИ, как правило, учитывается среднее число посетителей сайта за неделю. Данные о количестве посещений сайта приводятся в рейтингах Mail.ru, Rambler, LiveInternet и т.д. В случае отсутствия данных о количестве уникальных посетителей за неделю, оценочный расчет показателя производится на основе количества уникальных посещений за день. В редких случаях данные по посещаемости приводятся в исследованиях профильных компаний. МО для эфирных СМИ рассчитывается исходя из средней аудитории теле- и радиотрансляции, что соответствует охвату телеканала/радиоволны. Данные об охвате аудитории приводятся в исследованиях профильных компаний. В случае с анализом медиаохвата в блогосфере считается суммарное число подписчиков каждого блогера, которые разместили у себя информацию об изучаемом событии.

Вопрос 16. Чему равен показатель медиаприсутствия?

Ответ: Это индикатор информационного присутствия в СМИ. Абсолютный показатель, эквивалентный количеству сообщений с упоминанием объекта в общем массиве публикаций, принятом за базу.

Вопрос 17. Что такое медиашлейф и как его оценить?

Ответ: Это совокупность публикаций, затрагивающих определенную тему, вышедших после первого материала, посвященного этой теме. Оценивается в количестве и во времени.

Вопрос 18. Что такой нормативный прогноз?

Ответ: Это вероятностное, научно обоснованное суждение о возможных путях и сроках достижения

заданного состояния медиаполя, процессов, субъектов. Задачи нормативного прогнозирования – выявить факторы, на которые субъект информационного поля может оказывать влияние с целью реализации наиболее благоприятных альтернатив или избежать наименее благоприятных исходов.

Вопрос 19. Что такое общественность и есть ли у нее отличия от целевой аудитории?

Ответ: Это группа людей, которые способны оказать влияние на организацию или испытывают на себе последствия организационных решений; группа людей, из которых для PR-кампании или программы выбирается объект с целью формирования мнений в отношении компании, продукта, определенного вопроса или лица.

Вопрос 20. Что можно определить с помощью показателя осведомленности?

Ответ: с помощью которого можно определить количество людей, которые слышали о бренде, клиенте, явлении и т.д. Осведомленность может быть спонтанной, когда индивид порождает знания без посторонней помощи (top-ofmind) или не спонтанной. см. «знание с подсказкой», спонтанная известность.

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ ПК-2: Способен осуществлять маркетинговые исследования в области СМИ.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Лучшим потенциалом охвата обладает:

- а. телевидение
- б. газеты
- в. радио
- г. интернет

Ответ: а

Вопрос 2. Самое дорогое медиасредство – это:

- а. телевидение
- б. газеты
- в. журналы
- г. интернет

Ответ: а

Вопрос 3. Прайм-тайм – это:

- а. вечернее время
- б. время, когда потребителями информации являются самые платежеспособные люди.
- в. время, когда потребителями информации являются представители ЦА.
- г. время, когда у медиасредства наибольшая аудитория.

Ответ: г

Вопрос 4. Лучшей таргетированностью обладают

- а. радио
- б. журналы
- в. телевидение
- г. интернет

Ответ: г

Вопрос 5. К условиям репрезентативности выборки не относится:

- а. соответствие структуре генеральной совокупности
- б. размер не менее 700 человек
- в. случайность отбора респондентов

Ответ: б

Вопрос 6. Размер стандартной уличной конструкции наружной рекламы составляет

- а. 3х6 м
- б. 2х4 м
- в. 3х4
- г. 2х3

Ответ: а

Вопрос 7. Наибольшая аудитория у телевидения:

- а. в июне
- б. в январе
- в. в декабре
- г. в мае

Ответ: б

Вопрос 8. Выборка исследования – это

- а. все население, которое изучается
- б. группа, отражающая свойства генеральной совокупности
- в. принцип соответствия в медиаисследованиях
- г. группа, отражающая свойства генеральной совокупности, среди которой проводится исследование

Ответ: г

Вопрос 9. Аппаратные методы изучения применяются при исследованиях:

- а. газет
- б. журналов
- в. телевидения
- г. телевидения и радио

Ответ: г

Вопрос 10. Пиплметр – это:

- а. человек, занимающийся медиаисследованиями
- б. прибор для сбора данных о телезрителях
- в. исследовательский дневник для изучения телевидения

Ответ: б

Вопрос 11. Прайм-тайм на радио – это:

- а. 7.30-9.30, 17.00-19.00
- б. 7.30-9.30, 10.00-12.00, 17.00-19.00
- в. 17.00-19.00

Ответ: а

Вопрос 12. В «зимний» телевизионный сезон соотношение размера аудиторий:

- а. в выходные больше
- б. в будни больше
- в. в будни и выходные не отличается

Ответ: а

Вопрос 13. Рейтинг по целевой аудитории – это:

- а. размер аудитории медианосителя
- б. отношение числа смотревших программу представителей целевой аудитории к размеру всей целевой аудитории
- в. отношение числа ответивших положительно на вопрос о потреблении медианосителя к числу ответивших отрицательно

Ответ: б

Вопрос 14. Скорее всего будет использован медианоситель в случае:

- а. если индекс соответствия больше 100
- б. если индекс соответствия меньше 100
- в. если индекс соответствия равен 100

Ответ: а

Вопрос 15. Размер аудитории на радио обычно определяется:

- а. поминутно
- б. по 15-минутным интервалам
- в. посуточно

Ответ: б

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. В чем суть оценочного исследования?

Ответ: форма исследования, при помощи которой относительная результативность PR-кампании или программы определяется посредством измерения ее последствий, в том числе когнитивных изменений (уровней узнаваемости, знания и/или понимания), аффективных изменений (отношения, мнений) и/или коннотативных изменений (моделей поведения) целевой аудитории или общественной группы. При измерении производится сравнение с заранее определенным набором целей, которые изначально задают желаемый уровень или степень предполагаемых изменений.

Вопрос 2. В чем особенность панельных исследований, и какие компании в России их проводят?

Ответ: Это наблюдение за одними и теми же лицами и объектами с неоднократным измерением результатов; – тип исследования, в котором группа лиц специально подбирается исследовательской компанией исходя из присущих им демографических характеристик с целью проведения по заказу клиентов неоднократных опросов, связанных с широким набором тем, за определенный период времени.

Вопрос 3. Опишите термин «поведенческая цель» и приведите пример для PR-компании.

Ответ: Это цель, которая определяет ожидаемый конечный результат PR-кампании или программы с точки зрения особенностей поведения. Показатель, поддающийся измерению, поскольку представляет собой желаемое поведение целевой аудитории (например, PR-последствия)

Вопрос 4. Что значит позиционирование в PR?

Ответ: Это показатель, объединяющий ряд характеристик публикации, которые оказывают определенное влияние на имидж бренда или компании: отбор фактов, вариант подачи информации, стилистика текста. Оценивается по шкале «враждебное – фактологическое благоприятное». «Благоприятность» и «враждебность» определяются субъективно в зависимости от того, вызывает контекст, в котором упоминается объект, позитивные либо негативные эмоции в отношении объекта.

Вопрос 5. В чем особенность поискового исследования?

Ответ: Это форма исследования, нацеленная на установление базовых отношений, мнений и моделей поведения конкретной исследуемой совокупности или выборки либо фактов о ней. Обычно носит индуктивный характер и предполагает проведение многочисленных измерений совокупности, выборки или данных.

Вопрос 6. Что значит «показатель оптимального контента»?

Ответ: Это композитный показатель, вычисляемый путем соотношения числа желательных и нежелательных сообщений. Нужно определить характеристики «идеального сообщения» о компании или бренде в соцмедиа (например, позитивный эмоциональный тон, наличие ссылки на сайт компании, прямая цитата представителя компании и т.д.). Затем нужно определить характеристики противоположной публикации, наиболее нежелательной. После этого каждый пост и комментарий с упоминанием компании оценивается в соответствии с установленными характеристиками по шкале от +1 до -1.

Вопрос 7. В чем особенность порядковых данных?

Ответ: Это данные, представляющие собой категории, отличающиеся друг от друга по названию и подлежащие ранжированию; взаимно исчерпывающие и взаимоисключающие, упорядоченные данные; категорийные данные (например, доход как категория: до 30 тыс., от 30 до 50 тыс. и т.п.)

Вопрос 8. Прогнозирование как вид исследования имеет свои особенности. Опишите их.

Ответ: Предметом такого исследования выступают перспективы развития явления. Прогнозирование не сводится к созданию определенной картины будущего, а предполагает учет вариантности развития явлений и оценку перспектив создания модели в соответствии с ожидаемым или желаемым.

Вопрос 9. Какие данные может включать в себя профиль пользователя?

Ответ: Может включать в себя как личные данные (биографические сведения, интересы, образование и т.д.), так и статистическую информацию (дата регистрации, число постов и комментариев и т.д.).

Вопрос 10. Как используется регрессия в PR-деятельности?

Ответ: Регрессия – это зависимость среднего значения одной величины от другой величины (парная регрессия) или от нескольких величин (множественная регрессия). Применяется как статистический метод предсказания PR-последствий на основе одной переменной PR-последствий (зависимой) и одного или нескольких прогностических параметров (независимых).

Вопрос 11. На основе каких показателей рассчитывается рейтинг лояльности журналистов?

Ответ: Рейтинг лояльности журналистов определенному бренду/компании учитывает сфокусированность на бренде, эмоциональный тон, жанр публикаций, спикерскую активность.

Вопрос 12. На основе каких показателей рассчитывается уровень лояльности СМИ?

Ответ: Рейтинг лояльности СМИ определенному бренду/компании учитывает количество и благоприятность высказываний о компании (бренде), а также уровень СМИ.

Вопрос 13. Что такое репрезентативность и какое она имеет значение для медиааналитики?

Ответ: Это степень соответствия количественных характеристик, полученных в результате выборочного наблюдения, характеристикам, свойственным всей генеральной совокупности.

Вопрос 14. Опишите, как понимаете, что такое репутационный драйвер.

Ответ: Это одно из ключевых направлений коммерческой или социальной деятельности компании. Репутационный драйвер определяет соответствующие тематические категории, позволяющие кластеризовать публикации и произвести оценку медиаактивности субъекта коммуникации по ключевым для него направлениям деятельности.

Вопрос 14. В чем суть метода семантического дифференциала?

Ответ: Это методика шкалирования, замеряющая отношение респондента при оценке объекта с использованием биполярных прилагательных или фраз, между которыми расположен нечетный диапазон интервалов. Координатами объекта в семантическом пространстве служат его оценки по ряду биполярных градуированных (трех-, пяти-, семибалльных) оценочных шкал, противоположные полюса которых заданы с помощью вербальных антонимов. Эти шкалы отобраны из множества пробных шкал методами факторного анализа.

Вопрос 15. В чем суть ситуационного анализа?

Ответ: Это метод политического, экономического или коммуникативного анализа, базирующийся на системном подходе, позволяющем рассматривать сочетания условий и обстоятельств относительно заверщенного процесса. Позволяет обоснованно определить пространственные, временные и информационные границы ситуации; выявить ключевых субъектов и охарактеризовать их с точки зрения их действий, ресурсов, типовых стратегий.

Вопрос 16. Что относится к СМИ?

Ответ: газеты, деловые и популярные журналы и другие печатные СМИ, а также радио, телевидение и интернет, пресс-релизы компаний, ленты новостных агентств, государственные информационные бюллетени, брошюры, веб-страницы и форумы.

Вопрос 17. В чем суть техники спонтанной известности? Составьте пример (1-2 вопроса).

Ответ: Опросная техника, фиксирующая уровень знания объекта среди целевой аудитории, при условии отсутствия подсказок, описаний и т.д.

Вопрос 18. Что значит среднее качество медиаполя и как рассчитывается?

Ответ: Это среднее качество одной публикации по массиву. Может рассчитываться по отдельным инфоповодам, источникам, группам источников, видам, типам СМИ и т.д.

Вопрос 19. Что такое цель в контексте PR?

Ответ: Это PR-последствия, поддающиеся измерению; четкое и ясное утверждение о намерениях, которое соответствует коммуникативной стратегии компании и у которого есть целевая аудитория и предполагаемый эффект (желаемый уровень изменений, а также определенные сроки, в которые эти изменения должны произойти). Существует в трех видах: информационная (познания), мотивационная (отношения/взгляды) и поведенческая (действия) цель.

Вопрос 20. Что такое «экспертная выборка»? На основе чего она формируется?

Ответ: тип детерминированной выборки, при которой отбор происходит на основании особых знаний, социального положения или черт характера испытуемых, а также других значимых для исследования факторов.

Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра зачета.

Обучающиеся, не получивших зачет по результатам текущей успеваемости, организуется зачет в форме письменного опроса по всему изученному курсу.

Контрольно-измерительный материал для письменного опроса формируется из заданий открытого типа текущего контроля, размещенных в Контрольных вопросах и заданиях для проведения текущей аттестации по дисциплины, а также заданий текущего контроля в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ». Количество заданий в письменном опросе для промежуточной аттестации - 5.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:

- «Отлично» (зачтено): Ответ полный, развернутый, вопрос раскрыт, ошибок нет.
- «Хорошо» (зачтено): Ответ полный, но краткий, терминологически правильный, нет существенных недочетов. Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.
- «Удовлетворительно» (зачтено): Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.
- «Неудовлетворительно» (не зачтено): Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен. Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Не предусмотрено.

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра зачета.

Обучающиеся, не получивших зачет по результатам текущей успеваемости, организуется зачет в форме письменного опроса по всему изученному курсу.

Контрольно-измерительный материал для письменного опроса формируется из заданий открытого типа текущего контроля, размещенных в Контрольных вопросах и заданиях для проведения текущей аттестации по дисциплины, а также заданий текущего контроля в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ». Количество заданий в письменном опросе для промежуточной аттестации - 5.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:

- «Отлично» (зачтено): Ответ полный, развернутый, вопрос раскрыт, ошибок нет.
- «Хорошо» (зачтено): Ответ полный, но краткий, терминологически правильный, нет существенных недочетов. Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.
- «Удовлетворительно» (зачтено): Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.

• «Неудовлетворительно» (не зачтено): Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен. Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Коноваленко В. А., Коноваленко М. Ю., Швед Н. Г.	РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ: ВВЕДЕНИЕ В СПЕЦИАЛЬНОСТЬ. Учебник для бакалавров: Гриф УМО ВО	М.:Издательство Юрайт, 2019	https://biblio-online.ru/book/A9460928-9A33-4717-989A-48ED308DC7E5
Л1.2	Синяева, И. М.	Реклама и связи с общественностью :: учебник для бакалавров	Юрайт, 2019	www.biblio-online.ru/book/6FCD51FD-AEC4-442D-8049-8938B8168126 .
Л1.3	Федотова, Л. Н.	Реклама: теория и практика: учебник для вузов	Москва : Издательство Юрайт, 2022	URL: https://urait.ru/bcode/489371
Л1.4	Поляков В.А.	Реклама: разработка и технологии производства:	Юрайт, 2023	https://urait.ru/book/reklama-razrabotka-i-technologii-proizvodstva-517937
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Чумиков, А. Н.	Связи с общественностью и медиакоммуникации : учебное пособие для вузов : Высшее образование	Москва : Издательство Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/520599
Л2.2	Венедиктова Т.Д.	Основы теории коммуникации: учебник и практикум для вузов: Высшее образование	Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/511855
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название	Эл. адрес		
Э1	Клуб специалистов PR	www.pr-club.com		
Э2	Сайт библиотеки АлтГУ	www.ib.asu.ru		
Э3	Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека online"	http://biblioclub.ru/		
Э4	Электронно-библиотечная система издательства "Лань"	https://e.lanbook.com/		
Э5	Курс "Медиапланирование в РИСО"	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=5019		
6.3. Перечень программного обеспечения				

Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно);
 Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно);
 Chrome (<http://www.chromium.org/chromium-os/licenses>), (бессрочно);
 7-Zip (<http://www.7-zip.org/license.txt>), (бессрочно);
 AcrobatReader
 (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно);
 ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (<https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/>), (бессрочно);
 LibreOffice (<https://ru.libreoffice.org/>), (бессрочно);
 Веб-браузер Chromium (<https://www.chromium.org/Home/>), (бессрочно);
 Антивирус Касперский (<https://www.kaspersky.ru/>), (до 23 июня 2024);
 Архиватор Ark (<https://apps.kde.org/ark/>), (бессрочно);
 Okular (<https://okular.kde.org/ru/download/>), (бессрочно);
 Редактор изображений Gimp (<https://www.gimp.org/>), (бессрочно)

6.4. Перечень информационных справочных систем

Информационно-правовой портал «Гарант» (<http://garant.ru>)
 «КонсультантПлюс» (<http://consultant.ru>)
 Электронная база данных «Scopus» (<http://www.scopus.com>)
 Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (<http://elibrary.asu.ru/>)
 Научная электронная библиотека eLibrary (<http://elibrary.ru>)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица
320Л	медиа-тека, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции и практические занятия, а также самостоятельную работу. Изучение курса завершается зачетом. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Лекция. Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами

учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоновку новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие. Практическое занятие – форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике.

Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Самостоятельная работа. Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам:

- учебных и учебно-методических пособий;
- тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др;
- перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины;
- информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др.

Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует: руководствоваться графиком самостоятельной работы, выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности,

подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Зачет. Подготовка к зачету ведется на основе изучения полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы. При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеется один теоретический вопрос и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Алтайский государственный университет»

Организация и проведение коммуникационных кампаний

рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	5 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	180	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	8
аудиторные занятия	46		
самостоятельная работа	107		
контроль	27		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	4 (8)		Итого	
	Неделя 11			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	22	22	22	22
Лабораторные	24	24	24	24
Сам. работа	107	107	107	107
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	180	180	180	180

Программу составил(и):

Старший преподаватель, Логиновская А.В.; Канд. филол. наук, Янчевская К.А.

Рецензент(ы):

к.социол.н., директор ИП «Василенко (+WEB. Актуальные интернет решения)», Василенко И.А.

Рабочая программа дисциплины

Организация и проведение коммуникационных кампаний

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11

Срок действия программы: 2022-2023 уч. г.

Заведующий кафедрой

Ковалева Алла Владимировна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11

Заведующий кафедрой *Ковалева Алла Владимировна*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	является освоение студентами теоретических основ работы профессиональной PR-деятельности, а также получение навыков профессиональной работы в области рекламы исвязей с общественностью.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.01

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-1	Способен создавать рекламные, PR или иные комму-никационные продукты для государственных и бизнес-структур с учетом специфики разных каналов коммуникации
ПК-2	Способен осуществлять маркетинговые исследования в области СМИ
ПК-3	Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии государственных и бизнес-структур для продвижения продукции СМИ
ПК-4	Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	теоретико-методологические и методические основы проектирования коммуникационной кампании; специфику этапов проектирования комму-никационной кампании; Основные требования к разработке коммуника-ционных продуктов;
3.2.	Уметь:
3.2.1.	реализовывать знания в области проектирования коммуникационной кампании как сферы профессиональной деятельности; использовать данные эмпирических исследований, методы стратегического и тактического планирования в процессе проектирования коммуникационных кампаний; разрабатывать и реализовывать рекламные и PR-кампании и мероприятия; организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной и PR-продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы с учетом этнических особенностей, традиций и культур; использовать методы оценки эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками проектной деятельности в коммуникационной сфере; навыками разработки рекламных и PR-продукции в соответствии с требованиями и учетом этнических особенностей, традиций и культур; навыками разработки и оценки эффективности рекламных и PR-кампаний.


4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Организация и проведение коммуникационной кампании						

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.1.	Коммуникация и коммуникационная кампания	Лекции	8	4	ПК-3, ПК-2, ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.2.	Коммуникация и коммуникационная кампания	Лабораторные	8	2	ПК-3, ПК-2, ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.3.	Коммуникация и коммуникационная кампания	Сам. работа	8	10	ПК-3, ПК-2, ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.4.	Фирменный стиль и бренд в системе коммуникаций бизнеса	Лекции	8	2	ПК-3, ПК-2, ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.5.	Фирменный стиль и бренд в системе коммуникаций бизнеса	Лабораторные	8	2	ПК-3, ПК-2, ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.6.	Фирменный стиль и бренд в системе коммуникаций бизнеса	Сам. работа	8	10	ПК-3, ПК-2, ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.7.	Подготовительный этап коммуникационных компаний	Лекции	8	4	ПК-3, ПК-2, ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.8.	Подготовительный этап коммуникационных компаний	Лабораторные	8	4	ПК-3, ПК-2, ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.9.	Подготовительный этап коммуникационных компаний	Сам. работа	8	10	ПК-3, ПК-2, ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.10.	Инструменты и каналы коммуникаций	Лекции	8	4	ПК-3, ПК-2, ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.11.	Инструменты и каналы коммуникаций	Лабораторные	8	4	ПК-3, ПК-2, ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.12.	Инструменты и каналы коммуникаций	Сам. работа	8	10	ПК-3, ПК-2, ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.13.	Организация коммуникационных компаний	Лекции	8	4	ПК-3, ПК-2, ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.14.	Организация коммуникационных компаний	Лабораторные	8	6	ПК-3, ПК-2, ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.15.	Организация коммуникационных компаний	Сам. работа	8	12	ПК-3, ПК-2, ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.16.	Проведение коммуникационных	Лекции	8	4	ПК-3, ПК-2, ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	кампаний и оценка их эффективности					
1.17.	Проведение коммуникационных кампаний и оценка их эффективности	Лабораторные	8	6	ПК-3, ПК-2, ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.18.	Проведение коммуникационных кампаний и оценка их эффективности	Сам. работа	8	12	ПК-3, ПК-2, ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.19.	Разработка коммуникационной кампании	Сам. работа	8	43	ПК-3, ПК-2, ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
См.приложение
5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)
См.приложение
5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
См.приложение
Приложения
Приложение 1.  ФОС_Орг и проведение коммуникационных кампаний_6_2022 ПК 1, 2, 3, 4.odt

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Федулов Ю. К.	Управление общественными отношениями: учеб. пособие	М.: Вузовский учебник, 2009	
Л1.2	Гундарин М.В., Гундарина Е.В.	Организация и проведение PR-кампаний: учеб. пособие	Барнаул: Изд-во АлтГУ, 2010	
Л1.3	Горохов В.М., Гринбенрг Т.Э.	Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникационные стратегии: учеб. пособие	М.: Аспект Пресс, 2011	
6.1.2. Дополнительная литература				

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Макашев, М.О.	Брендинг: учеб. пособие	М. :Юнити-Дана, 2015	biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114390
Л2.2	В. И. Коробко	Теория управления: учеб. пособие для вузов	М.: ЮНИТИ-[ДАНА], 2009	
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Сайт библиотеки АлтГУ		www.ib.asu.ru	
Э2	Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека online"		http://biblioclub.ru/	
Э3	Электронно-библиотечная система издательства "Лань"		https://e.lanbook.com/	
Э4	Курс "Организация и проведение коммуникационных кампаний"		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8889	
6.3. Перечень программного обеспечения				
Microsoft Windows Microsoft Office 7-Zip AcrobatReader				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com) Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/) Научная электронная библиотека elibrary (http://elibrary.ru)				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
307Д	лаборатория проектирования интегрированных коммуникаций кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 19 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; телевизор: HD Samsung 22"; учебные пособия; плакаты; наглядные пособия; презентационные материалы

Аудитория	Назначение	Оборудование
320Л	медiateка, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции и практические занятия, а также самостоятельную работу. Изучение курса завершается зачетом. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Лекция. Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоновите новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие. Практическое занятие – форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения. Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Самостоятельная работа. Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам:

- учебных и учебно-методических пособий;
- тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др;
- перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины;

- информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др.

Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует: руководствоваться графиком самостоятельной работы, выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Экзамен. Подготовка к экзамену ведется на основе полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы. При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеется один теоретический вопрос и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Алтайский государственный университет»

Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	144	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	8
аудиторные занятия	40		
самостоятельная работа	77		
контроль	27		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	4 (8)		Итого	
	Неделя 11			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	16	16	16	16
Практические	24	24	24	24
Сам. работа	77	77	77	77
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	144	144	144	144

Программу составил(и):
канд. филол. наук, доцент, Янчевская К.А

Рецензент(ы):
к.социол.н., директор ИП "Василенко (+WEB. Актуальные интернет решения) , Василенко И.А.

Рабочая программа дисциплины
Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11
Срок действия программы: 2022-2023 уч. г.

Заведующий кафедрой
д.соц.наук, профессор Ковалева А.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11
Заведующий кафедрой *д.соц.наук, профессор Ковалева А.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	<p>Целью изучения дисциплины является - обучение основным знаниям и навыкам профессиональной работы в отделах по рекламе и связям с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах, - формирование возможности прикладного применения полученных знаний в организации работы отдела по рекламе и СО.</p> <p>Для достижения цели ставятся задачи: сформировать у студентов представление о функциях, задачах, принципах работы, статусе и структуре отделов по рекламе и связям с общественностью; ознакомить студентов с принципами планирования и программирования, а также организации работы отделов по рекламе и связям с общественностью; научить студентов методам организации работы агентств по РиСО; освоение студентами приемы по реализации основных видов деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью применительно к той или иной сфере деятельности организации.</p>
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.01

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-4	Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.
------	---

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	<p>принципы организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью; методы оперативного планирования работы в области РиСО; механизмы оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью; типовые профессиональные функции в области рекламы и СО.</p>
3.2.	Уметь:
3.2.1.	<p>умеет анализировать, планировать и организовывать деятельность отдела по РиСО; проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок; оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью, выполнять типовые профессиональные функции в области рекламы и СО.</p>
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	<p>навыками подготовки отчета о деятельности, навыками разработки управленческой документации, навыками организации работы отдела/агентства по РиСО, современными компьютерными программами по управлению деятельностью отделов/агентств по РиСО, навыками реализации типовых профессиональные функции в области рекламы и СО.</p>

4. Структура и содержание дисциплины


Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Отдел рекламы и связей с общественностью в структуре организации						

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.1.	Отдел по связям с общественностью в системе организации	Лекции	8	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.2.	Отдел по связям с общественностью в системе организации	Сам. работа	8	6	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.3.	Структура отдела и должностные обязанности сотрудников	Лекции	8	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.4.	Структура отдела и должностные обязанности сотрудников	Практические	8	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.5.	Структура отдела и должностные обязанности сотрудников	Сам. работа	8	6	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.6.	Особенности работы отдела в государственной, коммерческой структуре, НКО	Лекции	8	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.7.	Особенности работы отдела в государственной, коммерческой структуре, НКО. Этические принципы деятельности	Сам. работа	8	6	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.8.	Этические принципы деятельности	Практические	8	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.9.	Сегменты в работе коммуникационного отдела: исследовательский, аналитический, творческий, производственный	Лекции	8	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.10.	Исследовательский и аналитический сегменты в работе коммуникационного отдела.	Практические	8	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.11.	Творческий сегмент. Креативные методики. Разработка фирменного стиля. Корпоративные издания и корпоративный сайт. Медиарелейшинз: информационный регламент	Практические	8	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.12.	Сегменты работы отдела	Сам. работа	8	6	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.13.	Производственный сегмент. Поддержание деловых отношений с типографиями, студиями компьютерной графики,	Практические	8	4	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	сьемочными группами и студиями звукозаписи. Подбор специалистов. Тендерные конкурсы					
1.14.	Моделирование отдела и сопроводительной документации работы отдела конкретной компании	Сам. работа	8	20	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
Раздел 2. Бюджет и эффективность работы рекламного и PR-отделов						
2.1.	Формирование бюджета: принципы, подходы, методы	Лекции	8	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.2.	Формирование бюджета: принципы, подходы, методы	Практические	8	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.3.	Формирование бюджета: принципы, подходы, методы	Сам. работа	8	5	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.4.	Способы оценки эффективности работы корпоративной службы по связям с общественностью	Лекции	8	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.5.	Способы оценки эффективности работы корпоративной службы по связям с общественностью	Практические	8	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.6.	Способы оценки эффективности работы корпоративной службы по связям с общественностью	Сам. работа	8	8	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
Раздел 3. Организация работы коммуникационного агентства						
3.1.	Виды коммуникационных агентств и специфика организации их деятельности. Структуры агентств	Лекции	8	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.2.	Виды коммуникационных агентств и специфика организации их деятельности. Структуры агентств	Практические	8	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.3.	Основные виды документации, необходимой в работе агентств	Практические	8	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.4.	Система управления и организации работы агентств	Лекции	8	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
3.5.	Система управления и организации работы агентств	Практические	8	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.6.	Механизмы организации работы агентств	Практические	8	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.7.	Моделирование работы коммуникационного агентства	Сам. работа	8	20	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.8.	Итоговый контроль	Экзамен	8	27	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
См.приложение
5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)
См.приложение
5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
См.приложение
Приложения
Приложение 1.  ФОС ОРОРиСО_2022.doc

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	А. Чумиков, М. Бочаров, С. Самойленко	Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции : учебное пособие	М. : Издательский дом «Дело», 2016	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=442983
Л1.2	В.А. Евстафьев, А.В. Молин	Организация и практика работы рекламного агентства :	М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=385767
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	В. А. Коноваленко, М. Ю.	Реклама и связи с общественностью: введение в	М. : Издательство Юрайт, 2017	www.biblio-online.ru/book/D247C072-61F5

	Коноваленко, Н. Г. Швед.	специальность : учебник для бакалавров		-4567-B5DB-E28112 C7379C
Л2.2	Е.В. Исаенко, А.Г. Васильев	Экономические и организационные основы рекламной деятельности :	, 2012	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118545

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

	Название	Эл. адрес
Э1	Европейская конфедерация связей с общественностью (CERP)	
Э2	Международная Ассоциация по связям с общественностью (IPRA)	
Э3	Ассоциация компаний-консультантов в области общественных связей	
Э4	Международный Комитет Ассоциаций компаний-консультантов в области связей с общественностью (ICCO)	
Э5	Американское общество по связям с общественностью (PRSA)	
Э6	Российская организация по связям с общественностью (РАСО)	
Э7	Профессиональные веб-сайты	
Э8	курс Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7456

6.3. Перечень программного обеспечения

MicrosoftOffice
MicrosoftWindows
7-Zip
AcrobatReader

6.4. Перечень информационных справочных систем

Информационно-правовой портал «Гарант» (<http://garant.ru>)
«КонсультантПлюс» (<http://consultant.ru>)
Электронная база данных «Scopus» (<http://www.scopus.com>)
Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (<http://elibrary.asu.ru/>)
Научная электронная библиотека elibrary (<http://elibrary.ru>)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)

Аудитория	Назначение	Оборудование
320Л	медiateка, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;
307Д	лаборатория проектирования интегрированных коммуникаций кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 19 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; телевизор: HD Samsung 22"; учебные пособия; плакаты; наглядные пособия; презентационные материалы
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции и практические занятия, а также самостоятельную работу. Промежуточная аттестация курса завершается зачетом с оценкой. Изучение же курса завершается экзаменом. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоуйте новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий,

подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны выполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует:

руководствоваться графиком самостоятельной работы, выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Зачет с оценкой. Подготовка к зачету с оценкой ведется на основе изучения полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы. При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеется один теоретический вопрос и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

Экзамен. Подготовка к экзамену ведется на основе полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы. При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеется один теоретический вопрос и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Основы брендинга рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью		
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью		
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах		
Форма обучения	Очная		
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ		
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021		
Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты: 5	
аудиторные занятия	40		
самостоятельная работа	68		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	3 (5)		Итого	
	Неделя	16		
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	18	18	18	18
Практические	22	22	22	22
Сам. работа	68	68	68	68
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
канд. филол. наук, Доцент, Комиссарова Л.М.

Рецензент(ы):
ООО "ПРАЙМ СИБИРЬ", директор, Дьячко В.П.

Рабочая программа дисциплины
Основы брендинга

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Срок действия программы: 2023-2026 уч. г.

Заведующий кафедрой
д.социол.н., профессор Ковалева А.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Заведующий кафедрой *д.социол.н., профессор Ковалева А.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Целью изучения дисциплины является - формирование у студентов научных представлений о бренде и процесса его создания – брендинге, - формирование практических навыков формирования программы брендинга.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.01

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-2	Способен осуществлять маркетинговые исследования в области СМИ
ПК-2.1	Знает: маркетинговые технологии; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации
ПК-2.2	Умеет: находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей; составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования
ПК-2.3	Владеет навыками: поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; анализа имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ; определения целевой аудитории по требителям продукции СМИ; контроля выполнения договора, приемки результатов маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ
ПК-3	Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии государственных и бизнес-структур для продвижения продукции СМИ
ПК-3.1	Знает: маркетинговые технологии и технологии бренд менеджмента; технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов; организацию системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж
ПК-3.2	Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение
ПК-3.3	Владеет: навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий; выбора маркетинговых технологий и инструментов для до несения до потребителя необходимой информации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	современные технологии продвижения бренда, бренд-менеджмент, планирования коммуникационных кампаний и мероприятий, механизмы разработки, оперативного контроля и оценки бренд-активности компании, принципы организации бренд-коммуникаций в компании, методы оперативного планирования работы в области брендинга, типовые профессиональные функции в области рекламы и брендинга.
3.2.	Уметь:

3.2.1.	проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, формированию лояльности к бренду, планировать, осуществлять и оценивать деятельность по построению бренда и ребрендингу, подготовке коммуникационных кампаний и мероприятий, анализировать, планировать и выполнять профессиональные функции в области рекламы, оценивать эффективность бренд-активности.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками разработки комплексной программы брендинга и ее презентации, навыками реализации и управления комплексной программой брендинга и коммуникационными кампаниями, навыками осуществления профессиональных функций в области рекламы.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Понятие бренда и брендинга.						
1.1.	Определение бренда и брендинга. Виды бренда. Определение бренда и брендинга. Виды брендов	Лекции	5	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3
1.2.	«Магический треугольник» брендинга. Этапы брендинга	Лекции	5	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3
1.3.	Брендинг на Алтае	Практические	5	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3
1.4.	ТОП-5 алтайский брендов	Сам. работа	5	34	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3
1.5.	Продвижение бренда	Практические	5	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3
1.6.	Создание идеи бренда. Информационное содержание бренда.	Лекции	5	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3
1.7.	Брендинг в Интернете	Практические	5	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3
1.8.	Оценка и индексы бренда.	Лекции	5	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3
1.9.	Оценка бренда и рейтинги	Практические	5	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3
1.10.	Мониторинг бренд-проектов	Сам. работа	5	8	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3
Раздел 2. Основные компоненты бренда и технологии их создания						

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.1.	Понятия товарного знака, знака обслуживания, фирменного наименования.	Лекции	5	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3
2.2.	Охраноспособность товарных знаков.	Практические	5	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3
2.3.	ГК РФ Глава 76. Права на средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий.	Сам. работа	5	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3
2.4.	Товарный знак как произведение графического дизайна. Создание изобразительных товарных знаков.	Лекции	5	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3
2.5.	Виды товарных знаков и технологии их разработки.	Практические	5	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3
2.6.	Мониторинг агентств, представленных в рейтинге креативности АКАР в категории Брендинг	Сам. работа	5	6	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3
2.7.	Понятие слогана. Слоган как идея бренда и как идея рекламной кампании	Лекции	5	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3
2.8.	Различительная способность слогана.	Практические	5	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3
2.9.	Понятия фирменного стиля и корпоративной идентичности.	Лекции	5	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3
2.10.	Моделирование фирменного стиля.	Практические	5	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3
2.11.	Моделирование собственного бренд-проекта.	Сам. работа	5	16	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ» – <https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=11347>

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ ПК-3

ПК-3: Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии государственных и бизнес-структур для продвижения продукции СМИ

ПРИМЕРЫ ВОПРОСОВ ЗАКРЫТОГО ТИПА (15)

Вопрос 1. Какой подход к оценке бренда не является экономическим?

- A) Подход с позиции логистики товаров и услуг
- B) Подход с позиции затрат на создание бренда
- C) Подход с позиции доходов бренда
- D) Монокритериальный подход
- E) Мультикритериальный подход

Ответ: A

Вопрос 2. Что не относится к вербальным идентификаторам бренда:

- A) Имя бренда
- B) Слоган бренда
- C) Описание миссии бренда
- D) Storytelling бренда

Ответ: C

Вопрос 3. В цели создания карты позиционирования не входит:

- A) Выбор образа бренда для конкретной целевой аудитории
- B) Выбор имени бренда
- C) Визуализация наиболее выгодного для позиционирования сегмента
- D) Выбор ниши, свободной с точки зрения различных критериев

Ответ: B

Вопрос 4. Что не входит в понятие капитал бренда (brand - equity):

- A) Осведомленность о бренде или узнаваемость
- B) Лояльность к бренду
- C) Стоимость бренда
- D) Воспринимаемое качество
- E) Ассоциации с брендом

Ответ: C

Вопрос 5. Что такое кладбище брендов? Выберите верный ответ.

- A) Бренды, которые вспоминаются спонтанно при упоминании определенной товарной категории
- B) Бренды, которые вспоминаются при упоминании определенной товарной категории «с подсказкой»

Ответ: B

Вопрос 6. Лояльность без приверженности – это:

- A) Потребитель безразличен к бренду или неудовлетворен им, но, несмотря на это, ему приходится приобретать такие товары по разным причинам. При изменении ситуации такой покупатель переключится к бренду, который удовлетворяет его запросам
- B) Потребитель удовлетворен определенным брендом, но не покупает его в связи с отсутствием возможности.

Ответ: A

Вопрос 7. Что такое "воспринимаемое качество бренда"? Исключите лишнее.

- A) Наличие патентов или подтвержденных научных исследований
- B) Связь бренда со страной
- C) Многолетняя история компании
- D) Продвижение, основанное на известных клиентах и заказчиках
- E) Наличие экспертных отзывов
- F) Наличие ручного производства наряду с машинным
- G) Ассоциации высокого качества с товаром/услугой бренда

Ответ: E

Вопрос 8. Методика оценки здоровья бренда (модель BAV (Brand Asset Valuator) состоит из (отметьте верный вариант):

- A) Горизонтальной оси — уважение потребителей и знание и вертикальной — дифференциация и

соответствие потребностям потребителей

В) Горизонтальной оси — высокая степень дифференциации и актуальности бренда и вертикальной — большая известность и лояльность потребителя

Ответ: А

Вопрос 9. Каким по типу бывает степень смешения?

А) Зрительным

В) Слуховым

С) Смысловым

Д) Все перечисленные типы смешения встречаются в практике

Ответ: D

Вопрос 10. В сенсограмму бренда, по Линдстрому, не входит:

А) Обонятельный образ

В) Вкусовой образ

С) Интуитивный образ

Д) Тактильный образ

Е) Звуковой образ

Ф) Визуальный образ

Ответ: С

Вопрос 11. Сколько периодов в развитии брендинга выделяют?

А) Первый - XIX в. - начало XX в., второй - 1931-1970 гг., третий - 1950-1980 гг., четвертый - с 1990 г. и по настоящее время

В) Первый - XIX в. - начало XX в., второй - 1931- по настоящее время

С) Первый - XIX в. - начало XX в., второй - 1931-1970 гг., третий - 1950 - по настоящее время

Ответ: А

Вопрос 12. Укажите верное определение по методике STP. Сегментирование – это:

А) Деление потребителей на определенные сегменты, группы людей одинаково реагирующих на маркетинговые стимулы

В) Выбор наиболее привлекательного сегмента аудитории

С) Выбор средства коммуникации, которое доносит бренд до потребителя

Ответ: А

Вопрос 13. Вычеркните лишнее звено в методе Brand Wheel (колесо бренда):

А) атрибуты: Что представляет собой бренд?

В) преимущества. Что бренд делает для потребителя? Какой физический результат от использования бренда он получит?

С) миссия компании-бренда. Что несет компания обществу и потребителю?

Д) ценности. Какие эмоции потребитель испытывает при использовании бренда?

Е) индивидуальность. Если бы бренд был человеком, кем бы он был?

Ф) суть. Ядро бренда. Центральная идея, предлагаемая потребителю

Ответ: С

Вопрос 14. Отметьте верное определение брендинга:

А) это совокупность бизнес-стратегий, которая интегрируется в управление организацией и позволяет удовлетворить потребности потребителей с целью получения дополнительного дохода

В) это совокупность маркетинговых процессов, которая интегрируется в управление организацией и позволяет максимально удовлетворить потребности компании с целью получения прибыли

С) это совокупность методик, процессов, инструментов, стратегий, которые интегрируются в комплекс маркетинга и позволяет максимально удовлетворить потребности потребителей с целью получения дополнительного дохода организации

Ответ: С

Вопрос 15. Какая группа из перечисленных ниже выгод от бренда, согласно Аакеру, является лишней?

А) Функциональные выгоды

В) Эмоциональные выгоды

С) Выгоды самовыражения, или символьные выгоды

Д) Рациональные выгоды

Ответ: D

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ ПК-2

ПК-2: Способен осуществлять маркетинговые исследования в области СМИ

ПРИМЕРЫ ВОПРОСОВ ЗАКРЫТОГО ТИПА (15)

Вопрос 1. Какое понятие подлежит юридической защите в российской практике?

- А) товарный знак
- В) торговая марка
- С) бренд

Ответ: А

Вопрос 2. Найдите верную количественную оценку бренда:

- А) он физически доступен 65% потенциальных покупателей из целевой аудитории; - 65 % целевой аудитории могут по названию бренда точно описать, к какой отрасли он относится; - минимум 10 % покупателей из целевой аудитории пользуются им регулярно; - минимум 10% покупателей из целевой аудитории могут правильно назвать основные описатели бренда; - существует на рынке не менее 3 лет; - покупатели готовы платить за него цену, соответствующую средней на аналогичные товары в категории
- В) он физически доступен 75% потенциальных покупателей из целевой аудитории; - 75 % целевой аудитории могут по названию бренда точно описать, к какой отрасли он относится; - минимум 20 % покупателей из целевой аудитории пользуются им регулярно; - минимум 20% покупателей из целевой аудитории могут правильно назвать основные описатели бренда; - существует на рынке не менее 5 лет; - покупатели готовы платить за него цену, превышающую среднюю на аналогичные товары в категории
- С) он физически доступен 50% потенциальных покупателей из целевой аудитории; - 50 % целевой аудитории могут по названию бренда точно описать, к какой отрасли он относится; - минимум 10 % покупателей из целевой аудитории пользуются им регулярно; - минимум 10% покупателей из целевой аудитории могут правильно назвать основные описатели бренда; - существует на рынке не менее 2 лет; - покупатели готовы платить за него цену, соответствующую средней на аналогичные товары в категории

Ответ: В

Вопрос 3. Отметьте верное определение бренда:

- А) Это совокупность эмоциональных, психологических и социальных восприятий в воображении потребителя, которые повышают конкурентоспособность товара, и способствуют увеличению объема продаж и прибыли предпринимательской структуры в целом
- В) Это совокупность функциональных, эмоциональных, психологических и социальных восприятий в воображении потребителя, а также определенных материальных элементов, которые повышают конкурентоспособность товара, и способствуют увеличению объема продаж и прибыли предпринимательской структуры в целом
- С) Это совокупность определенных материальных элементов, которые повышают конкурентоспособность товара, и способствуют увеличению объема продаж и прибыли предпринимательской структуры в целом

Ответ: В

Вопрос 4. Какой аспект более важен в понятии бренда?

- А) Экономические характеристики бренда: качество товара; дифференциация от конкурентов; название, термин, знак, символ, рисунок; идентификация товара; актив.
- В) Психологические характеристики бренда: смысл для потребителя; сумма впечатлений и эмоций; набор ценностей и атрибутов; сознание и воображение потребителя
- С) Важны оба аспекта

ANSWER: С

Вопрос 5. Отметьте "лишнее" утверждение в современных тенденциях брендинга:

- А) Создание целостной системы передачи информации о бренде с использованием не только традиционных каналов, но и вовлечение воздействующих на все пять органов чувств человека новых каналов и методов
- В) Создание у потребителей лояльности, выходящей за пределы рациональных объяснений
- С) Распространение совместного брендинга, технологического сотрудничества при создании и продвижении брендов
- Д) Смещение акцента с товара на покупателя, более активное применение корпоративных брендов, расширение сфер брендинга
- Е) Интернационализация брендов, усиление стандартизации и локализации, игнорирование местных особенностей при достижении глобальных целей

Ответ: Е

Вопрос 6. Отметьте "лишнее" утверждение в современных тенденциях брендинга:

- A) управление брендом становится ядром стратегического управления организацией, интегрируя вокруг себя основные стратегии;
- B) все большее внимание уделяется использованию моделей и моделированию в теории и практике брендинга;
- C) возрастает роль создания систем управления брендами, а также их функционирования;
- D) использование компьютерных технологий в процессе создания и управления брендом;
- E) создание краткосрочных отношений с потребителями, диалог с потребителем, интерактивный характер коммуникаций
- F) объединение всех действий по созданию бренда в едином процессе, сфокусированном на потребителе

Ответ: E

Вопрос 7. Что, по мнению Линдстрема М., положено в основу современной концепции бренда?

- A) уникальное торговое предложение
- B) эмоциональное торговое предложение
- C) организационное торговое предложение
- D) комплексное торговое предложение

Ответ: D

Вопрос 8. Какой подход к оценке бренда не является экономическим?

- A) Подход с позиции логистики товаров и услуг
- B) Подход с позиции затрат на создание бренда
- C) Подход с позиции доходов бренда
- D) Монокритериальный подход
- E) Мультикритериальный подход

Ответ: A

Вопрос 9. Что не относится к вербальным идентификаторам бренда:

- A) Имя бренда
- B) Слоган бренда
- C) Описание миссии бренда
- D) Storytelling бренда

Ответ: C

Вопрос 10. В цели создания карты позиционирования не входит:

- A) Выбор образа бренда для конкретной целевой аудитории
- B) Выбор имени бренда
- C) Визуализация наиболее выгодного для позиционирования сегмента
- D) Выбор ниши, свободной с точки зрения различных критериев

Ответ: B

Вопрос 11. Что не входит в понятие капитал бренда (brand - equity):

- A) Осведомленность о бренде или узнаваемость
- B) Лояльность к бренду
- C) Стоимость бренда
- D) Воспринимаемое качество
- E) Ассоциации с брендом

Ответ: C

Вопрос 12. Что такое кладбище брендов? Выберите верный ответ.

- A) Бренды, которые вспоминаются спонтанно при упоминании определенной товарной категории
- B) Бренды, которые вспоминаются при упоминании определенной товарной категории «с подсказкой»

Ответ: B

Вопрос 13. Лояльность без приверженности – это:

- A) Потребитель безразличен к бренду или неудовлетворен им, но, несмотря на это, ему приходится приобретать такие товары по разным причинам. При изменении ситуации такой покупатель переметнется к бренду, который удовлетворяет его запросам
- B) Потребитель удовлетворен определенным брендом, но не покупает его в связи с отсутствием возможности.

Ответ: A

Вопрос 14. Что такое "воспринимаемое качество бренда"? Исключите лишнее.

- A) Наличие патентов или подтвержденных научных исследований
- B) Связь бренда со страной
- C) Многолетняя история компании
- D) Продвижение, основанное на известных клиентах и заказчиках
- E) Наличие экспертных отзывов
- F) Наличие ручного производства наряду с машинным
- G) Ассоциации высокого качества с товаром/услугой бренда

Ответ: E

Вопрос 15. Методика оценки здоровья бренда (модель BAV (Brand Asset Valuator) состоит из (отметьте верный вариант):

- A) Горизонтальной оси — уважение потребителей и знание и вертикальной — дифференциация и соответствие потребностям потребителей
- B) Горизонтальной оси — высокая степень дифференциации и актуальности бренда и вертикальной — большая известность и лояльность потребителя

Ответ: A

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

«зачтено» – верно выполнено более 60% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 60% и менее 60% заданий

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Не предусмотрено

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра зачета (для обучающихся, не получивших зачет по результатам текущей успеваемости) по всему изученному курсу. Зачет проводится в устной форме по билетам. В билет входит 2 вопроса.

ВОПРОСЫ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО ХАРАКТЕРА

1. Актуальность развития брендинговых технологий на российском рынке
2. Бренд-менеджмент: предмет, сферы и направления, практика
3. Происхождение брендов: история развития одного бренда (на выбор)
4. Экономические аспекты брендинга
5. Ключевые функции брендинга
6. Роль и значение брендинга для компании в условиях современной экономики
7. Выгоды стейкхолдеров бренда: потребителей, производителей, партнеров и тд
8. Значение бренда и брендинга для внешних целевых групп
9. Значение бренда и брендинга для внутренних подразделений компании
10. Принципы организации стратегического брендинга с точки зрения потребителя
11. Принципы организации стратегического брендинга с точки зрения производителя
12. Основные принципы бренд-менеджмента: специфика, преимущества для компании
13. История и ключевые этапы развития бренд-менеджмента, особенности развития каждого из этапов
14. Основные направления реализации стратегии брендинга
15. Сходство и различие понятий «бренд» и «товар»
16. Сущность и специфика основных подходов к бренд-маркетингу
17. Преимущества и недостатки основных подходов бренд-маркетинга
18. Модель влияния бренда на потребительский спрос и рыночные показатели компании
19. Основные подходы к повышению конкурентоспособности
20. Основные методики измерения товарных границ бренда
21. Основные методики измерения эластичности спроса по цене брендового товара
22. Специфика сбытовой политики бренд-маркетинга
23. Природа, сущность и специфика понятия «идентичность бренда»
24. Основные структурные модели идентичности бренда
25. Базовые требования к идентичности бренда

26. Основные проблемы в разработке идентичности бренда
27. Сущность и специфика понятия «основные идентификаторы бренда»
28. Основные элементы системы идентификации бренда
29. Базовые лингвистические аспекты брендинга
30. Основные требования к разработке бренд-неймов
31. Этапы создания имени бренда
32. Сущность и специфика понятия «айдентика»
33. Структура и содержание брендбука
34. Сущность и специфика основных элементов гайдлайна
35. Особенности упаковки товара как идентификатора бренда
36. Сущность и специфика понятий «интеллектуальная собственность» и «средства индивидуализации товара»
37. Краткая история товарных знаков в мире и России
38. Основные положения российского и международного законодательства о правовой охране объектов интеллектуальной собственности
39. Последовательность и этапность регистрации товарного знака
40. Основания для отказа регистрации товарного знака
41. Преимущества международной регистрации товарных знаков
42. Преимущества регистрации общеизвестного товарного знака
43. Практика использования мест происхождения товаров
44. Специфика социологических исследований в области средств индивидуализации
45. Основания для лишения товарного знака патентной охраны
46. Особенности понятий «продвижение бренда», «позиционирование бренда», «коммуникационная платформа бренда», «коммуникационная стратегия бренда», «коммуникационная карта бренда», «бренд-код» и др.
47. Роль и значение рекламы, PR, product placement, спонсорства, благотворительности, событийного маркетинга и других коммуникационных инструментов для организации брендовых коммуникаций
48. Природа и сущность отношений между потребителем и брендом
49. Природа и сущность приверженности потребителя бренду
50. Специфика приверженности и антиприверженности потребителя бренду
51. Причины переключения потребителей на другие бренды
52. Основные методы измерения приверженности бренду
53. Сущность и специфика понятий «аудит бренда», «архитектура брендов», «портфель брендов»
54. Цель, задачи, содержание и последовательность аудита портфеля брендов
55. Подходы к оптимизации портфеля брендов
56. Цель, задачи, содержание и последовательность аудита архитектуры брендов
57. Подходы к оптимизации архитектуры брендов
58. Цель, задачи, содержание и последовательность аудита капитала брендов
59. Цель, задачи, содержание и последовательность аудита отдельного бренда
60. Актуальность и основные положения стоимостного подхода в бизнесе, менеджменте и маркетинге
61. Основные положения финансового менеджмента
62. Сущность, специфика и основные признаки понятия «нематериальный актив»
63. Классификация нематериальных активов согласно МСФО 3 и МСБУ 38
64. Структура мировой экономики по типам активов, отраслям бизнеса и странам за последние 15 лет
65. Гудвилл бренда: содержание понятия
66. Понятия «активы бренда», «капитал бренда»
67. Основные модели управления капиталом бренда
68. Сущность и специфика модели BrandAsset Valuator
69. Структура и содержание международного стандарта по оценке стоимости бренда ISO 10668
70. Основные подходы и методы оценки стоимости бренда
71. Базовые требования к оценке стоимости бренда
72. Подходы и методы оценки стоимости бренда
73. Алгоритм расчетов стоимости брендов методами разделения дохода, освобождения от роялти и премиальной прибыли
74. Специфика и границы применимости понятий «продуктивность», «результативность» и «Эффективность»
75. Особенности управления брендом на операционном, тактическом и стратегическом уровнях
76. Основные операционные параметры бренда
77. Основные тактические индикаторы эффективности бренда

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:

«Отлично» (зачтено): студентом дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленные вопросы, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок.

«Хорошо» (зачтено): студентом дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускаются неточности в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.

«Удовлетворительно» (зачтено): студентом дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.

«Неудовлетворительно» (не зачтено): студентом дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, неумением давать аргументированные ответы. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено. Студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.

Приложения

Приложение 1.  [FOS_Osnovy_brendinga++.docx](#)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Макашев М.О.	Бренд : учебное пособие	М. : Юнити-Дана, 2015	http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114390
Л1.2	МакДональд М., Чернатони Л.	Брендинг. Как создать мощный бренд: учебник	М. : Юнити-Дана, 2015	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436697
Л1.3	Музыкант, В. Л.	Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для академического бакалавриата	М. : Издательство Юрайт, , 2017	www.biblio-online.ru/book/F190651B-D19A-4773-B940-62F6188B-B049
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Шарков Ф.И.	Константы гудвилла: стиль, паблисити,	М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896

		репутация, имидж и бренд фирмы : учебное пособие		
Л2.2	Чернышева А.М., Якубова Т.Н.	БРЕНДИНГ: для бакалавров	Юрайт, 2017	https://www.biblio-online.ru/viewer/307E6F8E-239D-4451-822B-93A4B9792864#page/1
Л2.3	Рожков И.Я.	БРЕНДИНГ: для бакалавров	Юрайт, 2017	https://www.biblio-online.ru/viewer/08909563-E7FE-4EFE-AEE4-0B3C2D3584A5#page/1

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

	Название	Эл. адрес
Э1	Клуб специалистов PR	www.pr-club.com
Э2	Сайт библиотеки АлтГУ	www.ib.asu.ru
Э3	Энциклопедия маркетинга	www.marketing.spb.ru
Э4	Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека online"	http://biblioclub.ru/
Э5	Курс "Основы брендинга"	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7172

6.3. Перечень программного обеспечения

MicrosoftOffice,
MicrosoftWindows
7-Zip
AcrobatReader

6.4. Перечень информационных справочных систем

Информационно-правовой портал «Гарант» (<http://garant.ru>)
«КонсультантПлюс» (<http://consultant.ru>)
Электронная база данных «Scopus» (<http://www.scopus.com>)
Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (<http://elibrary.asu.ru/>)
Научная электронная библиотека elibrary (<http://elibrary.ru>)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа;	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка

Аудитория	Назначение	Оборудование
	занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица
320Л	медиатека, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции и практические занятия, а также самостоятельную работу. Изучение курса завершается зачетом. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоновку новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных

работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и

представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует:

руководствоваться графиком самостоятельной работы,

выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях

неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие

теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом

образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Зачет. Подготовка к зачету ведется на основе изучения полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы.

При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеется один теоретический вопрос и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Основы теории коммуникации рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	4
аудиторные занятия	38		
самостоятельная работа	43		
контроль	27		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (4)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	16	16	16	16
Практические	22	22	22	22
Сам. работа	43	43	43	43
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
канд. филол. наук, доцент, Комиссарова Л.М.

Рецензент(ы):
к.социол.н., доцент директор ИП «Василенко» (+ WEB – Актуальные интернет решения), Василенко И.А.

Рабочая программа дисциплины
Основы теории коммуникации

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11
Срок действия программы: 2021-2022 уч. г.

Заведующий кафедрой
д.социол.н., профессор Ковалева А.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11
Заведующий кафедрой *д.социол.н., профессор Ковалева А.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	<p>Цель курса – всесторонне рассмотреть феномен коммуникации.</p> <p>Задачи курса:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Систематизированное изложение основ теории коммуникации в широком научном контексте, включающем методологические, философские, социопсихологические, семиотические, лингвистические аспекты;2. Освоение студентами базового научного аппарата современной коммуникативистики, методов исследования коммуникации;3. Знакомство с основными уровнями социальной коммуникации, спецификой коммуникаций в различных сферах социальной жизни;4. Акцентирование прагматических аспектов вербальной (устной и письменной) и невербальной коммуникации;5. Выработка у студентов умений и навыков эффективного взаимодействия, определяющих высокий уровень коммуникативной компетентности в сферах профессионально ориентированной и бытовой коммуникации
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.В.01**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-1	Способен создавать рекламные, PR или иные коммуникационные продукты для государственных и бизнес-структур с учетом специфики разных каналов коммуникации
ПК-3	Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии государственных и бизнес-структур для продвижения продукции СМИ

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	основные концепции и методы изучения коммуникации; содержание основных философских, социологических, психологических, семиотических, кибернетических, лингвистических теорий социальной коммуникации; законы, условия и факторы коммуникации; характеристики языковой и коммуникативной личности, в том числе в профессиональной сфере; специфику коммуникации в профессионально ориентированных сферах: особенности организационной, политической, публичной, рекламной и межкультурной коммуникации; этапы и принципы планирования коммуникационных кампаний.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	связать содержание деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью с основами коммуникативной грамотности; применять полученные знания об особенностях коммуникации в профессиональной практике при выявлении и объяснении фактов и процессов коммуникации; исполнять коммуникативную роль в соответствии с коммуникативной ситуацией в процессе организации коммуникационных кампаний и мероприятий; применять знания в межличностной и групповой интеракции в процессе организации коммуникационных кампаний и мероприятий;
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками использования основных положений и методов коммуникативистики для решения социальных и профессиональных задач; навыками установления, поддержания и развития межличностных и деловых отношений; навыками использования различных

коммуникативных средств в зависимости от поставленной задачи; навыками планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий;

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Раздел 1. Введение. Объект, предмет и методология курса						
1.1.	Диверсификация понятия коммуникация: универсальное, техническое, биологическое, социальное определения. Теория коммуникации в спектре научных дисциплин, междисциплинарные связи.	Лекции	4	1		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.2.	Аспекты теории социальной коммуникации.	Лекции	4	1		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.3.	Объект, предмет, методология курса. Базовый категориальный аппарат научной дисциплины «Основы теории коммуникации»	Практические	4	1		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.4.	Подготовка к практическим занятиям	Сам. работа	4	2		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 2. Основные парадигмы, теории и модели социальной коммуникации						
2.1.	Методологический плюрализм и полипарадигмальность теории коммуникации. Основные парадигмы исследования социальной коммуникации (по Р. Крейгу).	Лекции	4	1		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
2.2.	Семиотические, лингвистические, когнитивные, интерпретативные теории коммуникации: Ф.де Соссюр, Ч.-С. Пирс, Ю.М. Лотман, М.М. Бахтин, Р. Якобсон, Р. Барт, Ч.-С. Пирс, Ч. Моррис.	Лекции	4	1		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
2.3.	Основные парадигмы исследования социальной коммуникации (по Р. Крейгу). Эволюция и логика сменяемости парадигм	Практические	4	1		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
2.4.	Естественнонаучные (кибернетические, системные) теории коммуникации	Практические	4	1		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
2.5.	Психологические теории коммуникации: интеракционизм, бихевиоризм	Практические	4	1		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
2.6.	Социологические, философские и культурологические теории коммуникации	Практические	4	1		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3


Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.7.	Структурализм и постструктурализм о коммуникации	Практические	4	1		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 3. Эволюция социальной коммуникации и коммуникативные революции						
3.1.	Антропосоциогенез и коммуникация. Отличие социальной коммуникации от зоокоммуникаций. Основные вехи, закономерности эволюции социальной коммуникации. Коммуникативные революции и их социально-психологические последствия.	Лекции	4	1		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 4. Информация и информационная деятельность						
4.1.	Информация, различные подходы к толкованию: философский, физико-биологический, формально-математический, социологический. Виды информации: физическая, биологическая, социальная. Виды информационных систем: естественные и искусственные. Человек и его роль в информационном развитии.	Лекции	4	1		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
4.2.	Понятие информационной деятельности. Формирование, (де) кодирование, хранение, трансформация, использование информации. Свойства информации: новизна, доступность, сложность, достоверность, полнота, полезность.	Лекции	4	1		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
4.3.	Информация, ее виды. Социальная информация, ее виды и уровни манифестации. Теория информационного общества	Практические	4	1		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
4.4.	Подготовка к практическим занятиям	Сам. работа	4	28		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 5. Коммуникация как процесс и структура						
5.1.	Коммуникация как структура. Основные элементы коммуникативной структуры.	Лекции	4	1		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
5.2.	Подготовка к практическим занятиям	Сам. работа	4	2		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 6. Виды коммуникации						
6.1.	Знаковые фигуры Communication studies	Практические	4	1		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 7. Раздел 7. Семиотика коммуникации						
7.1.	Семиотические основы коммуникации. Семиотика как научная дисциплина в историческом ракурсе. Структурно-лингвистическое и логико-прагматическое направления семиотики. Основные понятия семиотики: знак, знаковые системы, семиозис.	Лекции	4	1		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
7.2.	Семиотическая триада (три измерения семиозиса) и средневековый тривий: семантика/синтактика/прагматика семиотики и логика/грамматика/риторика тривия. Классификация коммуникации по семиотическому основанию: вербальная и невербальная коммуникация. Невербальная коммуникация, ее сущность и функции.	Лекции	4	1		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
7.3.	Семиотика. Основные понятия семиотики. Знак, его свойства. Типология знаков. Семиотическая триада.	Практические	4	1		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
7.4.	Семиотика. Вербальные и невербальные средства. Семиотический анализ коммуникации	Практические	4	1		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 8. Речевая коммуникация						
8.1.	Речевая коммуникация. Теория речевых актов. Прагматический анализ коммуникации	Практические	4	1		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
8.2.	Подготовка к практическим занятиям	Сам. работа	4	7		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 9. Субъекты коммуникации						
9.1.	Субъекты коммуникации.	Лекции	4	1		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
9.2.	Модели языковой и коммуникативной личности. Личностный анализ коммуникации	Практические	4	1		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 10. Контакт в речевой коммуникации						
10.1.	Виды речевого контакта: акт общения и фатический акт.	Лекции	4	1		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
10.2.	Коммуникация и индивидуальные	Лекции	4	1		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	психологические особенности человека. Коммуникабельность, харизматичность, способность к кооперации в речевом поведении как индивидуальные параметры коммуникативной личности.					
Раздел 11. Референт в речевой коммуникации						
11.1.	Референция – процесс (и результат) соотнесения слова (языка) и мира. Корректная и некорректная (девиантная) референция.	Лекции	4	1		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
11.2.	Референт в коммуникации	Практические	4	1		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 12. Уровни коммуникации						
12.1.	Уровни коммуникации.	Лекции	4	1		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
12.2.	Интеракционный аспект межличностного взаимодействия.	Лекции	4	1		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
12.3.	Внутриличностная и межличностная коммуникация	Практические	4	2		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
12.4.	Организационная коммуникация	Практические	4	2		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
12.5.	Массовая коммуникация	Практические	4	2		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
12.6.	Межкультурная коммуникация. Специфика русского коммуникативного поведения	Практические	4	1		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 13. Профессионально ориентированные сферы коммуникации						
13.1.	Рекламная коммуникация, ее процессуально-структурная специфика. Основные модели рекламной коммуникации. Политическая коммуникация, ее процессуально-структурная специфика. Публичная коммуникация, ее процессуально-структурная специфика. Формы и жанры публичной коммуникации.	Практические	4	2		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
13.2.	Подготовка к практическим занятиям и зачету с оценкой	Сам. работа	4	4		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
См.приложение

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)
См.приложение
5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
См.приложение
Приложения
Приложение 1.  ФОС ОТК_2022.docx

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	М.А. Василик	Основы теории коммуникации: Учебное пособие	М.: Гардарики, 2006,	http://www.journ.bsu.by/index.php?option=com_remository&Itemid=108&func=startdown&id=129
Л1.2	Кашкин В.Б.	Введение в теорию коммуникации: учебное пособие	М.: "Флинта" - https://e.lanbook.com/book/44281 , 2013	https://e.lanbook.com/book/44281
Л1.3	Яшин, Б.Л.	Культура общения: теория и практика коммуникаций : учебное пособие	М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015	URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429211
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Садохин А. П.	Межкультурная коммуникация: учеб. пособие	М.: Альфа-М, 2009	
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название	Эл. адрес		
Э1	Клуб специалистов PR	www.pr-club.com		
Э2	Сайт библиотеки АлтГУ	www.ib.asu.ru		
Э3	Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека online"	http://biblioclub.ru/		
Э4	Электронно-библиотечная система издательства "Лань"	https://e.lanbook.com/		
Э5	Курс "Основы теории коммуникации"	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=4832		

6.3. Перечень программного обеспечения
Microsoft Windows Microsoft Office 7-Zip AcrobatReader
6.4. Перечень информационных справочных систем
Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com) Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/) Научная электронная библиотека elibrary (http://elibrary.ru)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)
320Л	медиатека, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

<p>Дисциплина предусматривает лекции и практические занятия, а также самостоятельную работу. Изучение курса завершается зачетом с оценкой. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.</p> <p>Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.</p> <p>Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.</p> <p>Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоновку новую информацию в</p>
--

собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо подготовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и

представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует:

руководствоваться графиком самостоятельной работы,

выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях

неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Зачет с оценкой. Подготовка к зачету с оценкой ведется на основе изучения полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы. При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеется один теоретический вопрос и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Алтайский государственный университет»

Основы управления конфликтами в рекламной и PR-деятельности

рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	144
в том числе:	
аудиторные занятия	50
самостоятельная работа	94

Виды контроля по семестрам
зачеты: 7

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	4 (7)		Итого	
	Неделя	16,5		
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	22	22	22	22
Практические	28	28	28	28
Сам. работа	94	94	94	94
Итого	144	144	144	144

Программу составил(и):
к.филол.н., доцент, Милюкова А.Г.

Рецензент(ы):
Василенко И.А.

Рабочая программа дисциплины
Основы управления конфликтами в рекламной и PR-деятельности

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2021 г. № 7
Срок действия программы: 2022-2023 уч. г.

Заведующий кафедрой
д.социол.н., профессор А.В. Ковалева

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2021 г. № 7
Заведующий кафедрой *д.социол.н., профессор А.В. Ковалева*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	сформировать навыки профессионального, психологически правильного поведения в конфликте, что позволит будущим специалистам по РиСО оптимизировать свое деловое взаимодействие с другими людьми, повысить эффективность сотрудничества, создать психологически комфортную атмосферу коммуникации. научить студентов анализировать социальные и внутрикорпоративные конфликты, понимать их природу; обучить студентов критически оценивать различные теоретические школы, занимающиеся анализом и урегулированием конфликтов; уметь применять теоретические знания к анализу конкретных конфликтов; уметь использовать различные переговорные и посреднические процедуры и оценивать их целесообразность и эффективность; эффективно действовать в конфликтных ситуациях, возникающих в практической деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.В.01**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-1	Способен создавать рекламные, PR или иные комму-никационные продукты для государственных и бизнес-структур с учетом специфики разных каналов коммуникации
ПК-2	Способен осуществлять маркетинговые исследования в области СМИ

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	типы конфликтов, возникающих при разработке рекламного, PR или иного коммуникационного продукта, и знает особенности их применения с учетом специфики деятельности государственных и бизнес-структур; технологии управления конфликтами, осуществляемые при разработке рекламного, PR или иного коммуникационного продукта, и знает особенности их применения с учетом специфики деятельности государственных и бизнес-структур; технологии предупреждения конфликтов, возникающих при разработке рекламного, PR или иного коммуникационного продукта, и знает особенности их применения с учетом специфики деятельности государственных и бизнес-структур; особенности исследования в области СМИ конфликтов в профессиональной деятельности.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	проводить диагностику конфликтов, возникающих при разработке рекламного, PR или иного коммуникационного продукта, и знает особенности их применения с учетом специфики деятельности государственных и бизнес-структур; управлять конфликтами при разработке рекламного, PR или иного коммуникационного продукта, и знает особенности их применения с учетом специфики деятельности государственных и бизнес-структур; предупреждать конфликты, возникающие при разработке рекламного, PR или иного коммуникационного продукта, и знает особенности их применения с учетом специфики деятельности государственных и бизнес-структур; осуществлять исследования в области СМИ конфликтов в профессиональной деятельности.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	технологиями диагностики конфликтов, возникающих при разработке рекламного, PR или иного коммуникационного продукта, и знает особенности их применения с учетом специфики деятельности государственных и бизнес-структур;

	<p>технологиями управления конфликтами при разработке рекламного, PR или иного коммуникационного продукта, и знает особенности их применения с учетом специфики деятельности государственных и бизнес-структур;</p> <p>технологиями предупреждения конфликтов при разработке рекламного, PR или иного коммуникационного продукта, и знает особенности их применения с учетом специфики деятельности государственных и бизнес-структур;</p> <p>технологиями организации исследования в области СМИ конфликтов в профессиональной деятельности.</p>
--	---

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Методологические основы конфликтологии						
1.1.	Технологии управления конфликтами и разрешения конфликтов в маркетинговых технологиях, технологиях бренд-менеджмента, в процессе разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта	Лекции	7	4	ПК-2, ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л3.1
1.2.	Диагностика социальных конфликтов	Практические	7	6	ПК-2, ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л3.1
1.3.	Методологические основы конфликтологии	Сам. работа	7	20	ПК-2, ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л3.1
Раздел 2. Психология конфликта						
2.1.	Психология микросоциальных конфликтов в маркетинговых технологиях, технологиях бренд-менеджмента, в процессе разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта	Лекции	7	6	ПК-2, ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л3.1
2.2.	Психология микросоциальных конфликтов в маркетинговых технологиях, технологиях бренд-менеджмента, в процессе разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта	Практические	7	6	ПК-2, ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л3.1
2.3.	Психология конфликта	Сам. работа	7	14	ПК-2, ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л3.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 3. Социальные технологии управления конфликтами и разрешения конфликтов						
3.1.	Стратегии управления социальными конфликтами в структуре корпоративной социальной ответственности	Лекции	7	6	ПК-2, ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л3.1
3.2.	Прямые переговоры как метод разрешения конфликта	Практические	7	6	ПК-2, ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л3.1
3.3.	Принципы отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью для управления конфликтами и разрешения конфликтов	Лекции	7	6	ПК-2, ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л3.1
3.4.	Медиация	Практические	7	4	ПК-2, ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л3.1
3.5.	Технологии управления конфликтами в маркетинговых технологиях, технологиях бренд-менеджмента, в процессе разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта	Практические	7	6	ПК-2, ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л3.1
3.6.	Социальные технологии управления конфликтами и разрешения конфликтов	Сам. работа	7	60	ПК-2, ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л3.1

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
См. Приложение
5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)
См. Приложение
5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
См. Приложение
Приложения

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Бунтовская, Л. Л.	Конфликтология: учебное пособие для академического бакалавриата	Издательство Юрайт, 2019	URL: https://biblio-online.ru/bcode/438316
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Охременко, И. В.	Конфликтология : учебное пособие для вузов	М. : Издательство Юрайт // ЭБС Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/069EAB33-F8AE-43DB-939E-C3FCC47C2C28
6.1.3. Дополнительные источники				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л3.1	Милюкова А.Г.	Основы управления конфликтами в рекламной и PR-деятельности: ЭУМКД	АлтГУ, 2020	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=1868
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Московская школа конфликтологии		http://www.conflictmanagement.ru/	
Э2	Научный журнал "Конфликтология"		http://www.conflictology.ru/	
Э3	Милюкова А.Г. Основы управления конфликтами в рекламной и PR-деятельности: ЭУМКД АлтГУ, 2020 https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=1868		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=1868	
Э4	Курс " Основы управления конфликтами в рекламной и PR-деятельности"		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=1868	
6.3. Перечень программного обеспечения				
Microsoft Windows Microsoft Office 7-Zip AcrobatReader				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com)				

Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (<http://elibrary.asu.ru/>)
 Научная электронная библиотека elibrary (<http://elibrary.ru/>)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
307Д	лаборатория проектирования интегрированных коммуникаций кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 19 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; телевизор: HD Samsung 22"; учебные пособия; плакаты; наглядные пособия; презентационные материалы
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)
320Л	медiateка, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;
415Д	специализированный компьютерный класс кафедры связей с общественностью и рекламы - компьютерный класс - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 16 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1шт.; системный блок: IntelCore 2 DuoE7400 -17 шт.; сервер: системный блок: AquariusIntelPentiumD; монитор: Acer V173 B -16 шт.; монитор: Acer V193W 1 шт.; телевизор Samsung
106Л	помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Стеллажи – 3 шт. осциллограф, паяльная станция, источник тока, переносные ноутбуки

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции и практические занятия, а также самостоятельную работу. Изучение дисциплины завершается экзаменом. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке,

выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоновите новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует: руководствоваться графиком самостоятельной работы, выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Экзамен. Подготовка к экзамену ведется на основе полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы. При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеется один теоретический вопрос и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Продвижение в социальных медиа (SMM)

рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью		
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью		
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах		
Форма обучения	Очная		
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ		
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021		
Часов по учебному плану	144	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		диф. зачеты: 7	
аудиторные занятия	50		
самостоятельная работа	94		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	4 (7)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	16	16	16	16
Практические	34	34	34	34
Сам. работа	94	94	94	94
Итого	144	144	144	144

Программу составил(и):

к.филол.н., Доцент, Валулина Е.В.; Ст. преподаватель, Жеребненко А.В.

Рецензент(ы):

к.социол.н., доцент директор ИП «Василенко» (+ WEB – Актуальные интернет решения), Василенко И.А.

Рабочая программа дисциплины

Продвижение в социальных медиа (SMM)

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8

Срок действия программы: 2023-2024 уч. г.

Заведующий кафедрой

Ковалева Алла Владимировна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8

Заведующий кафедрой *Ковалева Алла Владимировна*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Целью дисциплины является освоение теоретических подходов и практических навыков управления маркетингом в социальных сетях, используя современные технологии в конкурентной стратегии предприятия. Для достижения цели требуется решение следующих задач: усвоение современных моделей развития и функционирования социальных медиа; получение опыта применения инструментов планирования и оценки маркетинга в социальных медиа; анализ российской практики маркетинга в социальных медиа; адаптация современных зарубежных практик маркетинга в социальных медиа для российских условий.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.В.01**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-4	Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.
ПК-4.1	Знает технологии разработки, реализации и продвижения коммуникационных проектов; особенности создания коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес структур
ПК-4.2	Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы по созданию, реализации и продвижению коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать современные ИКТ, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты для разработки и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-4.3	Владеет навыками разработки концепции создания, реализации и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес структур; навыками представления проектов решений по продвижению продукции СМИ руководству организации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	ПК-4.1. Знает технологии разработки, реализации и продвижения коммуникационных проектов; особенности создания коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес- структур;
3.2.	Уметь:
3.2.1.	ПК-4.2. Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы по созданию, реализации и продвижению коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать современные ИКТ, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты для разработки и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	ПК-4.3. Владеет навыками разработки концепции создания, реализации и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес-структур; навыками представления проектов решений по продвижению продукции СМИ руководству организации

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Раздел 1. Основы SMM-продвижения						
1.1.	SMM: определение, основные понятия, история	Лекции	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.2.	Контент в SMM: понятие, типология, специфика	Лекции	7	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.3.	Контент в SMM: понятие, типология, специфика	Практические	7	8	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.4.	Контент в SMM: понятие, типология, специфика	Сам. работа	7	6	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.5.	Особенности организации SMM-кампаний: ВК и MyTarget	Лекции	7	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.6.	Особенности организации SMM-кампаний: ВК и MyTarget	Практические	7	6	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.7.	Особенности организации SMM-кампаний: ВК и MyTarget	Сам. работа	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.8.	Особенности организации SMM-кампаний в мессенджерах: Телеграм	Лекции	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.9.	Особенности организации SMM-кампаний в мессенджерах: Телеграм	Практические	7	8	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.10.	Особенности организации SMM-кампаний: Дзен	Лекции	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.11.	Особенности организации SMM-кампаний: Дзен	Практические	7	6	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.12.	Оценка эффективности маркетинга в соцмедиа	Лекции	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.13.	Оценка эффективности маркетинга в соцмедиа	Практические	7	6	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.14.	Особенности организации SMM-кампаний в соцсетях	Сам. работа	7	86	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ» – <https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=5718>

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

ПК-4: способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Метрика Unfollows (количество отписок) помогает оценить

- а) полезен ли контент в сообществе, верно ли выбрана коммуникативная стратегия, правильно ли настроен таргетинг в рекламе.
- б) число просмотров по всем постам сообщества за определенный период.
- в) количество людей, которые хотя бы раз контактировали с публикацией сообщества.

ОТВЕТ: а.

Вопрос 2. Что из перечисленного ниже можно отнести к целевому действию:

- а) позвонить
- б) поставить реакцию
- в) купить
- г) все перечисленное

ОТВЕТ: г.

Вопрос 3. TGStat – это?

- а) Сервис настройки таргетированной рекламы в Telegram
- б) Сервис аналитики
- в) Формат вовлекающего контента

ОТВЕТ: б.

Вопрос 4. UTM-метки – это

- а) специальные теги, которые добавляются к ссылке на сайт. Они передают подробную информацию о канале трафика и позволяют системам аналитики различить пользователей, пришедших по ссылкам из разных источников.
- б) уникальный идентификатор интернет-рекламы, содержащий информацию о рекламодателе

ОТВЕТ: а.

Вопрос 5. eCPM (Effective Cost Per Mille) —

- а) эффективная стоимость 1000 показов.
- б) потенциальная ставка за 1000 показов, за клик или за целевое действие, которую назначает «умная модель» на основании различных факторов, таких как исторические данные о кликабельности объявления, его конверсионность в целевое действие.
- в) конверсионность конкретного объявления.

ОТВЕТ: а.

Вопрос 6. Чему равен минимальный бюджет для запуска таргетированной рекламы во «Вконтакте» через рекламный кабинет?

- а) минимум 1000 рублей.
- б) минимум 500 рублей.
- в) минимум 600 рублей.

ОТВЕТ: в.

Вопрос 7. Верно ли утверждение: «Инвайтинг – это эффективный способ продвижения во ВКонтакте»?

- а) Да
- б) Нет

ОТВЕТ: б.

Вопрос 8. Минимальный рекламный бюджет на Telegram Ads для отечественных пользователей составляет...

- а) 1 500 рублей + НДС
- б) 1500 € + НДС
- в) 3 000 € + НДС
- г) 3 000 рублей + НДС

ОТВЕТ: б.

Вопрос 9. Какие пользователи могут публиковать Stories в Telegram?

- а) все
- б) обладатели подписки Premium
- в) владельцы публичных каналов, число читателей которых превышает 1 млн.

ОТВЕТ: б.

Вопрос 10. Нуждается ли «самореклама» в социальных сетях в обязательной маркировке?

- а) Да
- б) Нет

ОТВЕТ: а.

Вопрос 11. Нужно ли маркировать информацию о партнерах, размещенную в соцсетях?

- а) Нет, при соблюдении требований ФЗ «О рекламе».
- б) Да

ОТВЕТ: а.

Вопрос 12. Маркет-платформа – это

- а) собственная биржа блогеров «ВКонтакте». Владельцы сообществ подключаются к ней, чтобы рекламодатели могли у них размещаться.
- б) торговая площадка, которая продаёт товары и услуги разных продавцов через интернет.
- в) рекламный кабинет соцсети.

ОТВЕТ: а.

Вопрос 13. По каким показателям можно настроить таргетированную рекламу в Telegram?

- а) Пол, возраст
- б) Семейное положение
- в) Местоположение
- г) Язык
- д) Интересы

ОТВЕТ: в,г,д.

Вопрос 14. Таргетированное рекламное объявление в Telegram...

- а) состоит только из текста и может включать до 160 символов.
- а) состоит из текста и изображения, может включать до 250 символов.
- б) Может состоять из видео\изображения или текста.

ОТВЕТ: а.

Вопрос 15. Подлежит ли обязательной маркировке реклама в Telegram?

- а) да
- б) нет

ОТВЕТ: а.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

- «отлично» – верно выполнено 85-100% заданий; «хорошо» – верно выполнено 70-84% заданий; «удовлетворительно» – верно выполнено 51-69% заданий; «неудовлетворительно» – верно выполнено 50% или менее 50% заданий.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Что помогает оценить метрика Unfollows (количество отписок) помогает оценить?

ОТВЕТ: полезен ли контент в сообществе, верно ли выбрана коммуникативная стратегия, правильно ли настроен таргетинг в рекламе.

Вопрос 2. Приведите примеры СТА.

ОТВЕТ: позвонить, заполнить заявку, поставить лайк, купить, перейти по ссылке и т.д.

Вопрос 3. TGStat – это?

ОТВЕТ: сервис медиааналитики.

Вопрос 4. UTM-метки – это?

ОТВЕТ: специальные теги, которые добавляются к ссылке на сайт. Они передают подробную информацию о канале трафика и позволяют системам аналитики различить пользователей, пришедших по ссылкам из разных источников.

Вопрос 5. eCPM (Effective Cost Per Mille) – это?

ОТВЕТ: эффективная стоимость 1000 показов.

Вопрос 6. Чему равен минимальный бюджет для запуска таргетированной рекламы во «ВКонтакте» через рекламный кабинет?

ОТВЕТ: 600 рублей.

Вопрос 7. Что такое инвайтинг?

ОТВЕТ: рассылки приглашений для пользователей соцсетей на вступление в различные сообщества или участие в мероприятиях.

Вопрос 8. Чему равен минимальный рекламный бюджет на Telegram Ads для отечественный пользователей?

ОТВЕТ: 1500 € + НДС.

Вопрос 9. Какие пользователи могут публиковать Stories в Telegram?

ОТВЕТ: обладатели подписки Premium.

Вопрос 10. Что такое маркет-платформа?

ОТВЕТ: собственная биржа блогеров «ВКонтакте». Владельцы сообществ подключаются к ней, чтобы рекламодатели могли у них размещаться.

Вопрос 11. Какое максимальное количество символов может содержать таргетированное рекламное объявление в Telegram?

ОТВЕТ: 160 символов.

Вопрос 12. Сколько подписчиков необходимо каналу «Дзен» для получения верификации?

ОТВЕТ: минимум 100 000 подписчиков.

Вопрос 13. Какой из сервисов веб-аналитики можно подключить к каналу «Дзен»?

ОТВЕТ: «Яндекс Метрика» и LiveInternet.

Вопрос 14. Каким образом можно дублировать контент из канала в Telegram на платформу «Дзен»?

ОТВЕТ: Нужно воспользоваться синхроботом Дзена. Это бот, который публикует посты из вашего телеграм-канала прямо в Дзен. Для этого нужно авторизоваться и синхронизировать каналы. Больше ничего делать не придётся: после успешной настройки посты из телеграма будут автоматически размещаться на вашем дзен-канале.

Вопрос 15. На какой максимальный срок возможно отложить публикация в канале «Дзен»?

ОТВЕТ: Публикацию материала или правок можно отложить максимум на 365 дней.

Вопрос 16. Какое основное требование необходимо соблюсти для объединения сайта и канала в «Дзен» для автоматического дублирования контента с сайта?

ОТВЕТ: канал должен набрать не менее 100 подписчиков и направить заявку на монетизацию.

Вопрос 17. Какое максимальное количество картинок можно прикрепить к посту в «Дзен»?

ОТВЕТ: не больше 10 штук.

Вопрос 18. Какие внутренние варианты интерактивного контента предлагает платформа «Дзен»?

ОТВЕТ: опрос.

Вопрос 19. Метрика «дочитывание» в «Дзен» позволяет посмотреть?

ОТВЕТ: количество пользователей, которые просмотрели публикацию до конца.

Вопрос 20. При каких условиях «Дзен» автоматически переводит канал из модели «Расширенный показ» в модель показа контента «Показ по подписке»?

ОТВЕТ: При нарушении каналом требований платформы.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ.

«Отлично»: Ответ полный, развернутый. Вопрос точно и исчерпывающе передан, терминология сохранена, студент превосходно владеет основной и дополнительной литературой, ошибок нет.

«Хорошо»: Ответ полный, хотя краток, терминологически правильный, нет существенных недочетов. Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.

«Удовлетворительно»: Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.

«Неудовлетворительно»: Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен. Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Не предусмотрено.

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении зачета с оценкой по всему изученному курсу. Зачет с оценкой проводится в устной форме по билетам. В билет входит 2 вопроса теоретического характера и 1 практическое задание.

1. SMM: определение, основные понятия
2. История возникновения SMM
3. Обзор социальных интернет-платформ
4. Стратегии продвижения через социальные сети
5. Организация рекламных кампаний через социальные медиа
6. Цели и тактики SMM
7. Особенности организации SMM-кампаний в «VK»
8. Особенности организации SMM-кампаний в Telegram
9. Особенности организации SMM-кампаний в «Дзен»
10. Организация SMM-кампаний в видеосоцсетях.
11. Маркетинговые технологии и инструменты при продвижении через социальные медиа.
12. Этические вопросы при использовании инструментов SMM
13. Системы мониторинга и аналитики SMM.
14. Конверсия и лидогенерация в соцмедиа
15. Особенности поведения потребителей в соцмедиа
16. Планирование маркетингового исследования в соцмедиа
17. Ключевые метрики маркетинга в соцмедиа
18. Работа с негативом в соцмедиа
19. Оценка эффективности маркетинга в соцмедиа
20. SMM как часть трансмедийной кампании

Типовое практическое задание

Пропишите концепцию разработки группы в социальных сетях для абитуриентов кафедры МТРИСО. Предложите контент-план, учитывая различные формы постов.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:

«Отлично»: студентом дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленные вопросы, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок.

«Хорошо»: студентом дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускаются неточности в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.

«Удовлетворительно»: студентом дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.

«Неудовлетворительно»: студентом дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, неумением давать аргументированные ответы. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено. Студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	под общ. ред. О. Н. Жильцовой	Интернет-маркетинг .: учебник для академического бакалавриата	Юрайт, 2019	www.biblio-online.ru/book/433317E2-0D78-4247-8074-A530465C667F
Л1.2	Музыкант, В. Л.	Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. Smm, рынок m&a: учебник и практикум для академического бакалавриата	Юрайт, 2019	www.biblio-online.ru/book/540127E1-A354-40F9-8D7F-AA55E2551A2B
Л1.3	Моуат, Д.	Видеомаркетинг. Стратегия, контент, производство=Video marketing strategy. Harness the power of online video to drive brand growth .:	Альпина Паблишер, 2019	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570421
Л1.4	Беленькая Ю. П., Бережнов А. Ю., Новикова А. С.	SMM и SEO-технологии: учебное пособие	Ставрополь: СКФУ, 2017	https://e.lanbook.com/book/155537

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

	Название	Эл. адрес
Э1	Информационно-правовой портал «Гарант»	http://garant.ru

Э2	Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета	http://elibrary.asu.ru/
Э3	Научная электронная библиотека elibrary	http://elibrary.ru
Э4	Электронная база данных «Scopus»	http://www.scopus.com
Э5	«КонсультантПлюс»	http://consultant.ru
Э6	Курс "Продвижение в социальных медиа (SMM)"	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=5718

6.3. Перечень программного обеспечения

Microsoft Office
Microsoft Windows
7-Zip
AcrobatReader

6.4. Перечень информационных справочных систем

Информационно-правовой портал «Гарант» (<http://garant.ru>)
«КонсультантПлюс» (<http://consultant.ru>)
Электронная база данных «Scopus» (<http://www.scopus.com>)
Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (<http://elibrary.asu.ru/>)
Научная электронная библиотека elibrary (<http://elibrary.ru>)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
415Д	специализированный компьютерный класс кафедры связей с общественностью и рекламы - компьютерный класс - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 16 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1шт.; системный блок: IntelCore 2 DuoE7400 -17 шт.; сервер: системный блок: AquariusIntelPentiumD; монитор: Acer V173 B -16 шт.; монитор: Acer V193W 1 шт.; телевизор Samsung
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)
Помещение для самостоятельной работы	помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлГУ

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает практические занятия, а также самостоятельную работу. Изучение курса завершается зачетом с оценкой. Успешное изучение курса требует активной работы на практических

занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Практическое занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования:

задания должны выполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует:

руководствоваться графиком самостоятельной работы, выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях

неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Зачет с оценкой. Подготовка к зачету с оценкой ведется на основе полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы.

При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеются теоретические вопросы и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий.

После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Продвижение территории рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью		
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью		
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах		
Форма обучения	Очная		
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ		
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021		
Часов по учебному плану	144	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		диф. зачеты: 8	
аудиторные занятия	50		
самостоятельная работа	94		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	4 (8)		Итого	
	11			
Неделя	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	22	22	22	22
Практические	28	28	28	28
Сам. работа	94	94	94	94
Итого	144	144	144	144

Программу составил(и):
к.филол.н., доцент, К.А. Янчевская

Рецензент(ы):
к.соц.н., доцент, Т.А. Василенко

Рабочая программа дисциплины
Продвижение территории

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11
Срок действия программы: 2022-2023 уч. г.

Заведующий кафедрой
д.социол.н., профессор Ковалева А.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11
Заведующий кафедрой *д.социол.н., профессор Ковалева А.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	предоставить обучающимся целостное видение сложного территориально-хозяйственного объекта управления как объекта продвижения потребителям с присущими ему маркетинговыми характеристиками; сформировать знания по основным направлениям маркетинговых стратегий, проблемам коммуникативного воздействия на потребителей территориальных продуктов; сформировать у обучающихся знание опыта продвижения территорий и территориальных продуктов; научить обучающихся методам и приемам анализа ранга территории, мотивации и интересов её потенциальных потребителей; сформировать навыки формирования стратегических коммуникаций в продвижении территорий.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.В.01**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-4	Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.
------	---

В результате освоения дисциплины обучающийся должен


3.1.	Знать:
3.1.1.	мотивацию и интересы субъектов продвижения территории, их связь с постановкой управленческих задач продвижения территории, специфику инструментов и механизмов мотивирования целевых групп к использованию продуктами территории; направления маркетинговых стратегий продвижения территории, которые мотивируют заинтересованных пользователей и потребителей; опыт и передовую практику мотивирования потребителей территориального продукта, основные методы оценки затрат и результатов деятельности по продвижению территории
3.2.	Уметь:
3.2.1.	Собирать и анализировать статистическую, научную и публицистическую информацию о внешних и внутренних факторах маркетинга территории; определять заинтересованность и выгоды отдельного потенциального потребителя территориального потенциала в процессе решения управленческих задач, формулировать риски и угрозы конкурентоспособности территории; обосновывать предложения по продвижению продуктов территории для решений, принимаемых органами публичного управления; применять основные методы оценки затрат и результатов деятельности по продвижению территории
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	Навыками проведения оценки регионального потенциала и риска при принятии маркетингового решения пользователем территории; способами определения ранга и конкурентных преимуществ территории; навыками использования инструментария территориального маркетинга для решения управленческих задач, которые связаны с мотивированием целевых групп территории; навыками расчета затрат и результатов деятельности по продвижению территории

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Теоретические основы маркетинга территорий						
1.1.	Понятия, сущность, теоретические основы продвижения территории	Лекции	8	4	ПК-4	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.2.	Цели, интересы, взаимодействие субъектов и объектов территориального маркетинга	Практические	8	4	ПК-4	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.3.	Брендинг территорий: понятие, структура, условия. Инструменты и механизмы продвижения территориальных продуктов и ресурсов	Лекции	8	4	ПК-4	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.4.	Брендинг территорий: понятие, структура, условия. Инструменты и механизмы продвижения территориальных продуктов и ресурсов	Практические	8	4	ПК-4	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.5.	Теоретические основы маркетинга территорий	Сам. работа	8	46	ПК-4	Л1.1, Л2.1, Л2.2
Раздел 2. Технологии продвижения территорий						
2.1.	Особенности продвижений территорий различных видов: страна, регион, город	Лекции	8	4	ПК-4	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.2.	Особенности продвижений территорий различных видов: страна, регион, город	Практические	8	6	ПК-4	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.3.	Технологии брендинга территорий: этапы, методы, участники	Лекции	8	6	ПК-4	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.4.	Виды стратегий маркетинга территорий. Управление имиджем территории	Практические	8	6	ПК-4	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.5.	Процесс продвижения территориального продукта. Территориальная служба маркетинга	Лекции	8	4	ПК-4	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.6.	Внедрение территориального маркетинга, особенности. Передовая	Практические	8	8	ПК-4	Л1.1, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	практика маркетинга территорий					
2.7.	Технологии продвижения территорий	Сам. работа	8	48	ПК-4	Л1.1, Л2.1, Л2.2

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
См. в Приложении
5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)
См. в Приложении
5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
См. в Приложении
Приложения
Приложение 1.  ФОС_Продвижение территории_2022 ПК-4.docx

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Годин А.М.	Маркетинг: учебник	М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453262
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Э.В. Минько, Н.В. Карпова	Маркетинг: учебное пособие	М. : Юнити-Дана, 2015	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114714
Л2.2	Шарков Ф.И.	Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник	М. : Юнити-Дана, 2015	http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=119438
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	

Э1	Сайт библиотеки АлтГУ	www.lib.asu.ru;
Э2	Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека online"	www.biblioclub.ru.
Э3	Электронно-библиотечная система издательства "Лань"	www.e.lanbook.com;
Э4	Курс "Продвижение территории"	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7306
6.3. Перечень программного обеспечения		
Microsoft Windows Microsoft Office 7-Zip AcrobatReader		
6.4. Перечень информационных справочных систем		
Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com) Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/) Научная электронная библиотека elibrary (http://elibrary.ru)		

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
320Л	медиа-тека, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции и практические занятия, а также самостоятельную работу. Изучение курса завершается курсовым проектом. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Лекция. Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый

учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоновку новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны выполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению.

Студентам следует:

руководствоваться графиком самостоятельной работы, выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к практическим работам, сдаче курсового проекта.

Методические указания по написанию курсового проекта содержатся в отдельных методических рекомендациях по подготовке и защите курсовых работ (курсовых проектов) на факультете массовых

коммуникаций, филологии и политологии (кафедра связей с общественностью и рекламы).

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью (практикум)

рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	5 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	180	Виды контроля по семестрам
в том числе:		диф. зачеты: 4, 6
аудиторные занятия	66	
самостоятельная работа	114	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (4)		3 (5)		3 (6)		Итого	
	18	16	17	17				
Неделя	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лабораторные	22	22	22	22	22	22	66	66
Сам. работа	50	50	14	14	50	50	114	114
Итого	72	72	36	36	72	72	180	180

Программу составил(и):

Ст. преподаватель, Жеребненко А.В.; канд. филол. наук, доцент, Комиссарова Л.М.; к. филол. н., доцент, Валулина Е.В.

Рецензент(ы):

ООО "ПРАЙМ СИБИРЬ", директор, Дьячко В.П.

Рабочая программа дисциплины

Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью (практикум)

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8

Срок действия программы: 2023-2026 уч. г.

Заведующий кафедрой

д.социол.н., профессор Ковалева А.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8

Заведующий кафедрой *д.социол.н., профессор Ковалева А.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Сформировать представление об основах проектной деятельности; Научить студентов основным принципам проектной деятельности; Уметь применять теоретические знания к анализу конкретных ситуаций и материалов; Уметь осуществлять подготовку проектов; Эффективно участвовать в организации и реализации проектов;
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.В.01**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-1	Способен создавать рекламные, PR или иные комму-никационные продукты для государственных и бизнес-структур с учетом специфики разных каналов коммуникации
ПК-1.1	Знает: маркетинговые технологии и технологии бренд менеджмента; содержание методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта
ПК-1.2	Умеет: осуществлять выбор эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта и применять их с учетом специфики деятельности государственных и бизнес-структур
ПК-1.3	Владеет: навыками применения эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта (в том числе современных информационно-компьютерных и интернет-технологий, специализированных программных продуктов)
ПК-2	Способен осуществлять маркетинговые исследования в области СМИ
ПК-2.1	Знает: маркетинговые технологии; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации
ПК-2.2	Умеет: находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей; составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования
ПК-2.3	Владеет навыками: поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; анализа имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ; определения целевой аудитории по требителям продукции СМИ; контроля выполнения договора, приемки результатов маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ
ПК-3	Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии государственных и бизнес-структур для продвижения продукции СМИ
ПК-3.1	Знает: маркетинговые технологии и технологии бренд менеджмента; технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов; организацию системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж
ПК-3.2	Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение
ПК-3.3	Владеет: навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий; выбора маркетинговых технологий и инструментов для до несения до потребителя необходимой информации

ПК-4	Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.
ПК-4.1	Знает технологии разработки, реализации и продвижения коммуникационных проектов; особенности создания коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес структур
ПК-4.2	Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы по созданию, реализации и продвижению коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать современные ИКТ, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты для разработки и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-4.3	Владеет навыками разработки концепции создания, реализации и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес структур; навыками представления проектов решений по продвижению продукции СМИ руководству организации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	содержание профессиональных функций в области проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; принципы реализации коммуникационных проектов, кампаний и мероприятий; функции специалиста по связям с общественностью и рекламе при планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в рамках тех или иных проектов; правила реализации профессиональных знаний в области рекламы в проектной деятельности; виды и способы производства рекламной продукции в соответствии с задачами проекта;
3.2.	Уметь:
3.2.1.	под контролем выполнять ряд профессиональных функций в области проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; проводить коммуникационные проекты, кампаний и мероприятия; планировать коммуникационные кампании и мероприятия в рамках тех или иных проектов; реализовывать знания в области рекламы в проектной деятельности; осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции в соответствии с задачами проекта;
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками осуществления базовых профессиональных функций в области проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; навыками проведения коммуникационных проектов, кампаний и мероприятий; навыками планирования и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в рамках тех или иных проектов; навыками реализации профессиональных знаний в области рекламы в проектной деятельности; навыками подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции в соответствии с задачами проекта.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы проектной деятельности						
1.1.	Понятие проектной деятельности	Лабораторные	4	2	ПК-3.1, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.2.	Типологии проектов	Лабораторные	4	2	ПК-3.1, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.3.	Содержание проектной деятельности	Лабораторные	4	2	ПК-3.1, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.4.	Методы проектной деятельности	Лабораторные	4	2	ПК-3.1, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.5.	Сущность управления проектом	Лабораторные	4	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.6.	Роли в проекте	Лабораторные	4	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.7.	Разработка пилотного проекта	Лабораторные	4	10	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.8.	Разработка пилотного проекта	Сам. работа	4	50	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
Раздел 2. Формирование учебного проекта						
2.1.	Построение целей, задач, этапов проекта	Лабораторные	5	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
2.2.	Бюджетирование проекта	Лабораторные	5	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
2.3.	Построение стратегии проекта	Лабораторные	5	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2,	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
					ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	
2.4.	Разработка учебного проекта	Лабораторные	5	10	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
2.5.	Презентация проекта	Лабораторные	5	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
2.6.	Работа над учебным проектом	Сам. работа	5	14	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
Раздел 3. Разработка конкурсного проекта						
3.1.	Построение целей, задач, этапов проекта	Лабораторные	6	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
3.2.	Бюджетирование проекта	Лабораторные	6	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
3.3.	Построение стратегии проекта	Лабораторные	6	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
3.4.	Разработка конкурсного проекта	Лабораторные	6	10	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
3.5.	Презентация проекта	Лабораторные	6	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
3.6.	Работа над проектом	Сам. работа	6	50	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ» – <https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=9044#section-10>

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ ПК-1:

ПК-1: Способен создавать рекламные, PR или иные коммуникационные продукты для государственных и бизнес-структур с учетом специфики разных каналов коммуникации

ПРИМЕРЫ ВОПРОСОВ ЗАКРЫТОГО ТИПА (15)

Вопрос 1. Какой подход к оценке бренда не является экономическим?

- А) Подход с позиции логистики товаров и услуг
- В) Подход с позиции затрат на создание бренда
- С) Подход с позиции доходов бренда
- Д) Монокритериальный подход
- Е) Мультикритериальный подход

Ответ: А

Вопрос 2. Что не относится к вербальным идентификаторам бренда:

- А) Имя бренда
- В) Слоган бренда
- С) Описание миссии бренда
- Д) Storytelling бренда

Ответ: С

Вопрос 3. В цели создания карты позиционирования не входит:

- А) Выбор образа бренда для конкретной целевой аудитории
- В) Выбор имени бренда
- С) Визуализация наиболее выгодного для позиционирования сегмента
- Д) Выбор ниши, свободной с точки зрения различных критериев

Ответ: В

Вопрос 4. Что не входит в понятие капитал бренда (brand - equity):

- А) Осведомленность о бренде или узнаваемость
- В) Лояльность к бренду
- С) Стоимость бренда
- Д) Воспринимаемое качество
- Е) Ассоциации с брендом

Ответ: С

Вопрос 5. Что такое кладбище брендов? Выберите верный ответ.

- А) Бренды, которые вспоминаются спонтанно при упоминании определенной товарной категории
- В) Бренды, которые вспоминаются при упоминании определенной товарной категории «с подсказкой»

Ответ: В

Вопрос 6. Лояльность без приверженности – это:

- А) Потребитель безразличен к бренду или неудовлетворен им, но, несмотря на это, ему приходится приобретать такие товары по разным причинам. При изменении ситуации такой покупатель переключится

к бренду, который удовлетворяет его запросам

В) Потребитель удовлетворен определенным брендом, но не покупает его в связи с отсутствием возможности.

Ответ: А

Вопрос 7. Что такое "воспринимаемое качество бренда"? Исключите лишнее.

А) Наличие патентов или подтвержденных научных исследований

В) Связь бренда со страной

С) Многолетняя история компании

Д) Продвижение, основанное на известных клиентах и заказчиках

Е) Наличие экспертных отзывов

Ф) Наличие ручного производства наряду с машинным

Г) Ассоциации высокого качества с товаром/услугой бренда

Ответ: Е

Вопрос 8. Методика оценки здоровья бренда (модель BAV (Brand Asset Valuator) состоит из (отметьте верный вариант):

А) Горизонтальной оси — уважение потребителей и знание и вертикальной — дифференциация и соответствие потребностям потребителей

В) Горизонтальной оси — высокая степень дифференциации и актуальности бренда и вертикальной — большая известность и лояльность потребителя

Ответ: А

Вопрос 9. Каким по типу бывает степень смешения?

А) Зрительным

В) Слуховым

С) Смысловым

Д) Все перечисленные типы смешения встречаются в практике

Ответ: D

Вопрос 10. В сенсограмму бренда, по Линдстрому, не входит:

А) Обонятельный образ

В) Вкусовой образ

С) Интуитивный образ

Д) Тактильный образ

Е) Звуковой образ

Ф) Визуальный образ

Ответ: С

Вопрос 11. Сколько периодов в развитии брендинга выделяют?

А) Первый - XIX в. - начало XX в., второй - 1931-1970 гг., третий - 1950-1980 гг., четвертый - с 1990 г. и по настоящее время

В) Первый - XIX в. - начало XX в., второй - 1931- по настоящее время

С) Первый - XIX в. - начало XX в., второй - 1931-1970 гг., третий - 1950 - по настоящее время

Ответ: А

Вопрос 12. Укажите верное определение по методике STP. Сегментирование – это:

А) Деление потребителей на определенные сегменты, группы людей одинаково реагирующих на маркетинговые стимулы

В) Выбор наиболее привлекательного сегмента аудитории

С) Выбор средства коммуникации, которое доносит бренд до потребителя

Ответ: А

Вопрос 13. Вычеркните лишнее звено в методе Brand Wheel (колесо бренда):

А) атрибуты. Что представляет собой бренд?

В) преимущества. Что бренд делает для потребителя? Какой физический результат от использования бренда он получит?

С) миссия компании-бренда. Что несет компания обществу и потребителю?

Д) ценности. Какие эмоции потребитель испытывает при использовании бренда?

Е) индивидуальность. Если бы бренд был человеком, кем бы он был?

Ф) суть. Ядро бренда. Центральная идея, предлагаемая потребителю

Ответ: С

Вопрос 14. Отметьте верное определение брендинга:

- А) это совокупность бизнес-стратегий, которая интегрируется в управление организацией и позволяет удовлетворить потребности потребителей с целью получения дополнительного дохода
- В) это совокупность маркетинговых процессов, которая интегрируется в управление организацией и позволяет максимально удовлетворить потребности компании с целью получения прибыли
- С) это совокупность методик, процессов, инструментов, стратегий, которые интегрируются в комплекс маркетинга и позволяет максимально удовлетворить потребности потребителей с целью получения дополнительного дохода организации

Ответ: С

Вопрос 15. Какая группа из перечисленных ниже выгод от бренда, согласно Аакеру, является лишней?

- А) Функциональные выгоды
- В) Эмоциональные выгоды
- С) Выгоды самовыражения, или символные выгоды
- Д) Рациональные выгоды

Ответ: D

ПРИМЕРЫ ВОПРОСОВ ОТКРЫТОГО ТИПА (10)

Вопрос 1. Чем объясняется высокий коммуникативный эффект событийного менеджмента?

Ответ: с психологической точки зрения это объясняется следующим образом.

1. Человек лучше запоминает то, что пережил на чувственном уровне.
2. Человек начинает «олицетворять» марку и испытывает благодарность за предоставленные возможность и опыт общения с ней.
3. Публика лучше воспринимает то, о чем производитель говорит «ненавязчиво», поскольку участие в специальном событии происходит добровольно и у людей сохраняется ощущение собственного выбора.

Вопрос 2. К видам мероприятий событийного менеджмента относятся:

1. Информативные (обучающие семинары, конгрессы, круглый стол, конференции).
2. Развлекательные (выпуск первой партии товара; награждение тысячного покупателя; день рождения компании).
3. Досуговые – ориентированные на общение и развлечения (концерты; фестивали; праздники).

Вопрос 3. Какие цели достигаются с помощью событийного менеджмента?

Посредством инструментария событийного менеджмента достигаются следующие цели.

1. Построение успешного бренда.
2. Создание нового информационного повода для PR-кампании.
3. Яркий запуск продукта на рынок.
4. Позиционирование марки, управление имиджем компании.
5. Продвижение марки благодаря продвижению события-бренда.
6. Формирование лояльных групп потребителей.
7. Продвижение товаров импульсного спроса.
8. Повышение продаж в долгосрочном периоде.
9. Создание word-of-mouth эффекта.
10. Формирование «командного духа» среди сотрудников.

Вопрос 4. В чем заключаются принципиальные отличия событийного менеджмента от других типов коммуникационной активности?

Принципиальные отличия событийного менеджмента от любой другой коммуникационной активности состоят в следующем:

- 1) событийный менеджмент позволяет компаниям своевременно уделять внимание клиентам, которые находятся на стадии принятия решений в отношении продуктов и услуг;
- 2) событийный менеджмент является своеобразным миксом ATL, BTL и PR, благодаря чему воздействует сразу по нескольким коммуникационным каналам;
- 3) раскрученное событие само становится брендом, что позволяет широко использовать его при построении дальнейшей стратегии компании;
- 4) мероприятие событийного менеджмента имеет «долгоиграющий» эффект, поскольку начинается задолго до события в анонсах, афишах, пресс-конференциях и продолжается в последующих сообщениях в СМИ;
- 5) участники событийного менеджмента могут рассматриваться как большая фокус-группа, на которой компания апробирует свои предложения. В ходе мероприятия специалисты накапливают знания о потребителе, в ряде случаев позволяющие избежать лишних расходов на исследования;
- 6) на мероприятии событийного менеджмента можно организовать прямые продажи товара;

- 7) высокая креативность и гибкость, заложенные в событийном менеджменте, позволяют выстраивать оригинальные программы для компаний различных сфер деятельности и с разными финансовыми возможностями;
- 8) использование событийного менеджмента возможно там, где реклама запрещена или не действует.

Вопрос 5. Чем различаются событийный менеджмент и событийный маркетинг?

Событийный маркетинг – это направление бизнеса. Событийный менеджмент – это комплексное управление событием.

Вопрос 6. На основе анализа избранного события ответьте на следующий вопрос

Согласовано ли основное сообщение, транслируемое в событии с ценностями бренда компании-заказчика?

Свободный ответ.

Вопрос 7. Предлагается ли клиенту товар/услуга с уникальным торговым предложением?

Свободный ответ.

Вопрос 8. Какое уникальное эмоциональное предложение реализуется в специальном мероприятии?

Свободный ответ.

Вопрос 9. Соответствует ли айдентика события стилистике и айдентике бренда продвигаемой компании?

Свободный ответ.

Вопрос 10. Какие способы взаимодействия, активности предлагались клиенту на мероприятии?

Свободный ответ.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

«зачтено» – верно выполнено более 60% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 60% и менее 60% заданий

ПК-2: Способен осуществлять маркетинговые исследования в области СМИ

ПРИМЕРЫ ВОПРОСОВ ЗАКРЫТОГО ТИПА (15)

Вопрос 1. Какой подход к оценке бренда не является экономическим?

- А) Подход с позиции логистики товаров и услуг
- В) Подход с позиции затрат на создание бренда
- С) Подход с позиции доходов бренда
- Д) Монокритериальный подход
- Е) Мультикритериальный подход

Ответ: А

Вопрос 2. Что не относится к вербальным идентификаторам бренда:

- А) Имя бренда
- В) Слоган бренда
- С) Описание миссии бренда
- Д) Storytelling бренда

Ответ: С

Вопрос 3. В цели создания карты позиционирования не входит:

- А) Выбор образа бренда для конкретной целевой аудитории
- В) Выбор имени бренда
- С) Визуализация наиболее выгодного для позиционирования сегмента
- Д) Выбор ниши, свободной с точки зрения различных критериев

Ответ: В

Вопрос 4. Что не входит в понятие капитал бренда (brand - equity):

- А) Осведомленность о бренде или узнаваемость
- В) Лояльность к бренду
- С) Стоимость бренда
- Д) Воспринимаемое качество
- Е) Ассоциации с брендом

Ответ: С

Вопрос 5. Что такое кладбище брендов? Выберите верный ответ.

- А) Бренды, которые вспоминаются спонтанно при упоминании определенной товарной категории
- В) Бренды, которые вспоминаются при упоминании определенной товарной категории «с подсказкой»

Ответ: В

Вопрос 6. Лояльность без приверженности – это:

- A) Потребитель безразличен к бренду или неудовлетворен им, но, несмотря на это, ему приходится приобретать такие товары по разным причинам. При изменении ситуации такой покупатель переметнется к бренду, который удовлетворяет его запросам
- B) Потребитель удовлетворен определенным брендом, но не покупает его в связи с отсутствием возможности.

Ответ: А

Вопрос 7. Что такое "воспринимаемое качество бренда"? Исключите лишнее.

- A) Наличие патентов или подтвержденных научных исследований
- B) Связь бренда со страной
- C) Многолетняя история компании
- D) Продвижение, основанное на известных клиентах и заказчиках
- E) Наличие экспертных отзывов
- F) Наличие ручного производства наряду с машинным
- G) Ассоциации высокого качества с товаром/услугой бренда

Ответ: E

Вопрос 8. Методика оценки здоровья бренда (модель BAV (Brand Asset Valuator) состоит из (отметьте верный вариант):

- A) Горизонтальной оси — уважение потребителей и знание и вертикальной — дифференциация и соответствие потребностям потребителей
- B) Горизонтальной оси — высокая степень дифференциации и актуальности бренда и вертикальной — большая известность и лояльность потребителя

Ответ: А

Вопрос 9. Каким по типу бывает степень смешения?

- A) Зрительным
- B) Слуховым
- C) Смысловым
- D) Все перечисленные типы смешения встречаются в практике

Ответ: D

Вопрос 10. В сенсограмму бренда, по Линдстрому, не входит:

- A) Обонятельный образ
- B) Вкусовой образ
- C) Интуитивный образ
- D) Тактильный образ
- E) Звуковой образ
- F) Визуальный образ

Ответ: С

Вопрос 11. Сколько периодов в развитии брендинга выделяют?

- A) Первый - XIX в. - начало XX в., второй - 1931-1970 гг., третий - 1950-1980 гг., четвертый - с 1990 г. и по настоящее время
- B) Первый - XIX в. - начало XX в., второй - 1931- по настоящее время
- C) Первый - XIX в. - начало XX в., второй - 1931-1970 гг., третий - 1950 - по настоящее время

Ответ: А

Вопрос 12. Укажите верное определение по методике STP. Сегментирование – это:

- A) Деление потребителей на определенные сегменты, группы людей одинаково реагирующих на маркетинговые стимулы
- B) Выбор наиболее привлекательного сегмента аудитории
- C) Выбор средства коммуникации, которое доносит бренд до потребителя

Ответ: А

Вопрос 13. Вычеркните лишнее звено в методе Brand Wheel (колесо бренда):

- A) атрибуты: Что представляет собой бренд?
- B) преимущества. Что бренд делает для потребителя? Какой физический результат от использования бренда он получит?
- C) миссия компании-бренда. Что несет компания обществу и потребителю?

D) ценности. Какие эмоции потребитель испытывает при использовании бренда?

E) индивидуальность. Если бы бренд был человеком, кем бы он был?

F) суть. Ядро бренда. Центральная идея, предлагаемая потребителю

Ответ: С

Вопрос 14. Отметьте верное определение брендинга:

A) это совокупность бизнес-стратегий, которая интегрируется в управление организацией и позволяет удовлетворить потребности потребителей с целью получения дополнительного дохода

B) это совокупность маркетинговых процессов, которая интегрируется в управление организацией и позволяет максимально удовлетворить потребности компании с целью получения прибыли

C) это совокупность методик, процессов, инструментов, стратегий, которые интегрируются в комплекс маркетинга и позволяет максимально удовлетворить потребности потребителей с целью получения дополнительного дохода организации

Ответ: С

Вопрос 15. Какая группа из перечисленных ниже выгод от бренда, согласно Аакеру, является лишней?

A) Функциональные выгоды

B) Эмоциональные выгоды

C) Выгоды самовыражения, или символичные выгоды

D) Рациональные выгоды

Ответ: D

ПРИМЕРЫ ВОПРОСОВ ОТКРЫТОГО ТИПА (10)

Вопрос 1. Чем объясняется высокий коммуникативный эффект событийного менеджмента?

Ответ: с психологической точки зрения это объясняется следующим образом.

1. Человек лучше запоминает то, что пережил на чувственном уровне.

2. Человек начинает «олицетворять» марку и испытывает благодарность за предоставленную возможность и опыт общения с ней.

3. Публика лучше воспринимает то, о чем производитель говорит «ненавязчиво», поскольку участие в специальном событии происходит добровольно и у людей сохраняется ощущение собственного выбора.

Вопрос 2. К видам мероприятий событийного менеджмента относятся:

1. Информативные (обучающие семинары, конгрессы, круглый стол, конференции).

2. Развлекательные (выпуск первой партии товара; награждение тысячного покупателя; день рождения компании).

3. Досуговые – ориентированные на общение и развлечения (концерты; фестивали; праздники).

Вопрос 3. Какие цели достигаются с помощью событийного менеджмента?

Посредством инструментария событийного менеджмента достигаются следующие цели.

1. Построение успешного бренда.

2. Создание нового информационного повода для PR-кампании.

3. Яркий запуск продукта на рынок.

4. Позиционирование марки, управление имиджем компании.

5. Продвижение марки благодаря продвижению события-бренда.

6. Формирование лояльных групп потребителей.

7. Продвижение товаров импульсного спроса.

8. Повышение продаж в долгосрочном периоде.

9. Создание word-of-mouth эффекта.

10. Формирование «командного духа» среди сотрудников.

Вопрос 4. В чем заключаются принципиальные отличия событийного менеджмента от других типов коммуникационной активности?

Принципиальные отличия событийного менеджмента от любой другой коммуникационной активности состоят в следующем:

1) событийный менеджмент позволяет компаниям своевременно уделять внимание клиентам, которые находятся на стадии принятия решений в отношении продуктов и услуг;

2) событийный менеджмент является своеобразным миксом ATL, BTL и PR, благодаря чему воздействует сразу по нескольким коммуникационным каналам;

3) раскрученное событие само становится брендом, что позволяет широко использовать его при построении дальнейшей стратегии компании;

4) мероприятие событийного менеджмента имеет «долгоиграющий» эффект, поскольку начинается задолго до события в анонсах, афишах, пресс-конференциях и продолжается в последующих сообщениях в СМИ;

- 5) участники событийного менеджмента могут рассматриваться как большая фокус-группа, на которой компания апробирует свои предложения. В ходе мероприятия специалисты накапливают знания о потребителе, в ряде случаев позволяющие избежать лишних расходов на исследования;
- 6) на мероприятии событийного менеджмента можно организовать прямые продажи товара;
- 7) высокая креативность и гибкость, заложенные в событийном менеджменте, позволяют выстраивать оригинальные программы для компаний различных сфер деятельности и с разными финансовыми возможностями;
- 8) использование событийного менеджмента возможно там, где реклама запрещена или не действует.

Вопрос 5. Чем различаются событийный менеджмент и событийный маркетинг?

Событийный маркетинг – это направление бизнеса. Событийный менеджмент – это комплексное управление событием.

Вопрос 6. На основе анализа избранного события ответьте на следующий вопрос

Согласовано ли основное сообщение, транслируемое в событии с ценностями бренда компании-заказчика?

Свободный ответ.

Вопрос 7. Предлагается ли клиенту товар/услуга с уникальным торговым предложением?

Свободный ответ.

Вопрос 8. Какое уникальное эмоциональное предложение реализуется в специальном мероприятии?

Свободный ответ.

Вопрос 9. Соответствует ли айдентика события стилистике и айдентике бренда продвигаемой компании?

Свободный ответ.

Вопрос 10. Какие способы взаимодействия, активности предлагались клиенту на мероприятии?

Свободный ответ.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

«зачтено» – верно выполнено более 60% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 60% и менее 60% заданий

ПК-3: Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии государственных и бизнес-структур для продвижения продукции СМИ

ПРИМЕРЫ ВОПРОСОВ ЗАКРЫТОГО ТИПА (15)

Вопрос 1. Какой подход к оценке бренда не является экономическим?

- A) Подход с позиции логистики товаров и услуг
- B) Подход с позиции затрат на создание бренда
- C) Подход с позиции доходов бренда
- D) Монокритериальный подход
- E) Мультикритериальный подход

Ответ: A

Вопрос 2. Что не относится к вербальным идентификаторам бренда:

- A) Имя бренда
- B) Слоган бренда
- C) Описание миссии бренда
- D) Storytelling бренда

Ответ: C

Вопрос 3. В цели создания карты позиционирования не входит:

- A) Выбор образа бренда для конкретной целевой аудитории
- B) Выбор имени бренда
- C) Визуализация наиболее выгодного для позиционирования сегмента
- D) Выбор ниши, свободной с точки зрения различных критериев

Ответ: B

Вопрос 4. Что не входит в понятие капитал бренда (brand - equity):

- A) Осведомленность о бренде или узнаваемость
- B) Лояльность к бренду
- C) Стоимость бренда
- D) Воспринимаемое качество
- E) Ассоциации с брендом

Ответ: C

Вопрос 5. Что такое кладбище брендов? Выберите верный ответ.

- A) Бренды, которые вспоминаются спонтанно при упоминании определенной товарной категории
- B) Бренды, которые вспоминаются при упоминании определенной товарной категории «с подсказкой»

Ответ: B

Вопрос 6. Лояльность без приверженности – это:

- A) Потребитель безразличен к бренду или неудовлетворен им, но, несмотря на это, ему приходится приобретать такие товары по разным причинам. При изменении ситуации такой покупатель переметнется к бренду, который удовлетворяет его запросам
- B) Потребитель удовлетворен определенным брендом, но не покупает его в связи с отсутствием возможности.

Ответ: A

Вопрос 7. Что такое "воспринимаемое качество бренда"? Исключите лишнее.

- A) Наличие патентов или подтвержденных научных исследований
- B) Связь бренда со страной
- C) Многолетняя история компании
- D) Продвижение, основанное на известных клиентах и заказчиках
- E) Наличие экспертных отзывов
- F) Наличие ручного производства наряду с машинным
- G) Ассоциации высокого качества с товаром/услугой бренда

Ответ: E

Вопрос 8. Методика оценки здоровья бренда (модель BAV (Brand Asset Valuator) состоит из (отметьте верный вариант):

- A) Горизонтальной оси — уважение потребителей и знание и вертикальной — дифференциация и соответствие потребностям потребителей
- B) Горизонтальной оси — высокая степень дифференциации и актуальности бренда и вертикальной — большая известность и лояльность потребителя

Ответ: A

Вопрос 9. Каким по типу бывает степень смешения?

- A) Зрительным
- B) Слуховым
- C) Смысловым
- D) Все перечисленные типы смешения встречаются в практике

Ответ: D

Вопрос 10. В сенсограмму бренда, по Линдстрому, не входит:

- A) Обонятельный образ
- B) Вкусовой образ
- C) Интуитивный образ
- D) Тактильный образ
- E) Звуковой образ
- F) Визуальный образ

Ответ: C

Вопрос 11. Сколько периодов в развитии брендинга выделяют?

- A) Первый - XIX в. - начало XX в., второй - 1931-1970 гг., третий - 1950-1980 гг., четвертый - с 1990 г. и по настоящее время
- B) Первый - XIX в. - начало XX в., второй - 1931- по настоящее время
- C) Первый - XIX в. - начало XX в., второй - 1931-1970 гг., третий - 1950 - по настоящее время

Ответ: A

Вопрос 12. Укажите верное определение по методике STP. Сегментирование – это:

- A) Деление потребителей на определенные сегменты, группы людей одинаково реагирующих на маркетинговые стимулы
- B) Выбор наиболее привлекательного сегмента аудитории
- C) Выбор средства коммуникации, которое доносит бренд до потребителя

Ответ: A

Вопрос 13. Вычеркните лишнее звено в методе Brand Wheel (колесо бренда):

- A) атрибуты. Что представляет собой бренд?
- B) преимущества. Что бренд делает для потребителя? Какой физический результат от использования бренда он получит?
- C) миссия компании-бренда. Что несет компания обществу и потребителю?
- D) ценности. Какие эмоции потребитель испытывает при использовании бренда?
- E) индивидуальность. Если бы бренд был человеком, кем бы он был?
- F) суть. Ядро бренда. Центральная идея, предлагаемая потребителю

Ответ: C

Вопрос 14. Отметьте верное определение брендинга:

- A) это совокупность бизнес-стратегий, которая интегрируется в управление организацией и позволяет удовлетворить потребности потребителей с целью получения дополнительного дохода
- B) это совокупность маркетинговых процессов, которая интегрируется в управление организацией и позволяет максимально удовлетворить потребности компании с целью получения прибыли
- C) это совокупность методик, процессов, инструментов, стратегий, которые интегрируются в комплекс маркетинга и позволяет максимально удовлетворить потребности потребителей с целью получения дополнительного дохода организации

Ответ: C

Вопрос 15. Какая группа из перечисленных ниже выгод от бренда, согласно Аакеру, является лишней?

- A) Функциональные выгоды
- B) Эмоциональные выгоды
- C) Выгоды самовыражения, или символные выгоды
- D) Рациональные выгоды

Ответ: D

ПРИМЕРЫ ВОПРОСОВ ОТКРЫТОГО ТИПА (10)

Вопрос 1. Чем объясняется высокий коммуникативный эффект событийного менеджмента?

Ответ: с психологической точки зрения это объясняется следующим образом.

1. Человек лучше запоминает то, что пережил на чувственном уровне.
2. Человек начинает «олицетворять» марку и испытывает благодарность за предоставленную возможность и опыт общения с ней.
3. Публика лучше воспринимает то, о чем производитель говорит «ненавязчиво», поскольку участие в специальном событии происходит добровольно и у людей сохраняется ощущение собственного выбора.

Вопрос 2. К видам мероприятий событийного менеджмента относятся:

1. Информативные (обучающие семинары, конгрессы, круглый стол, конференции).
2. Развлекательные (выпуск первой партии товара; награждение тысячного покупателя; день рождения компании).
3. Досуговые – ориентированные на общение и развлечения (концерты; фестивали; праздники).

Вопрос 3. Какие цели достигаются с помощью событийного менеджмента?

Посредством инструментария событийного менеджмента достигаются следующие цели.

1. Построение успешного бренда.
2. Создание нового информационного повода для PR-кампании.
3. Яркий запуск продукта на рынок.
4. Позиционирование марки, управление имиджем компании.
5. Продвижение марки благодаря продвижению события-бренда.
6. Формирование лояльных групп потребителей.
7. Продвижение товаров импульсного спроса.
8. Повышение продаж в долгосрочном периоде.
9. Создание word-of-mouth эффекта.
10. Формирование «командного духа» среди сотрудников.

Вопрос 4. В чем заключаются принципиальные отличия событийного менеджмента от других типов коммуникационной активности?

Принципиальные отличия событийного менеджмента от любой другой коммуникационной активности состоят в следующем:

- 1) событийный менеджмент позволяет компаниям своевременно уделять внимание клиентам, которые находятся на стадии принятия решений в отношении продуктов и услуг;
- 2) событийный менеджмент является своеобразным миксом ATL, BTL и PR, благодаря чему воздействует сразу по нескольким коммуникационным каналам;

- 3) раскрученное событие само становится брендом, что позволяет широко использовать его при построении дальнейшей стратегии компании;
- 4) мероприятие событийного менеджмента имеет «долгоиграющий» эффект, поскольку начинается задолго до события в анонсах, афишах, пресс-конференциях и продолжается в последующих сообщениях в СМИ;
- 5) участники событийного менеджмента могут рассматриваться как большая фокус-группа, на которой компания апробирует свои предложения. В ходе мероприятия специалисты накапливают знания о потребителе, в ряде случаев позволяющие избежать лишних расходов на исследования;
- 6) на мероприятии событийного менеджмента можно организовать прямые продажи товара;
- 7) высокая креативность и гибкость, заложенные в событийном менеджменте, позволяют выстраивать оригинальные программы для компаний различных сфер деятельности и с разными финансовыми возможностями;
- 8) использование событийного менеджмента возможно там, где реклама запрещена или не действует.

Вопрос 5. Чем различаются событийный менеджмент и событийный маркетинг?

Событийный маркетинг – это направление бизнеса. Событийный менеджмент – это комплексное управление событием.

Вопрос 6. На основе анализа избранного события ответьте на следующий вопрос

Согласовано ли основное сообщение, транслируемое в событии с ценностями бренда компании-заказчика?

Свободный ответ.

Вопрос 7. Предлагается ли клиенту товар/услуга с уникальным торговым предложением?

Свободный ответ.

Вопрос 8. Какое уникальное эмоциональное предложение реализуется в специальном мероприятии?

Свободный ответ.

Вопрос 9. Соответствует ли айдентика события стилистике и айдентике бренда продвигаемой компании?

Свободный ответ.

Вопрос 10. Какие способы взаимодействия, активности предлагались клиенту на мероприятии?

Свободный ответ.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

«зачтено» – верно выполнено более 60% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 60% и менее 60% заданий

ПК-4: Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.

ПРИМЕРЫ ВОПРОСОВ ЗАКРЫТОГО ТИПА (15)

Вопрос 1. Какой подход к оценке бренда не является экономическим?

- A) Подход с позиции логистики товаров и услуг
- B) Подход с позиции затрат на создание бренда
- C) Подход с позиции доходов бренда
- D) Монокритериальный подход
- E) Мультикритериальный подход

Ответ: A

Вопрос 2. Что не относится к вербальным идентификаторам бренда:

- A) Имя бренда
- B) Слоган бренда
- C) Описание миссии бренда
- D) Storytelling бренда

Ответ: C

Вопрос 3. В цели создания карты позиционирования не входит:

- A) Выбор образа бренда для конкретной целевой аудитории
- B) Выбор имени бренда
- C) Визуализация наиболее выгодного для позиционирования сегмента
- D) Выбор ниши, свободной с точки зрения различных критериев

Ответ: B

Вопрос 4. Что не входит в понятие капитал бренда (brand - equity):

- A) Осведомленность о бренде или узнаваемость

- В) Лояльность к бренду
 - С) Стоимость бренда
 - Д) Воспринимаемое качество
 - Е) Ассоциации с брендом
- Ответ: С

Вопрос 5. Что такое кладбище брендов? Выберите верный ответ.

- А) Бренды, которые вспоминаются спонтанно при упоминании определенной товарной категории
 - В) Бренды, которые вспоминаются при упоминании определенной товарной категории «с подсказкой»
- Ответ: В

Вопрос 6. Лояльность без приверженности – это:

- А) Потребитель безразличен к бренду или неудовлетворен им, но, несмотря на это, ему приходится приобретать такие товары по разным причинам. При изменении ситуации такой покупатель переметнется к бренду, который удовлетворяет его запросам
- В) Потребитель удовлетворен определенным брендом, но не покупает его в связи с отсутствием возможности.

Ответ: А

Вопрос 7. Что такое "воспринимаемое качество бренда"? Исключите лишнее.

- А) Наличие патентов или подтвержденных научных исследований
 - В) Связь бренда со страной
 - С) Многолетняя история компании
 - Д) Продвижение, основанное на известных клиентах и заказчиках
 - Е) Наличие экспертных отзывов
 - Ф) Наличие ручного производства наряду с машинным
 - Г) Ассоциации высокого качества с товаром/услугой бренда
- Ответ: Е

Вопрос 8. Методика оценки здоровья бренда (модель BAV (Brand Asset Valuator) состоит из (отметьте верный вариант):

- А) Горизонтальной оси — уважение потребителей и знание и вертикальной — дифференциация и соответствие потребностям потребителей
- В) Горизонтальной оси — высокая степень дифференциации и актуальности бренда и вертикальной — большая известность и лояльность потребителя

Ответ: А

Вопрос 9. Каким по типу бывает степень смешения?

- А) Зрительным
- В) Слуховым
- С) Смысловым
- Д) Все перечисленные типы смешения встречаются в практике

Ответ: D

Вопрос 10. В сенсограмму бренда, по Линдстрому, не входит:

- А) Обонятельный образ
- В) Вкусовой образ
- С) Интуитивный образ
- Д) Тактильный образ
- Е) Звуковой образ
- Ф) Визуальный образ

Ответ: С

Вопрос 11. Сколько периодов в развитии брендинга выделяют?

- А) Первый - XIX в. - начало XX в., второй - 1931-1970 гг., третий - 1950-1980 гг., четвертый - с 1990 г. и по настоящее время
- В) Первый - XIX в. - начало XX в., второй - 1931- по настоящее время
- С) Первый - XIX в. - начало XX в., второй - 1931-1970 гг., третий - 1950 - по настоящее время

Ответ: А

Вопрос 12. Укажите верное определение по методике STP. Сегментирование – это:

- А) Деление потребителей на определенные сегменты, группы людей одинаково реагирующих на

маркетинговые стимулы

В) Выбор наиболее привлекательного сегмента аудитории

С) Выбор средства коммуникации, которое доносит бренд до потребителя

Ответ: А

Вопрос 13. Вычеркните лишнее звено в методе Brand Wheel (колесо бренда):

А) атрибуты. Что представляет собой бренд?

В) преимущества. Что бренд делает для потребителя? Какой физический результат от использования бренда он получит?

С) миссия компании-бренда. Что несет компания обществу и потребителю?

Д) ценности. Какие эмоции потребитель испытывает при использовании бренда?

Е) индивидуальность. Если бы бренд был человеком, кем бы он был?

Ф) суть. Ядро бренда. Центральная идея, предлагаемая потребителю

Ответ: С

Вопрос 14. Отметьте верное определение брендинга:

А) это совокупность бизнес-стратегий, которая интегрируется в управление организацией и позволяет удовлетворить потребности потребителей с целью получения дополнительного дохода

В) это совокупность маркетинговых процессов, которая интегрируется в управление организацией и позволяет максимально удовлетворить потребности компании с целью получения прибыли

С) это совокупность методик, процессов, инструментов, стратегий, которые интегрируются в комплекс маркетинга и позволяет максимально удовлетворить потребности потребителей с целью получения дополнительного дохода организации

Ответ: С

Вопрос 15. Какая группа из перечисленных ниже выгод от бренда, согласно Аакеру, является лишней?

А) Функциональные выгоды

В) Эмоциональные выгоды

С) Выгоды самовыражения, или символьные выгоды

Д) Рациональные выгоды

Ответ: D

ПРИМЕРЫ ВОПРОСОВ ОТКРЫТОГО ТИПА (10)

Вопрос 1. Чем объясняется высокий коммуникативный эффект событийного менеджмента?

Ответ: с психологической точки зрения это объясняется следующим образом.

1. Человек лучше запоминает то, что пережил на чувственном уровне.

2. Человек начинает «олицетворять» марку и испытывает благодарность за предоставленные возможность и опыт общения с ней.

3. Публика лучше воспринимает то, о чем производитель говорит «ненавязчиво», поскольку участие в специальном событии происходит добровольно и у людей сохраняется ощущение собственного выбора.

Вопрос 2. К видам мероприятий событийного менеджмента относятся:

1. Информативные (обучающие семинары, конгрессы, круглый стол, конференции).

2. Развлекательные (выпуск первой партии товара; награждение тысячного покупателя; день рождения компании).

3. Досуговые – ориентированные на общение и развлечения (концерты; фестивали; праздники).

Вопрос 3. Какие цели достигаются с помощью событийного менеджмента?

Посредством инструментария событийного менеджмента достигаются следующие цели.

1. Построение успешного бренда.

2. Создание нового информационного повода для PR-кампании.

3. Яркий запуск продукта на рынок.

4. Позиционирование марки, управление имиджем компании.

5. Продвижение марки благодаря продвижению события-бренда.

6. Формирование лояльных групп потребителей.

7. Продвижение товаров импульсного спроса.

8. Повышение продаж в долгосрочном периоде.

9. Создание word-of-mouth эффекта.

10. Формирование «командного духа» среди сотрудников.

Вопрос 4. В чем заключаются принципиальные отличия событийного менеджмента от других типов коммуникационной активности?

Принципиальные отличия событийного менеджмента от любой другой коммуникационной активности

состоят в следующем:

- 1) событийный менеджмент позволяет компаниям своевременно уделять внимание клиентам, которые находятся на стадии принятия решений в отношении продуктов и услуг;
- 2) событийный менеджмент является своеобразным миксом ATL, BTL и PR, благодаря чему воздействует сразу по нескольким коммуникационным каналам;
- 3) раскрученное событие само становится брендом, что позволяет широко использовать его при построении дальнейшей стратегии компании;
- 4) мероприятие событийного менеджмента имеет «долгоиграющий» эффект, поскольку начинается задолго до события в анонсах, афишах, пресс-конференциях и продолжается в последующих сообщениях в СМИ;
- 5) участники событийного менеджмента могут рассматриваться как большая фокус-группа, на которой компания апробирует свои предложения. В ходе мероприятия специалисты накапливают знания о потребителе, в ряде случаев позволяющие избежать лишних расходов на исследования;
- 6) на мероприятии событийного менеджмента можно организовать прямые продажи товара;
- 7) высокая креативность и гибкость, заложенные в событийном менеджменте, позволяют выстраивать оригинальные программы для компаний различных сфер деятельности и с разными финансовыми возможностями;
- 8) использование событийного менеджмента возможно там, где реклама запрещена или не действует.

Вопрос 5. Чем различаются событийный менеджмент и событийный маркетинг?

Событийный маркетинг – это направление бизнеса. Событийный менеджмент – это комплексное управление событием.

Вопрос 6. На основе анализа избранного события ответьте на следующий вопрос

Согласовано ли основное сообщение, транслируемое в событии с ценностями бренда компании-заказчика?

Свободный ответ.

Вопрос 7. Предлагается ли клиенту товар/услуга с уникальным торговым предложением?

Свободный ответ.

Вопрос 8. Какое уникальное эмоциональное предложение реализуется в специальном мероприятии?

Свободный ответ.

Вопрос 9. Соответствует ли айдентика события стилистике и айдентике бренда продвигаемой компании?

Свободный ответ.

Вопрос 10. Какие способы взаимодействия, активности предлагались клиенту на мероприятии?

Свободный ответ.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

«зачтено» – верно выполнено более 60% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 60% и менее 60% заданий

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

«зачтено» – верно выполнено более 60% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 60% и менее 60% заданий

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Не предусмотрено

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра зачета (для обучающихся, не получивших зачет по результатам текущей успеваемости) по всему изученному курсу. Зачет проводится в устной форме по билетам. В билет входит 2 вопроса: 1 вопрос теоретического характера и 1 вопрос практико-ориентированного характера.

ВОПРОСЫ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО ХАРАКТЕРА

3. Проектная и операционная деятельность. Функциональное и проектное управление
4. Классификация проектов. Методы управления проектами
5. Жизненный цикл проекта.
6. Проектный анализ и финансовая реализуемость проекта
7. Техничко-экономическое обоснование и бизнес-план

8. Источники финансирования проектной деятельности
9. Организационные формы финансирования
10. Проектное финансирование
11. Эффект и эффективность. Научно-технический эффект
12. Простейшие методы определения эффективности
13. Задачи, процессы и уровни планирования
14. Творческая составляющая проекта
15. Иерархическая структура работ
16. Сетевое планирование
17. Ресурсное планирование
18. Календарное планирование
19. Сметное планирование
20. Основные принципы управления стоимостью проекта
21. Оценка стоимости проекта
22. Понятие о бюджетировании
23. Методы управления стоимостью проекта
24. Мониторинг работ по проекту
25. Взаимосвязь объемов, продолжительности и стоимости работ

ВОПРОСЫ ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ХАРАКТЕРА

1. Управление содержанием работ
2. Различные определения управления проектами. Их различие и сходство.
3. Логическая проверка описания проекта.
4. Финансовая проверка проекта.
5. Общее понятие структуры проекта.
6. Основные ошибки при подготовке описания проекта
7. Наиболее вероятные ошибки при реализации проекта.
8. Участники проекта и их функции.
9. Ближнее и дальнее окружение проекта.
10. Жизненный цикл и фазы проекта.
11. Философия управления проектом.
12. Формирование бюджета проекта.
13. Основные отличия управления проектом от управления подразделением.
14. Этапы управления проектом.
15. Роль руководителя проекта в управлении проектом.
16. Управление рисками в проекте.
17. СВОТ анализ и другие метода анализа в подготовке описания проекта.
18. Структура и объемы работ
19. Производительность
20. Менеджмент качества проекта

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:

«Отлично» (зачтено): студентом дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленные вопросы, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок.

«Хорошо» (зачтено): студентом дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускаются неточности в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.

«Удовлетворительно» (зачтено): студентом дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.

«Неудовлетворительно» (не зачтено): студентом дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, неумением давать аргументированные ответы. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено. Студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Поляков В.А.	Реклама: разработка и технологии производства:	Юрайт, 2023	https://urait.ru/book/reklama-razrabotka-i-tehnologii-proizvodstva-517937
Л1.2	Чумиков, А. Н.	Связи с общественностью и медиакоммуникации : учебное пособие для вузов : Высшее образование	Москва : Издательство Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/520599
Л1.3	Дзялошинский И.М.	Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования: учебник для вузов : Высшее образование	Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/517871
Л1.4	Дзялошинский И.М.	Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования: учебник для вузов : Высшее образование	Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/517871

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Синяева, И. М.	Реклама и связи с общественностью: учебник для бакалавров	ЭБС «Университетская библиотека online», 2017	www.biblio-online.ru/book/C22451DB-704D-4373-87DC-32CA2CE273BF

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

	Название	Эл. адрес
Э1	Клуб специалистов PR	www.pr-club.com
Э2	Сайт библиотеки АлтГУ	www.ib.asu.ru
Э3	Энциклопедия маркетинга	www.marketing.spb.ru
Э4	Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека online"	http://biblioclub.ru/
Э5	Электронно-библиотечная система издательства "Лань"	https://e.lanbook.com/

Э6	Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью, доц. Валюлина Е.В.	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=6874
Э7	Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью, ст. преп. Жеребенко А.В.	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=5657
6.3. Перечень программного обеспечения		
<p>Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно); Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно); Chrome (http://www.chromium.org/chromium-os/licenses), (бессрочно); 7-Zip (http://www.7-zip.org/license.txt), (бессрочно); AcrobatReader (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно); ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно); LibreOffice (https://ru.libreoffice.org/), (бессрочно); Веб-браузер Chromium (https://www.chromium.org/Home/), (бессрочно); Антивирус Касперский (https://www.kaspersky.ru/), (до 23 июня 2024); Архиватор Ark (https://apps.kde.org/ark/), (бессрочно); Okular (https://okular.kde.org/ru/download/), (бессрочно); Редактор изображений Gimp (https://www.gimp.org/), (бессрочно)</p>		
6.4. Перечень информационных справочных систем		
<p>Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com) Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/) Научная электронная библиотека elibrary (http://elibrary.ru)</p>		

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
320Л	медиа-тека, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает практические занятия, а также самостоятельную работу. Изучение курса завершается зачетом с оценкой. Успешное изучение курса требует активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Практическое занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и

представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует:

руководствоваться графиком самостоятельной работы,

выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях

неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Зачет с оценкой. Подготовка к зачету с оценкой ведется на основе полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы. При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеются теоретические вопросы и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Профессиональная риторика в рекламной и PR-деятельности

рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам
в том числе:		экзамены: 2
аудиторные занятия	42	
самостоятельная работа	39	
контроль	27	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (2)		Итого	
	Неделя 18			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	18	18	18	18
Практические	24	24	24	24
Сам. работа	39	39	39	39
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
к.филол.н., доцент, Валулина Е.В.

Рецензент(ы):

Рабочая программа дисциплины
Профессиональная риторика в рекламной и PR-деятельности

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Срок действия программы: 2023-2026 уч. г.

Заведующий кафедрой
д.социол.н., профессор А.В. Ковалева

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Заведующий кафедрой *д.социол.н., профессор А.В. Ковалева*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	<p>Осмысление теоретических и практических сведений о риторике, овладение навыками различных жанров речей, а также наиболее эффективными риторическими технологиями. Для данного курса характерна практическая направленность: студентам предстоит освоить разные риторические технологии создания речей с учетом аудитории, что позволит выпускнику уверенно себя ощущать в профессиональной и его профессиональной сфере деятельности.</p> <ul style="list-style-type: none">• изучение разными риторическими технологиями;• развитие умений продуцирования риторически правильно построенных монологических устных и письменных текстов разных жанров• развитие коммуникативных способностей и психологической готовности эффективно взаимодействовать с партнером по общению;• развитие стремления выработать собственный риторический имидж.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.В.01**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-1	Способен создавать рекламные, PR или иные комму-никационные продукты для государственных и бизнес-структур с учетом специфики разных каналов коммуникации
ПК-1.1	Знает: маркетинговые технологии и технологии бренд менеджмента; содержание методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта
ПК-1.2	Умеет: осуществлять выбор эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта и применять их с учетом специфики деятельности государственных и бизнес-структур
ПК-1.3	Владет: навыками применения эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта (в том числе современных информационно-компьютерных и интернет-технологий, специализированных программных продуктов)
ПК-4	Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.
ПК-4.1	Знает технологии разработки, реализации и продвижения коммуникационных проектов; особенности создания коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес структур
ПК-4.2	Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы по созданию, реализации и продвижению коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать современные ИКТ, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты для разработки и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-4.3	Владет навыками разработки концепции создания, реализации и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес структур; навыками представления проектов решений по продвижению продукции СМИ руководству организации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	технологии разработки, реализации и продвижения коммуникационных проектов; особенности создания коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес-структур

3.2.	Уметь:
3.2.1.	разрабатывать концептуальные и стратегические документы по созданию, реализации и продвижению коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать современные ИКТ, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты для разработки и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками разработки концепции создания, реализации и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес-структур; навыками представления проектов решений по продвижению продукции СМИ руководству организации.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Риторика как наука и искусство						
1.1.	Понятие риторики. Предмет и задачи риторики. История красноречия.	Лекции	2	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.2.	Роды и виды красноречия.	Практические	2	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.3.	Роды и виды красноречия.	Сам. работа	2	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.4.	Разделы классической риторики.	Лекции	2	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.5.	Особенности классической риторики	Практические	2	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.6.	Особенности классической риторики	Сам. работа	2	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.7.	Целевые установки речи. Общая и частная целевые установки. Типы речи согласно общим целевым установкам.	Лекции	2	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.8.	Типы речи согласно общим целевым установкам.	Сам. работа	2	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.9.	Особенности целевых установок	Практические	2	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.10.	Ритуальная, провокационная,	Лекции	2	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	императивная и убеждающая речь.					
1.11.	Виды речевой деятельности	Практические	2	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.12.	Виды речевой деятельности	Сам. работа	2	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
Раздел 2. Этические и психологические аспекты риторики						
2.1.	Основные типы коммуникабельности людей.	Лекции	2	1	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.2.	Эго-состояния и речевое общение (модель Э. Берна). Виды трансактов.	Практические	2	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.3.	Эго-состояния и речевое общение (модель Э. Берна). Виды трансактов.	Сам. работа	2	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.4.	Нравственность и нравственные барьеры личности. Нравственные постулаты общения. Ложь как одна из коммуникативных функций.	Лекции	2	1	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.5.	Нравственные постулаты общения.	Практические	2	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.6.	Принципы делового этикета.	Лекции	2	1	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.7.	Нравственные постулаты общения.	Сам. работа	2	1	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.8.	Речевой этикет: приветствие, обращение, представление, служебная субординация.	Практические	2	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.9.	Речевой этикет: приветствие, обращение, представление, служебная субординация.	Сам. работа	2	6	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.10.	Оратор и аудитория. Типы аудиторий. Взаимодействие оратора и аудитории.	Лекции	2	1	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.11.	Вербальные и невербальные средства достижения контакта с аудиторией.	Практические	2	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.12.	Вербальные и невербальные средства достижения контакта с аудиторией.	Сам. работа	2	6	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
Раздел 3. Логика ораторской речи						
3.1.	Теория аргументации. Логические основы убеждения.	Лекции	2	1	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.2.	Коммуникативные особенности выдвижения тезиса. Аргументация.	Практические	2	1	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.3.	Особенности аргументации	Сам. работа	2	6	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.4.	Виды демонстрации аргументов.	Лекции	2	1	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.5.	Основы полемического мастерства.	Практические	2	1	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.6.	Основы полемического мастерства.	Сам. работа	2	6	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.7.	Особенности публичного выступления	Лекции	2	1	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.8.	Основные особенности публичного выступления	Практические	2	1	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.9.	Подготовка к публичному выступлению	Сам. работа	2	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
Раздел 4. Публичные выступления						
4.1.	Виды публичных выступлений.	Лекции	2	1	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
4.2.	Виды планов публичных выступлений.	Практические	2	1	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
4.3.	Виды публичных выступлений.	Сам. работа	2	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
4.4.	Итоговый контроль	Экзамен	2	27	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ» – <https://portal.edu.asu.ru/login/index.php>ПК-4

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

ПК-1: Способен создавать рекламные, PR или иные комму-никационные продукты для государственных и бизнес-структур с учетом специфики разных каналов коммуникации

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. К основным понятиям риторики относится:

а. познание внутреннего и внешнего мира; строение фундамента принципа жизни; познание человека и его места среди других

б. объяснение форм познания разумом мира; законы развития интеллекта

в. Красноречие; изучение развития, построения и искусства художественного разговора

ОТВЕТ: в

Вопрос 2. Софизм в риторике:

а. Простое рассуждение. Апеллирование предположениями или поверхностными фактами

б. Сложное рассуждение. Нахождение нестандартных решений

в. Ограниченное рассуждение. Донесение мысли несколькими предложениями, содержащие факты

ОТВЕТ: б

Вопрос 3. Упражнение по риторике, использующееся до н. э. в школах:

а. Сочинение художественных текстов

б. Сочинение судебных речей

в. Составление описаний действий и предметов

ОТВЕТ: б

Вопрос 4. Условие популяризации риторики, а конкретнее, ораторства:

а. Демократия

б. Монархия

в. Капитализм

ОТВЕТ: а

Вопрос 5. Что включает в себя «красноречие»:

а. Преподнесение речи в убедительной форме

б. Сочетание слов в формах и фигурах речи

в. Изложение аргументов

ОТВЕТ: б

Вопрос 6. Наиболее ярким ритором в античности считается:

а. Аристотель

б. Горгий

в. Эмпедокл

ОТВЕТ: б

Вопрос 7. Первые книги по риторике в России были переведены:

а. 16 веке

- б. 17 веке
 - в. 18 веке
- ОТВЕТ: б

Вопрос 8. Что не входит в школьную ретику?

- а. Не оценивать общение
- б. Обыгрывать речевой жанр
- в. Брать ответственность за сказанное

ОТВЕТ: а

Вопрос 9. Сколько видов опровержения выделяется в риторике?

- а. Пять
- б. Четыре
- в. Три

ОТВЕТ: в

Вопрос 10. К какому периоду относится «вырождение» риторики?

- а. Современность
- б. Античность
- в. Средневековье

ОТВЕТ: в

Вопрос 11. Основной аргумент о важности говорить внятно и точно принадлежит:

- а. Цицерону
- б. Сократу
- в. Лисию

ОТВЕТ: а

Вопрос 12. Риторика – это наука о поиске истины:

- а. обобщающей понятия реальности
- б. построения и структуры речи
- в. особого значения слова в жизни общества

ОТВЕТ: б

Вопрос 13. Какие черты соответствуют направлению софистической риторике?

- а. Диалогический, смысловой
- б. Авторитарный, гармонизирующий
- в. Агональный, манипулирующий

ОТВЕТ: в

Вопрос 14. Речевое обращение считается успешным, и законченным если:

- а. Собеседники достигли согласия
- б. Доказательство преимущества одной стороны над другой
- в. Зарождения противоречий или конфликта меж собеседниками

ОТВЕТ: а

Вопрос 15. В риторике комплементы, шутки и заигрывания являются тактиками какого воздействия:

- а. опосредованные
- б. Косвенные
- в. Непосредственные

ОТВЕТ: а

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:

Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

- «зачтено» – верно выполнено более 50% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 50% и менее 50% заданий;
- «отлично» – верно выполнено 85-100% заданий; «хорошо» – верно выполнено 70-84% заданий; «удовлетворительно» – верно выполнено 51-69% заданий; «неудовлетворительно» – верно выполнено 50% или менее 50% заданий.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Назовите раздел риторики, изучающий вопросы произношения речи

ОТВЕТ: Демонстрация

Вопрос 2. От куда риторика пришла на территорию Руси?

ОТВЕТ: Византия

Вопрос 3. Какая теория бытовала в эпоху Возрождения

ОТВЕТ: О низком, среднем и высоком

Вопрос 4. Назовите создателя первой школы риторики

ОТВЕТ: Марк Фабий

Вопрос 5. Как называется раздел риторики, изучающий вопросы композиции текста

ОТВЕТ: Диспозиция

Вопрос 6. Какое государство провозгласило риторику царицей наук?

ОТВЕТ: Греция

Вопрос 7. В какой стране был открыт первый институт, изучающий устную и письменную речь

ОТВЕТ: в России

Вопрос 8. Как называется раздел риторики, изучающий вопросы украшения текста?

ОТВЕТ: Эллокуция

Вопрос 9. Как называют употребление слов, словосочетаний и выражений с двумя и больше значениями

ОТВЕТ: тропы

Вопрос 10. Как называется вопрос, не требующий ответа

ОТВЕТ: риторический

Вопрос 11. Как называется наука об истолкования смысла слова

ОТВЕТ: герменевтика

Вопрос 12. Код в речевой коммуникации — это

ОТВЕТ: язык

Вопрос 13. Регламентирует словесные формулы приветствия, знакомства, поздравления, пожелания, благодарности, извинения и т. д.

ОТВЕТ: вербальный этикет

Вопрос 14. Целенаправленное взаимодействие, ориентированное на оказание прямого психологического воздействия на собеседника для достижения своих целей, осуществляемое в форме, которая может унижить его чувство собственного достоинства

ОТВЕТ: защитно-агрессивное общение

Вопрос 15. Заключение речи, предполагающее подведение итогов, формулировку выводов

ОТВЕТ: суммирующее

Вопрос 16. Референция в речевой коммуникации – это ...

ОТВЕТ: содержание сообщения

Вопрос 17. Целенаправленное взаимодействие, ориентированное на оказание прямого психологического воздействия на человека для достижения своих целей и состоящее из реакций, выражающих собственные оценки, стремления и цели.

ОТВЕТ: директивное общение

Вопрос 18. Перечислите основные компоненты речевой коммуникации по К. Шеннону и Р.Якобсону

ОТВЕТ: код, адресант, адресат, сообщение

Вопрос 19. Какие части в обязательном порядке должно включать публичное выступление

ОТВЕТ: вступление, основная часть, заключение

Вопрос 20. Перечислите не менее 3х невербальных сигналов, свидетельствующие о готовности вашего собеседника к общению

ОТВЕТ: поворот тела и носка ноги в вашем направлении, открытая поза, взгляд «глаза в глаза»

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ.

«Отлично» (зачтено): ответ полный, развернутый. Вопрос точно и исчерпывающе передан, терминология сохранена, студент превосходно владеет основной и дополнительной литературой, ошибок нет.

«Хорошо» (зачтено): ответ полный, хотя краток, терминологически правильный, нет существенных недочетов. Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.

«Удовлетворительно» (зачтено): ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.

«Неудовлетворительно» (не зачтено): Не использована специальная терминология. ответ в сущности неверен. Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

ПК-4: Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Первый трактат по основам риторики принадлежал:

- а. Тисий
- б. Платон
- в. Коракс

ОТВЕТ: в

Вопрос 2. В Средневековье наиболее распространена была риторика для:

- а. Академического красноречия
- б. Церковной проповеди
- в. Светских выступлений

ОТВЕТ: б

Вопрос 3. Риторика нового времени относится к периоду:

- а. 18-19 веков
- б. 19-20 веков
- в. 20-21 века

ОТВЕТ: а

Вопрос 4. Продуцирование речи без непосредственного собеседника:

- а. Слушание
- б. Чтение
- в. Письмо

ОТВЕТ: в

Вопрос 5. На протяжении скольких лет риторика продолжает свое существование, как наука?

- а. 1,5 тыс. лет
- б. 2 тыс. лет
- в. 2,5 тыс. лет

ОТВЕТ: в

Вопрос 6. Что непозволительно для оратора по завершению его речи?

- а. Кланяться, выходить на поклон
- б. Извиняться, оправдываться
- в. Аплодировать, благодарить за слушание

ОТВЕТ: б

Вопрос 7. Какой из наук относится риторика?

- а. Социология.
- б. Математика.
- в. Лингвистика.
- г. Филология.

д. -Философия.

ОТВЕТ: г

Вопрос 8. Ораторское искусство предполагает:

- а. Объяснить сложные термины простым языком.
- б. Добиться понимания у людей и веры у народа.
- в. Удерживать внимание публики.
- г. В совершенстве овладеть дикцией.

ОТВЕТ: в

Вопрос 9 .Раздел (канон) классической риторики, связанный с аспектами культуры речи и языковой выразительности, в процессе которого мысль обретает словесное выражение.

- а) инвенция;
- б) диспозиция;
- в) элокуция;
- г) акция.

ОТВЕТ: в

Вопрос 10.Речь, самоцель которой – интерес и развлечение. В ней юмор, много личного, ирония, карикатурность, преувеличение.

- а) информационная;
- б) воодушевляющая;
- в) убеждающая;
- г) развлекательная.

ОТВЕТ: г

Вопрос 11. Побуждающая речь – это ...

- а) Речь, задача которой пробудить любопытство, дать новые представления о предмете речи. Она может быть построена в виде повествования, рассуждения, описания, объяснения.
- б) Речь, которая должна заставить слушателя почувствовать потребность сделать то, о чём просит оратор.
- в) Речь, стремящаяся определить образ мышления и поведения адресата (реципиента) с помощью логических доводов, доказать или опровергнуть какое-либо положение.
- г) Речь, содержащая прямой призыв к чувствам.

ОТВЕТ:б

Вопрос 12 .К какому из видов выступления можно отнести следующее высказывание.

Г.г. судьи и присяжные заседатели! Настоящее дело я должен начать одним приемом, собственно моей натуре неприятным, но вызываемым необходимостью, - банальным приемом, напоминающим тех певцов, которые перед тем, как открывается занавес, высылают кого-нибудь предупредить публику, что они не в голосе. Три дня я борюсь не с обвинением (это вы могли видеть), а с самим собою. В то время, когда мне следовало лежать в постели, я исполняю одну из труднейших обязанностей, не имея возможности ни передать ее, ни отказаться от нее, что было бы тягостно для подсудимых, потому что им пришлось бы целых полгода еще дожидаться разрешения своей участи. (Плевако Ф.Н.)

- а) внезапное вступление;
- б) полемическое вступление;
- в) тонкий подход;
- г) прямое начало.

ОТВЕТ: б

Вопрос 13 .Вид заключительной части, эффективная концовка речи, несущая особую смысловую нагрузку –это ...

- а) обобщение;
- б) рекапитуляция;
- в) полемическое заключение;
- г) клаузула.

ОТВЕТ: а

Вопрос 14 .Стилистическая фигура, состоящая в расположении ряда слов в порядке нарастания или ослабления их эмоционально смысловой значимости.

- а) градация;
- б) период;
- в) инверсия;

г) антитеза

ОТВЕТ: а

Вопрос 15. Воздействие оратора на эмоции, чувства слушателей с целью заставить с помощью психологических уловок поверить, что истинность тезиса доказана.

а) умозаключение;

б) убеждение;

в) аргументация;

г) доказательство.

ОТВЕТ: б

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

- «зачтено» – верно выполнено более 50% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 50% и менее 50% заданий;

- «отлично» – верно выполнено 85-100% заданий; «хорошо» – верно выполнено 70-84% заданий; «удовлетворительно» – верно выполнено 51-69% заданий; «неудовлетворительно» – верно выполнено 50% или менее 50% заданий.

ВОПРОСЫ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Как в проектном менеджменте называется итоговый документ, устанавливающий полный перечень работ проекта, их последовательность, взаимосвязь, сроки выполнения, продолжительность, исполнителей и ресурсы, необходимые для выполнения работ?

ОТВЕТ: Календарный план

Вопрос 2. Укажите название процедуры деления результатов проекта на меньшие, более управляемые компоненты до уровня пакетов работ

ОТВЕТ: Декомпозиция

Вопрос 3. Укажите название метода для определения продолжительности работ, при котором происходит сопоставление с результатами других проектов

ОТВЕТ: метод аналогии

Вопрос 4. Укажите метод определения продолжительности работ проекта, который учитывает объем работ и производительность труда

ОТВЕТ: количественный

Вопрос 5. Укажите как называется последовательность работ, которую можно выполнить с некоторой задержкой, не приводящей к увеличению длительности проекта

ОТВЕТ: не критический путь проекта

Вопрос 6. Укажите как называется время, необходимое одному человеку на выполнение данной работы

ОТВЕТ: трудоемкость работы

Вопрос 7. Вставьте пропущенный термин: «Управление временем осуществляется на всех этапах жизненного ... проекта»

ОТВЕТ: цикл

Вопрос 8. Укажите в рамках какого метода определения продолжительности работы проекта эксперты письменно, независимо друг от друга оценивают ситуацию, затем каждый эксперт знакомится с оценками коллег и корректирует свою оценку

ОТВЕТ: метод Дельфи

Вопрос 9. Укажите как назначение дополнительных ресурсов на операцию, которое обычно приводит к увеличению стоимости проекта

ОТВЕТ: сжатие

Вопрос 10. Вставьте пропущенный термин: «Иерархическая структура работ представляет собой, по сути, перечень ... проекта»

ОТВЕТ: задач

Вопрос 11. Аргумент это-

ОТВЕТ: одно или несколько связанных между собой утверждений (суждений), предназначенных для подтверждения истинности тезиса

Вопрос 12. Вставьте пропущенный термин: «Минимизация продолжительности проекта в условиях ограниченности ресурсов; минимизация стоимости проекта; равномерное распределение ресурсов относятся к задачам управления ... проекта»

ОТВЕТ: временем

Вопрос 13. Опишите основные принципы публичного выступления.

ОТВЕТ: кратность, последовательность, целенаправленность, структурированность, результативность

Вопрос 14. Опишите три стиля руководства.

ОТВЕТ: Авторитарный метод управления характеризуется жесткими методами руководства. Власть есть только у руководителя, со стороны сотрудников нет инициативы. Его суть — диктаторство, приказы, наказания. При демократическом стиле руководства сотрудники имеют больше свободы и могут предлагать идеи, а также управлять своим временем и устанавливать срок выполнения задач. Управленец прислушивается к мнению подчиненных, но решение принимает самостоятельно. Руководитель следит за работой только на основной стадии работы и направляет команду в нужную сторону, также его задача — обеспечить условия и выделить бюджет. Коучинг — популярный способ управления в демократическом стиле. Команда разбирается в задачах с помощью наводящих вопросов управленца. Либеральный - Такое управление еще называют попустительским. Стили менеджмента подразумевают разную степень свободы сотрудников, но в этом типе руководства она ничем не ограничена. Подчиненные не только выполняют задачи, но и полностью несут ответственность за результаты. Руководитель — часть коллектива, он ставит себя наравне с сотрудниками.

Вопрос 15. Что такое конфликт

ОТВЕТ: ситуация, в которой каждая из сторон занимает позицию, несовместимую и противоположную по отношению к интересам другой стороны

Вопрос 16. Опишите основные стратегии поведения в конфликте.

ОТВЕТ: приспособление (в ущерб своих интересов)

компромисс (взаимные уступки сторон)

сотрудничество (поиск общего решения)

конкуренция (соперничество сторон)

игнорирование (избегание решения конфликта)

Вопрос 17. Целенаправленное взаимодействие, ориентированное на оказание прямого психологического воздействия на собеседника для достижения своих целей, осуществляемое в форме, которая может унижить его чувство собственного достоинства

ОТВЕТ: защитно-агрессивное общение

Вопрос 18. Укажите название метода для определения продолжительности работ, при котором происходит сопоставление с результатами других проектов

ОТВЕТ: метод аналогии

Вопрос 19. Как называется наука об истолкования смысла слова

ОТВЕТ: герменевтика

Вопрос 20. Заключение речи, предполагающее подведение итогов, формулировку выводов

ОТВЕТ: суммирующее

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ.

«Отлично» (зачтено): ответ полный, развернутый. Вопрос точно и исчерпывающе передан, терминология сохранена, студент превосходно владеет основной и дополнительной литературой, ошибок нет.

«Хорошо» (зачтено): ответ полный, хотя краток, терминологически правильный, нет существенных недочетов. Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.

«Удовлетворительно» (зачтено): ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.

«Неудовлетворительно» (не зачтено): Не использована специальная терминология. ответ в сущности

неверен. Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Не предусмотрено.

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении экзамена по всему изученному курсу. Экзамен проводится в устной форме по билетам. В билете представлено 2 вопроса теоретического характера.

1. Представление о триединой сущности риторики. Предмет и задачи риторики.
2. Роды и виды красноречия.
3. Позиция автора, возбуждение интереса слушателей.
4. Взаимодействие оратора и аудитории. Лексические и психологические средства контакта.
5. Аудитория. Виды аудиторий.
6. Нравственность речи оратора.
7. Разделы классической риторики. Инвенция: тема и ее выбор, общая и конкретная цель.
8. Источники материала и его накопление. Топика. «Общие места».
9. Разделы классической риторики. Диспозиция: план, работа над конспектом, виды конспектов.
10. Композиция речи. Виды композиций.
11. Разделы классической риторики. Элокуция: языковые средства создания эмоциональности и оценочности речи.
12. Словесная наглядность. Тропы как средство создания наглядности речи.
13. Индивидуальные особенности личности в общении. Основные типы коммуникабельности людей.
14. Эго-состояния и речевое общение.
15. Доказательство как процесс.
16. Эмпирическая аргументация: обращение к опыту, примеры и иллюстрации.
17. Теоретическая аргументация: законы логики и ошибки, связанные с их нарушением.
18. Тезис и требования, предъявляемые к нему.
19. Аргумент и требования, предъявляемые к нему.
20. Основные способы демонстрации аргументов: дедукция, индукция, аналогия.
21. Неуниверсальные способы убеждения: традиция, авторитет, вера, интуиция, здравый смысл.
22. Некорректные способы убеждения: софизмы. Ловушки языка.
23. Спор и его виды. Основные правила ведения спора.
24. Полемиические приемы. Уловки в споре.
25. Психологические особенности ораторской речи: монологичность, произвольность, организованность.
26. Психологические особенности ораторской речи: основные приемы установления контакта с аудиторией. Речь перед толпой и коллективом.
27. Психологические особенности ораторской речи: типы отношений «оратор–речь–аудитория», типы ораторов.
28. Слушание публичного выступления. Принципы эффективного слушания.
29. Спор. Разновидности спора. Общие требования к спору.
30. Корректные и некорректные способы ведения спора.
31. Предпосылки формирования красноречия в Древней Греции.
32. Роль софистов в разработке теории красноречия.
33. Чем интересна риторическая практика Горгия.
34. Теория «правдоподобия» Лисия.
35. Роль ораторского творчества Демосфена в его политической деятельности.
36. Вклад Сократа и Платона в развитие риторики Древней Греции.
37. Аристотель. Содержание и значение трактата «Риторика».
38. Древнеримская риторика: роль и значение Марка Тулия Цицерона в развитии ораторского искусства.
39. Закат древнеримского красноречия. Марк Фабий Квинтилиан. Значение античной риторики в современной гуманитарной культуре.
40. Византийская патристика как восприемница риторических традиций античности.
41. Основные направления ораторского искусства Средневековья и Возрождения. Гомилетика. Риторика как составляющая европейского образования.
42. Развитие красноречия на Руси после принятия христианства (первые образцы ораторского искусства).
43. Риторическое наследие Кирилла Туровского.
44. Особенности риторического мастерства в «Поучении» Владимира Мономаха.

45. Традиции древнерусского красноречия. «Слово о полку Игореве».
46. Характерные черты российского красноречия от Ивана Грозного до Петра Великого.
47. Российское красноречие XVIIIвека. «Краткое руководство к риторике...» М.В. Ломоносова.
48. История создания первых русских учебников риторики XVIII - XIX вв.
49. Риторика в России конца XIX-начала XX вв. Судебное красноречие: А.Ф. Кони, Ф.Н. Плевако, П.С. Пороховщиков и др.
50. Риторика в России конца XIX-начала XX вв. Академическое красноречие: Грановский, Д.И. Менделеев, В.О. Ключевский и др.
51. Риторика в России XX века. Социально-политическое красноречие. Парламентская и митинговая речи. (А.Н. Милуков, П.А. Столыпин, В.И. Ленин, А.Ф. Керенский, Н.И. Бухарин, Л.Д. Троцкий и др.)
52. Российская риторическая культура начала XXИвека. Роль учреждений образования. СМИ в развитии риторической культуры.
53. Основные задачи неориторики. Рост значения речевого фактора в современной лингвистике и в развитии общества.

Оценка «Отлично» выставляется студентам, показавшим глубокое знание теоретической части темы, умение проиллюстрировать изложенное примерами, полно и подробно ответившим на вопросы практического занятия, способным самостоятельно формулировать вопросы по темам практического занятия.

Оценка «Хорошо» выставляется студентам, показавшим глубокое знание теоретических вопросов, полностью ответившим на вопросы практического занятия, но допустившим при ответах незначительные ошибки, указывающие на наличие несистематичности и пробелов в знаниях.

Оценка «Удовлетворительно» выставляется студентам, показавшим знание основных положений теории при наличии существенных пробелов в деталях, испытывающим затруднения при практическом применении теории, допустившим существенные ошибки при ответах на вопросы практического занятия, но показавшим знание структуры основного учебно-программного материала.

Оценка «Неудовлетворительно» выставляется, если студент показал существенные пробелы в знаниях основных положений теории, не владеет терминологией, знанием основных методик, не способен формулировать свои мысли, применять на практике теоретические положения, ответить на вопросы практического занятия

Приложения

Приложение 1.  [ФОС_Профессиональная риторика в рекламной и PR-деятельности_2022.docx](#)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Александров, Д.Н.	Риторика, или Русское красноречие : учебное пособие	ЭБС «Университетская библиотека online», 2015	biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117682
Л1.2	Кузнецов, И.Н.	Риторика, или Ораторское искусство : учебное пособие	ЭБС «Университетская библиотека online», 2015	biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117680
Л1.3	Костромина, Е.А.	Риторика: учебное пособие	ЭБС «Университетская библиотека online», 2014	biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272558
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес

Л2.1	Виноградова С.М., Силин И.С.	РИТОРИКА. Учебник и практикум для академического бакалавриата: Гриф УМО ВО	М.:Издательство Юрайт, 2018	https://biblio-online.ru/book/720A3B90-CF3A-47E3-8BFD-568CA3300C7E
Л2.2	Ивин А. А.	Риторика: Учебники и учебные пособия для ВУЗов	Директ-Медиа, 2017	http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=474287
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Клуб специалистов PR		www.pr-club.com	
Э2	Сайт библиотеки АлтГУ		www.ib.asu.ru	
Э3	Электронно-библиотечная система издательства "Лань"		https://e.lanbook.com/	
Э4	Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека online"		http://biblioclub.ru/	
Э5	Курс "Общая и профессиональная риторика в рекламной и PR деятельности"		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=1763	
6.3. Перечень программного обеспечения				
Microsoft Office Microsoft Windows 7-Zip AcrobatReader				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com) Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/) Научная электронная библиотека eLibrary (http://elibrary.ru)				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка

Аудитория	Назначение	Оборудование
	индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица
320Л	медiateка, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции и практические занятия, а также самостоятельную работу. В промежуточной аттестации курса выставляется зачет, а изучение курса завершается экзаменом. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой. Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоновите новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие – форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию

преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует: руководствоваться графиком самостоятельной работы, выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Зачет. Подготовка к зачету ведется на основе изучения полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы. При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеется один теоретический вопрос и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

Экзамен. Подготовка к экзамену ведется на основе полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы. При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеется один теоретический вопрос и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Речевая культура специалиста в области рекламы и связей с общественностью рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	9 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	324	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	5
аудиторные занятия	128	диф. зачеты:	4
самостоятельная работа	169		
контроль	27		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (3)		2 (4)		3 (5)		Итого	
	15,5		18		16			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	18	18	18	18	18	18	54	54
Практические	18	18	28	28	28	28	74	74
Сам. работа	36	36	98	98	35	35	169	169
Часы на контроль	0	0	0	0	27	27	27	27
Итого	72	72	144	144	108	108	324	324

Программу составил(и):
к.филол.н., доцент, Комиссарова Л.М.

Рецензент(ы):
ООО "ПРАЙМ СИБИРЬ", директор, Дьячко В.П.

Рабочая программа дисциплины
Речевая культура специалиста в области рекламы и связей с общественностью

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Срок действия программы: 2023-2026 уч. г.

Заведующий кафедрой
д.социол.н., профессор Ковалева А.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Заведующий кафедрой *д.социол.н., профессор Ковалева А.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Целью освоения дисциплины является приобретение знаний о системе языка и повышение культуры речи выпускника вуза. Задачи: - Получение представления о структуре языка, функциях языка и речи; - Знакомство с понятием культуры речи, основными принципами формирования культуры речи.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.01

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-1	Способен создавать рекламные, PR или иные коммуникационные продукты для государственных и бизнес-структур с учетом специфики разных каналов коммуникации
ПК-1.1	Знает: маркетинговые технологии и технологии бренд менеджмента; содержание методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта
ПК-1.2	Умеет: осуществлять выбор эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта и применять их с учетом специфики деятельности государственных и бизнес-структур
ПК-1.3	Владеет: навыками применения эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта (в том числе современных информационно-компьютерных и интернет-технологий, специализированных программных продуктов)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	особенности устной и письменной формы коммуникации; особенности межличностного и межкультурного взаимодействия; содержание речевой культуры;
3.2.	Уметь:
3.2.1.	применять различные формы коммуникации в ситуациях решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; определять речевые знаки в разных ситуациях общения;
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыком коммуникации в устной и письменной формах в соответствии с нормами языка; навыком построения речевой коммуникации в ситуациях решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Раздел 1. Введение. Речевая культура специалиста по РиСО. Профессиональные типовые задачи специалиста РиСО						
1.1.	Речевая культура специалиста по РиСО. Профессиональные	Лекции	3	4	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	типовые задачи специалиста РиСО					
1.2.	Речевая культура специалиста по РиСО. Профессиональные типовые задачи специалиста РиСО	Практические	3	6	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1
1.3.	Общенародный национальный язык: формы существования. Типы речевой культуры в концепции О.Б. Сиротининой	Лекции	3	4	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1
1.4.	Общенародный национальный язык: формы существования. Типы речевой культуры в концепции О.Б. Сиротининой	Практические	3	8	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1
1.5.	Самостоятельная работа	Сам. работа	3	36	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1
Раздел 2. Раздел 2. Интерпретация как вид речевой профессиональной деятельности специалиста РиСО						
2.1.	Слушание как вид речевой профессиональной деятельности специалиста в РиСО	Лекции	3	10	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1
2.2.	Слушание как вид речевой профессиональной деятельности специалиста в РиСО	Практические	3	3	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1
2.3.	Методики и практика активного слушания	Практические	3	1	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1
2.4.	Интерпретация устной и письменной речи как вид профессиональной деятельности специалиста в РиСО	Лекции	4	8	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1
2.5.	Интерпретация устной и письменной речи как вид профессиональной деятельности специалиста в РиСО	Практические	4	8	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1
2.6.	Самостоятельная работа	Сам. работа	4	22	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1
Раздел 3. Раздел 3. Коммуникативный синтаксис современного русского языка: профессиональный и нормативный аспекты						

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
3.1.	Коммуникативный синтаксис: предмет, единицы	Лекции	4	10	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1
3.2.	Методика анализа коммуникативной организации текста	Практические	4	20	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1
3.3.	Самостоятельная работа	Сам. работа	4	76	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1
Раздел 4. Раздел 4. Семантический синтаксис современного русского языка: профессиональный и нормативный аспекты						
4.1.	Семантический синтаксис современного русского языка: профессиональный и нормативный аспекты	Лекции	5	6	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1
4.2.	Нормативный аспект коммуникативной и семантической организации текста	Лекции	5	6	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1
4.3.	Язык и стиль целевой аудитории: социолингвистический подход	Лекции	5	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1
4.4.	Методика семантического анализа текста	Практические	5	10	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1
4.5.	Самостоятельная работа	Сам. работа	5	27	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1
4.6.	Анализ языка и речи целевой аудитории	Практические	5	6	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1
4.7.	Креативные методики создания текстов в РиСО	Лекции	5	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1
4.8.	Креативные методики создания текстов в РиСО	Практические	5	12	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1
4.9.	Редактирование текстов в РиСО	Лекции	5	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1
4.10.	Самостоятельная работа	Сам. работа	5	8	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
<p>Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ» – https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=10631</p> <p>ПК-1: Способен создавать рекламные, PR или иные коммуникационные продукты для государственных и бизнес-структур с учетом специфики разных каналов коммуникации</p>

ПРИМЕРЫ ВОПРОСОВ ЗАКРЫТОГО ТИПА (15)

Вопрос 1. Коммуникация – это

- A) Взаимодействие индивидов
- B) Обязательный информационный обмен
- C) Эмоциональное взаимодействие субъектов коммуникации
- D) Постигание нового знания в процессе взаимодействия субъектов
- E) Все перечисленное

Ответ: E

Вопрос 2. В пропозиции как единице языка выделяется номинативная (пропозитивная) функция языка, которая

- A) Состоит в том, что относит номинативное содержание предложение к действительности
- B) Заключается в том, что она называет некоторую ситуацию действительности, компонентами которой являются действие, агент, объект, обстоятельства и условия реализации
- C) Заключается в том, что она называет объекты, явления, признаки и процессы действительности

Ответ: C

Вопрос 3. Какой тип речевой доминанты в следующем контексте? Был ли когда-нибудь в жизни у нее столь счастливый вечер! Он сам приехал за мной, а я из города, я наряжена и так хороша, как он и представить себе не мог, видя меня всегда только в старой юбчонке, в ситцевой бедной кофточке, у меня лицо как у модистки, под этим шелковым белым платочком, я в новом гарусном коричневом платье под суконной жакеткой, на мне белые бумажные чулки и новые полсапожки с медными подковками! Вся внутренне дрожа, она заговорила с ним таким тоном, каким говорят....

- A) Импрессивная
- B) Качественная
- C) Предметная
- D) Акциональная
- E) Статальная

Ответ: A

Вопрос 4. Какой тип речевой доминанты в следующем контексте? Парфюмерная вода Little Black Dress – маленькое черное платье. Основа этого женственного аромата – изысканная элегантность, подаренная удивительными нотами молочного дерева, японской сливы и таинственного мускуса. В самом сердце аромата переплелись голоса розового пиона, пышной гардении и изящного иланг-иланга в сочетании с распускающимися в ночи лунными цветами, которые, по преданию, способны привязывать одно сердце к другому навсегда. Согретье теплым дыханием цикламена, на вершине аромата ноты африканского имбиря и легкие искорки кориандра.

- A) Качественная
- B) Импрессивная
- C) Предметная
- D) Акциональная
- E) Статальная

Ответ: A

Вопрос 5. Какой тип речевой доминанты в следующем контексте? Моя знакомая Ирина купила избу в деревне. И тут же у неё нашлось много друзей. Куда больше, чем можно было вообразить. Многих так и не удалось вспомнить, кто это. Калитка работала на износ, как двери в метро. Входящие сталкивались с выходящими, некоторые гости при этом знакомились. Ира многозначительно ограничила порции, но поток не иссяк. Наоборот, стал толще. Гости везли еду с собой, ночевали повсюду и даже делали ремонт под себя. Некоторые принимали Иру за свою и делали замечания, что нельзя жить на чужой даче столько времени без пауз. Эта история очень воодушевляет. Домик в деревне лечит от одиночества лучше хомячков и канареек. Если всё правильно организовать, самый куцый август покажется бесконечным.

- A) Акциональная
- B) Качественная
- C) Статальная
- D) Импрессивная
- E) Предметная

Ответ: A

Вопрос 6. Какой тип рематической доминанты в следующем контексте? В комнате было темно; пахло одеколоном, плесенью и потом. В центре размещался большой стол, покрытый клеенкой; рядом стояли кровать и тумбочка, на которой блестел ровный ряд граненых флаконов. На кровати, в ворохе скомканных простыней, лежало полуобнаженное тело, свесившее одну синюю трикотажную ногу к полу. Оно содрогалось в спазмах беспокойного сна и, естественно, не заметило появления на тумбочке недалеко от своей головы трех комаров (Пелевин В. Жизнь насекомых).

- A) Предметная
- B) Качественная
- C) Акциональная
- D) Импрессивная
- E) Статальная

Ответ: A

Вопрос 7. Если нейтральный порядок слов в высказывании нарушается, то основным средством выражения актуального членения становится

- A) Грамматическая структура предложения
- B) Интонация

ANSWER: B

Выберите верное определение коммуникативного текстообразования:

- A) Любое предложение должно перестраиваться при включении в коммуникативный процесс: рема предыдущего предложения становится темой следующего, новое становится данным, известным.
- B) Любое предложение должно перестраиваться при включении в коммуникативный процесс: тема предыдущего предложения становится ремой следующего, новое становится данным, известным.

Ответ: A

Вопрос 8. Актуальная информация связана и вычленяется

- A) В процессах вербализации
- B) В процессах понимания
- C) В обоих процессах

Ответ: C

Вопрос 9. При нейтральном порядке следования компонентов актуального членения

- A) Тема предшествует реме
- B) Рема предшествует теме

Ответ: A

Вопрос 10. Определите, с чем связана тема второго высказывания в контексте: "Юре хорошо было с дядей. Он был похож на маму".

- A) Она связана с темой предыдущего предложения
- B) Она связана с ремой предыдущего предложения

Ответ: B

Вопрос 11. В следующем предложении выберите правильный вариант актуального членения высказывания: "Юре хорошо было с дядей. Он был похож на маму".

- A) "Юре (T1) хорошо было с дядей (R1). Он (T2) был похож на маму (R2)".
- B) "Юре хорошо было (T1) с дядей (R1). Он был похож (T2) на маму (R2)".
- C) "Юре (R1) хорошо было с дядей (T1). Он (T2) был похож на маму (R2)".
- D) "Юре (R1) хорошо было с дядей (T1). Он (R2) был похож на маму (T2)".
- E) "Юре хорошо было (R1) с дядей (T1). Он (T2) был похож на маму (R2)".

Ответ: A

Вопрос 12. Основным средством выражения коммуникативной предикативности является:

- A) Порядок слов
- B) Интонация
- C) Грамматическая структура предложения
- D) Коммуникативное задание
- E) Погода за окном

Ответ: A

Вопрос 13. К субъектной группе актантов относятся

- A) S - Ag- Functiv – Coag (коагенсы) – Contrag (контрагенсы)

- B) S – Ag – Functiv – Coag (коагенсы) – Contrag (контрагенсы) - Pac (пациенс)
C) Ag – Functiv – Coag (коагенсы) – Contrag (контрагенсы) - Pac (пациенс) – Ven
D) S – Ag – Functiv – Res
Ответ: A

Вопрос 14. Что такое семантические роли?

- A) Набор основных персонажей (компонентов), которые участвуют в разнообразных сценариях ситуаций
B) Семантические роли, которые выполняют разные части речи в предложении
C) Коммуникативные роли, отраженные в семантической структуре предложения

Ответ: A

Вопрос 15. Выделите в следующем предложении диктум и модус: "Можно ли было подумать, что именно Аурелиано найдет способ надолго уберечь сограждан от провалов памяти".

- A) "Можно ли было подумать - ДИКТУМ, что именно Аурелиано найдет способ надолго уберечь сограждан от провалов памяти - МОДУС".
B) "Можно ли было подумать - МОДУС, что именно Аурелиано найдет способ надолго уберечь сограждан от провалов памяти - ДИКТУМ".

Ответ: B

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

«зачтено» – верно выполнено более 60% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 60% и менее 60% заданий

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

не предусмотрено

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра зачета (для обучающихся, не получивших зачет по результатам текущей успеваемости) по всему изученному курсу. Зачет проводится в устной форме по билетам. В билет входит 2 вопроса.

ВОПРОСЫ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО ХАРАКТЕРА

1. Синтаксис как раздел лингвистики: предметы, цели и задачи изучения, основные аспекты.
2. Коммуникативный синтаксис: предмет изучения, направления, основные понятия.
3. Предложение и высказывание.
4. Диктум и модус в высказывании и тексте.
5. Актуализационные модусные смыслы высказывания, способы и средства выражения: я – действительно – здесь - сейчас
6. Кваликативные модусные смыслы высказывания, способы, средства их выражения: авторизация, персуазивность, оценочность.
7. Авторизация как кваликативный модусный смысл: средства и способы выражения.
8. Персуазивность как кваликативный модусный смысл: средства и способы выражения.
9. Оценочность как кваликативный модусный смысл: средства и способы выражения.
10. Эмотивность, средства ее выражения. Восклицательные и невосклицательные высказывания.
11. Истинность, средства ее выражения. Утвердительный и отрицательный типы высказываний.
12. Целевая установка высказывания, средства ее выражения. Повествовательный и вопросительный тип высказывания.
13. Социальные модусные смыслы и способы их выражения в высказывании.
14. Тип высказывания: общеинформативный и частноинформативный
15. Тип высказывания: общевеерификативный и частновеерификативный.
16. Сущность категории коммуникативной перспективы. Понятие актуального членения высказывания.
17. Средства оформления актуального членения. Актуальная парадигма высказывания.
18. Вопрос об актуальном членении разных типов предложения. Актуальное членение и текст.
19. Тема как компонент его актуального высказывания. Средства выражения темы.
20. Тема как компонент актуального членения высказывания. Типы тем. Роль темы в текстообразовании.
21. Рема как компонент актуального членения высказывания. Средства выражения ремы.

22. Рема как компонент актуального членения высказывания. Типы рем. Роль ремы в текстообразовании.
23. Рематическая доминанта текста и ее типы.
24. Текст как предмет синтаксического анализа: формальный и коммуникативный аспекты.
25. Коммуникативный синтаксис и культура речи: ошибки в оформлении тема-рематического членения предложения и текста.
26. Интонационные конструкции в русском языке. Интонация как средство выражения темы и ремы.
27. Интонация и знаки препинания. Интонационная разметка текста.
28. Коммуникация и текст: сфера функционирования текста, стиль и жанр.
29. Введение в информативно-семантический синтаксис
30. Понятие информативной (объективной, диктумной) семантики предложения.
31. Денотативное направление ее исследования и его место в науке.
32. Диктумная семантика и ее компоненты: пропозитивный, припропозитивный. Вопрос о необязательных смыслах диктума.
33. Структура пропозиции: предикат, актанты. Пропозиции нуль-местные,
34. одноместные, неодноместные.
35. Номинативные возможности пропозиции. Лексика предикатная и непредикатная; непредикатная лексика в предикатной позиции.
36. Типы пропозиций: событийные, логические. Особенности их структуры и обозначения.
37. Предикативная конструкция как основной способ выражения пропозиции.
38. Выражение пропозиции непредикативными конструкциями.
39. Актанты, их семантика и способы выражения в диктуме.
40. Сирконстанты, их семантика и способы выражения в диктуме.
41. Информативно-семантический синтаксис и культура речи. Ясность, полнота,
42. точность и логичность речи как отражение ее семантической структуры.
43. Диктумная и модусная семантика в высказывании и тексте.
44. Принципы русской пунктуации. Основные функции знаков препинания.
45. Конструктивно обусловленные знаки препинания.
46. Семантически и интонационно обусловленные знаки препинания

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:


«Отлично» (зачтено): студентом дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленные вопросы, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок.

«Хорошо» (зачтено): студентом дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускаются неточности в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.

«Удовлетворительно» (зачтено): студентом дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.

«Неудовлетворительно» (не зачтено): студентом дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, неумением давать аргументированные ответы. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено. Студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.

Приложения

Приложение 1.  [ФОС Речевая культура специалиста в рекламе и связях с общественностью 2022.docx](#)

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	В. И. Максимов [и др.] ; под ред. В. И. Максимова, А. В. Голубевой	Русский язык и культура речи : учебник для академического бакалавриата	М. : Издательство Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/CCBBD9A7-0581-439F-83DD-9B0638DBBCAF
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека online"		http://biblioclub.ru/	
Э2	Электронно-библиотечная система издательства "Лань"		https://e.lanbook.com/	
Э3	Сайт библиотеки АлтГУ		www.ib.asu.ru	
Э4	Курс "Речевая культура специалиста в рекламе и связях с общественностью"		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=2553	
6.3. Перечень программного обеспечения				
<p>пункт Перечень программного обеспечения следующий: Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно); Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно); Chrome (http://www.chromium.org/chromium-os/licenses), (бессрочно); 7-Zip (http://www.7-zip.org/license.txt), (бессрочно); AcrobatReader (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно); ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно); LibreOffice (https://ru.libreoffice.org/), (бессрочно); Веб-браузер Chromium (https://www.chromium.org/Home/), (бессрочно); Антивирус Касперский (https://www.kaspersky.ru/), (до 23 июня 2024); Архиватор Ark (https://apps.kde.org/ark/), (бессрочно); Okular (https://okular.kde.org/ru/download/), (бессрочно); Редактор изображений Gimp (https://www.gimp.org/), (бессрочно)</p>				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com) Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/) Научная электронная библиотека elibrary (http://elibrary.ru)				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа;	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка

Аудитория	Назначение	Оборудование
	занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
320Л	медиаотека, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции и практические занятия, тестирование. Изучение курса завершается зачетом с оценкой. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Лекция. Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоуйте новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим

занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Зачет с оценкой. Подготовка к зачету с оценкой ведется на основе полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы.

При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеются теоретические вопросы и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий.

После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Современная пресс-служба рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	7
аудиторные занятия	42		
самостоятельная работа	39		
контроль	27		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	4 (7)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	18	18	18	18
Практические	24	24	24	24
Сам. работа	39	39	39	39
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
старший преподаватель, Жеребненко А.В.

Рецензент(ы):
к.социол.н, директор ИП "Василенко (+WEB. Актуальные интернет решения), Василенко И. А.

Рабочая программа дисциплины
Современная пресс-служба

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2021 г. № 11
Срок действия программы: 2022-2023 уч. г.

Заведующий кафедрой
доктор.соц.наук, профессор Ковалева А.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2021 г. № 11
Заведующий кафедрой *доктор.соц.наук, профессор Ковалева А.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	заложить теоретическую базу для определения понимания работы пресс-службы в организационном, коммуникативном и технологическом аспектах; определить основные направления деятельности пресс-службы и выявить их функциональную роль; научить студентов самостоятельно, с помощью анализа обнаруживать и формулировать коммуникационные проблемы базисного субъекта PR (той организации, в структуре которой существует пресс-служба); дать практические навыки по основным направлениям деятельности пресс-службы в различных сферах общественных отношений – в политике, бизнесе, государственном управлении, образовании и т.д.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.В.01**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-1	Способен создавать рекламные, PR или иные комму-никационные продукты для государственных и бизнес-структур с учетом специфики разных каналов коммуникации
ПК-4	Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	Знает ключевые особенности функционирования организации в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах, функциональные различия пресс-служб в государственных, общественных, коммерческих структурах, современные технологии, востребованные в деятельности пресс-службы; основные направления деятельности пресс-службы, их составные элементы; принципы планирования эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности проведения мероприятий для внутренней и внешней аудитории, роль пресс-службы в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	Умеет готовить аналитические материалы, составлять базы данных, включающие сведения о СМИ; взаимодействовать со СМИ с использованием информационно-коммуникационных технологий; создавать коммуникативное пространство организации; организовать специальные мероприятия для обеспечения внутренней и внешней коммуникации организации.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	Имеет навыки взаимодействия со СМИ с учетом требований информационной безопасности, технологиями работы в пресс-службах в различных структурах – в государственных, общественных, коммерческих структурах; технологиями управления коммуникационным пространством организации для обеспечения эффективной внутренней и внешней коммуникации организации; технологиями аккредитации журналистов; навыками литературного редактирования, копирайтинга.


4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Пресс-служба в системе связей с общественностью						
1.1.	История становления и развития деятельности пресс-службы	Лекции	7	1	ПК-4, ПК-1	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л2.3
1.2.	Направления деятельности пресс-службы	Лекции	7	1	ПК-4, ПК-1	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л2.3
1.3.	Роль и место пресс-службы в структуре организации	Практические	7	2	ПК-4, ПК-1	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л2.3
1.4.	Особенности организационной структуры современной пресс-службы	Лекции	7	1	ПК-4, ПК-1	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
1.5.	Особенности организационной структуры современной пресс-службы	Практические	7	2	ПК-4, ПК-1	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
1.6.	Статус и функции пресс-секретаря	Лекции	7	1	ПК-4, ПК-1	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
1.7.	Статус и функции пресс-секретаря	Практические	7	2	ПК-4, ПК-1	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
1.8.	Роль пресс-секретаря Президента РФ	Сам. работа	7	10	ПК-4, ПК-1	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
1.9.	Нормативно-правовые и этические основы деятельности пресс-службы	Лекции	7	2	ПК-4, ПК-1	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
1.10.	Правовые и этические основы создания и деятельности современных пресс-служб	Практические	7	2	ПК-4, ПК-1	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
Раздел 2. Методы работы современной пресс-службы со СМИ						
2.1.	Методы работы современной пресс-службы со СМИ	Лекции	7	2	ПК-4, ПК-1	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л2.3
2.2.	Методы работы современной пресс-службы со СМИ	Практические	7	2	ПК-4, ПК-1	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л2.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.3.	PR-тексты как инструмент эффективного взаимодействия со СМИ	Лекции	7	2	ПК-4, ПК-1	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л2.3
2.4.	PR-тексты как инструмент эффективного взаимодействия со СМИ	Практические	7	4	ПК-4, ПК-1	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л2.3
2.5.	Мероприятия для журналистов	Лекции	7	2	ПК-4, ПК-1	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
2.6.	Мероприятия для журналистов	Практические	7	2	ПК-4, ПК-1	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
2.7.	Стратегические подходы к взаимодействию со СМИ	Лекции	7	1	ПК-4, ПК-1	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
2.8.	Стратегические подходы к взаимодействию со СМИ	Практические	7	2	ПК-4, ПК-1	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
2.9.	Digital-коммуникации современной пресс-службы	Лекции	7	1	ПК-4, ПК-1	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
2.10.	Digital-коммуникации современной пресс-службы	Практические	7	2	ПК-4, ПК-1	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
2.11.	Digital-коммуникации современной пресс-службы	Сам. работа	7	14	ПК-4, ПК-1	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
2.12.	Медиарилейшнз во время кризиса	Лекции	7	2	ПК-4, ПК-1	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
2.13.	Медиарилейшнз во время кризиса	Практические	7	2	ПК-4, ПК-1	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
Раздел 3. Оценка эффективности деятельности современной пресс-службы						
3.1.	КРІ деятельности пресс-службы	Лекции	7	2	ПК-4, ПК-1	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л2.3
3.2.	КРІ деятельности пресс-службы	Практические	7	2	ПК-4, ПК-1	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л2.3
3.3.	Знакомство с опытом организации деятельности пресс-	Сам. работа	7	15	ПК-4, ПК-1	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	службы регионального коммерческого предприятия					

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
См. Приложение
5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)
См. Приложение
5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
См. Приложение
Приложения
Приложение 1.  ФОС_Современная пресс-служба 2022_1-2.docx

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
ЛП.1	Борщевский, Г. А.	Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры	Издательство Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/4DBBE6C8-A970-4A8C-8870-77F837F88DC1
ЛП.2	Жильцова, О. Н.	Связи с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата	Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/6450F6BE-CE23-4946-8078-93121F0C851D
ЛП.3	Фадеева, Е. Н.	Связи с общественностью : учебник и практикум для академического бакалавриата	Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/09F0A4F7-A8CB-430B-BE4E-C92C2C63127B
ЛП.4	Чумиков А. , Бочаров М. , Самойленко С.	Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции :	Издательский дом «Дело», 2016	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=442983
6.1.2. Дополнительная литература				

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин ; под общ. ред. Ф.И. Шаркова	Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование : учебник	М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017	URL: //biblioclub.ru/i ndex.php?page=book &id=454107
Л2.2	Чумиков А.Н., Бочаров М.П.	Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник	М.: Инфра-М, 2018	http://znanium.com/ca talog/product/952106
Л2.3	Кузнецов П.А.	Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии: Другое	Издательство "Дашков и К", 2018	https://e.lanbook.com/ book/103778

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

	Название	Эл. адрес
Э1	Клуб специалистов PR	www.pr-club.com
Э2	Сайт библиотеки АЛТГУ	www.ib.asu.ru
Э3	Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека online"	http://biblioclub.ru/
Э4	курс Современная пресс-служба	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=3728

6.3. Перечень программного обеспечения

Microsoft Windows
Microsoft Office
7-Zip
AcrobatReader

6.4. Перечень информационных справочных систем

Информационно-правовой портал «Гарант» (<http://garant.ru>)
«КонсультантПлюс» (<http://consultant.ru>)
Электронная база данных «Scopus» (<http://www.scopus.com>)
Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (<http://elibrary.asu.ru/>)
Научная электронная библиотека elibrary (<http://elibrary.ru>)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
320Л	медиаотека, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно- телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно- образовательную среду;
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)

Аудитория	Назначение	Оборудование
	промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Лекция. Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоуйте новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие – форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в

письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует: руководствоваться графиком самостоятельной работы, выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Экзамен. Подготовка к экзамену ведется на основе полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы. При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеется один теоретический вопрос и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Теория и практика массовой информации рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	5 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	180	Виды контроля по семестрам
в том числе:		экзамены: 4
аудиторные занятия	72	
самостоятельная работа	81	
контроль	27	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (3)		2 (4)		Итого	
	15,5		18			
Неделя	15,5		18			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	14	14	18	18	32	32
Практические	20	20	20	20	40	40
Сам. работа	38	38	43	43	81	81
Часы на контроль	0	0	27	27	27	27
Итого	72	72	108	108	180	180

Программу составил(и):
канд. филол. наук,, доцент, Янчевская К.А.

Рецензент(ы):
канд. соц. наук, Василенко И.А.

Рабочая программа дисциплины
Теория и практика массовой информации

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11
Срок действия программы: 2022-2023 уч. г.

Заведующий кафедрой
д.социол.н., профессор Ковалева А.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11
Заведующий кафедрой *д.социол.н., профессор Ковалева А.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Целями освоения дисциплины являются: ознакомление студентов с концептуальными основами теории и практики массовой информации как средства массовых коммуникаций в современном обществе и базового инструмента специалистов по связям с общественностью; формирование целостного представления об информационных процессах и явлениях в современном мире; формирование навыков информационной культуры, формирование представлений о системе современных печатных и аудиовизуальных СМИ, целях и методах журналистской работы.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.01

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-1	Способен создавать рекламные, PR или иные коммуникационные продукты для государственных и бизнес-структур с учетом специфики разных каналов коммуникации
ПК-4	Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	Систему современных СМИ, принципы создания информационных и аналитических текстов; способы размещения заказных материалов в СМИ; правила написания аналитических справок, обзоров и прогнозов в качественных и массовых изданиях.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	Ориентироваться на медиарынке региона; находить информацию в СМИ и осуществлять ее анализ; использовать аргументацию при подготовке аналитических публикаций; использовать методы прогнозирования при подготовке аналитических публикаций.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками поиска информации в системе СМИ; различения информационной, рекламной и имиджевой кампаний в СМИ; навыками литературного редактирования, копирайтинга; навыками создания аналитических текстов в мультимедийных форматах; навыками применения аналитических обзоров и прогнозов в рекламе и PR.

4. Структура и содержание дисциплины


Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Массовая информация как феномен						
1.1.	Массовая информация как вид социальной информации.	Лекции	3	2	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л1.5, Л2.1
1.2.	Массовая информация как вид социальной информации.	Сам. работа	3	4	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л1.5, Л2.1
1.3.	Информационная повестка дня как	Лекции	3	2	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л1.5, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	способ политизации общества. Информационные войны					
1.4.	Информационная повестка дня как способ политизации общества. Информационные войны	Практические	3	2	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л1.5, Л2.1
1.5.	Информационная повестка дня как способ политизации общества. Информационные войны	Сам. работа	3	6	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л1.4, Л1.5, Л2.1
1.6.	СМИ в системе коммуникации	Лекции	3	2	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л1.4, Л1.5, Л2.1
1.7.	СМИ в системе коммуникации	Практические	3	2	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л1.5, Л2.1
1.8.	СМИ в системе коммуникации	Сам. работа	3	4	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л1.5, Л2.1
Раздел 2. Система жанров массовой информации						
2.1.	Классификация жанров СМИ. Источники и методы сбора информации	Лекции	3	2	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.5, Л2.1
2.2.	Классификация жанров СМИ. Источники и методы сбора информации	Сам. работа	3	2		Л1.2, Л1.5, Л2.1
2.3.	Оперативно-новостные жанры. Виды новостей. Ньюсмейкеры.	Лекции	3	2		Л1.2, Л1.5, Л2.1
2.4.	Оперативно-новостные жанры	Практические	3	4	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л1.5, Л2.1
2.5.	Оперативно-новостные жанры	Сам. работа	3	8	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.5, Л2.1
2.6.	Оперативно-исследовательские жанры	Лекции	3	2	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л1.5, Л2.1
2.7.	Оперативно-исследовательские жанры: репортаж, интервью	Практические	3	8	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л1.5, Л2.1
2.8.	Оперативно-исследовательские жанры	Сам. работа	3	8	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.5, Л2.1
2.9.	Исследовательско-новостные,	Лекции	3	2	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.5, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	исследовательские, исследовательско-образные жанры					
2.10.	Исследовательско-новостные, исследовательские, исследовательско-образные жанры	Практические	3	4	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.5, Л2.1
2.11.	Исследовательско-новостные, исследовательские, исследовательско-образные жанры	Сам. работа	3	6	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.5, Л2.1
Раздел 3. Форматы и жанры новых медиа						
3.1.	Мультимедийность СМИ	Лекции	4	2		Л1.2, Л1.5, Л2.1, Л1.6
3.2.	Мультимедийные форматы	Лекции	4	2		Л1.5, Л2.1
3.3.	Мультимедийные форматы	Практические	4	4		Л1.5, Л2.1
3.4.	Мультимедийность СМИ. Мультимедийные форматы	Сам. работа	4	8		Л1.2, Л1.5, Л2.1
3.5.	Сторителлинг	Лекции	4	4	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л1.3, Л1.5, Л2.1, Л1.6, Л1.7
3.6.	Сторителлинг	Практические	4	4		Л1.2, Л1.5, Л2.1
3.7.	Сторителлинг	Сам. работа	4	10	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л1.5, Л2.1
3.8.	Лонгрид	Лекции	4	4		Л1.5, Л2.1
3.9.	Создание лонгрида	Практические	4	4		Л1.5, Л2.1
3.10.	Лонгрид	Сам. работа	4	10		Л1.5, Л2.1
Раздел 4. Виды СМИ						
4.1.	Печатные СМИ	Лекции	4	2	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л1.5, Л2.1
4.2.	печатные СМИ	Практические	4	2	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л1.5, Л2.1
4.3.	печатные СМИ	Сам. работа	4	4	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л1.5, Л2.1
4.4.	Телевизионные СМИ	Лекции	4	2	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л1.5, Л2.1
4.5.	Интерактивный семинар «Раскадровка»	Практические	4	2	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л1.5, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
4.6.	Интерактивный семинар «Раскадровка»	Сам. работа	4	6	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л1.5, Л2.1
4.7.	Радиовещание	Лекции	4	2	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л1.5, Л2.1
4.8.	Интерактивные презентации по радиостанциям	Практические	4	4	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л1.5, Л2.1
4.9.	Интерактивные презентации по радиостанциям	Сам. работа	4	5	ПК-4, ПК-1	Л1.1, Л1.5, Л2.1

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
См.приложение
5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)
См.приложение
5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
См. Приложение
Приложения
Приложение 1.  ФОС ТиПМИ_2022 РИСО.doc

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Шарков, Ф.И.	Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник	М. : Дашков и Ко, 2013	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=255819
Л1.2	Колесниченко, А. В.	Техника и технология сми. Подготовка текстов: учебник и практикум для академического бакалавриата	Издательство Юрайт, 2017	www.biblio-online.ru/book/70540EE3-8E4F-4C71-AFDE-6E711F47BFC2
Л1.3	Клюев, Ю.В.	Теория и практика массовой информации : учебное пособие	Директ-Медиа, 2015	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429884
Л1.4	Романов, А.А.	Массовые коммуникации : учебно-практическое пособие	Евразийский открытый институт, 2010	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93162

Л1.5	Киселёв, А.Г.	Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть : учебник	Юнити-Дана, 2015	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436719
Л1.6	Мансурова В. Д.	Социальные сети и СМИ: учеб. пособие	Барнаул: Изд-во АлтГУ, 2016	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/3356
Л1.7	Познин В.Ф.	ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИЯ СМИ. РАДИО- И ТЕЛЕЖУРНАЛИСТИКА. Учебник и практикум для академического бакалавриата: Гриф УМО ВО	М.:Издательство Юрайт, 2018	https://biblio-online.ru/book/7C22D360-4A52-4680-86EB-A5AED537D649
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Коханова, Людмила Александровна	Основы теории журналистики: учеб. пособие для вузов	ЮНИТИ-ДАНА, 2009	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117692
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Сайт библиотеки АлтГУ		www.ib.asu.ru	
Э2	Электронно-библиотечная система издательства "Лань"		https://e.lanbook.com/	
Э3	Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека online"		http://biblioclub.ru/	
Э4	Клуб специалистов PR		www.pr-club.com	
Э5	курс "Теория и практика массовой информации"		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=4026	
6.3. Перечень программного обеспечения				
Microsoft Windows Microsoft Office 7-Zip AcrobatReader				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com) Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/) Научная электронная библиотека elibrary (http://elibrary.ru)				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)

Аудитория	Назначение	Оборудование
	(выполнения курсовых работ), проведения практик	
410Д	лаборатория информационных технологий - компьютерный класс кафедры теории и практики журналистики - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 24 посадочных места; рабочее место преподавателя; доска пластиковая - 1 шт.; компьютеры: марка Intel Core модель i3-2120 3,3 ГГц/DDR3 2 ГБ/500 ГБ/DVD RW/22» - 11 единиц; монитор: марка samsung модель 943Т - 1 единица; мониторы: BenQ G950A/KM/ - 10 шт.; бесперебойник: UPS IPPon Black Power Pro 500 - 12 шт.; телевизор: LCD 46" Samsung LE-46S81B
106Л	помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Стеллажи – 3 шт. осциллограф, паяльная станция, источник тока, переносные ноутбуки
320Л	медiateка, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции и практические занятия, а также самостоятельную работу. Изучение курса завершается экзаменом. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Лекция. Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоновку новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование

практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и

представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует:

руководствоваться графиком самостоятельной работы,

выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях

неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Экзамен. Подготовка к экзамену ведется на основе полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы.

При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеются теоретические вопросы и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий.

После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Теория и практика рекламного и PR-текста

рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	6
аудиторные занятия	42		
самостоятельная работа	39		
контроль	27		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	3 (6)		Итого	
	Неделя 17			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	18	18	18	18
Лабораторные	24	24	24	24
Сам. работа	39	39	39	39
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
старший преподаватель, Жеребненко Анна Вячеславовна

Рецензент(ы):
к.социол.н., директор ИП "Василенко (+WEB. Актуальные интернет решения) , Василеко Ирина Александровна

Рабочая программа дисциплины
Теория и практика рекламного и PR-текста

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Срок действия программы: 2023-2024 уч. г.

Заведующий кафедрой
доктор.соц.наук, профессор Ковалева А.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Заведующий кафедрой *доктор.соц.наук, профессор Ковалева А.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	<p>Цель изучения дисциплины – усвоение студентами основных положений современной теории рекламного и PR-текста в системе управления интегрированными коммуникациями, а также формирование базовых навыков создания текстов и документов, используемых в области связей с общественностью и рекламы, навыками копирайтинга.</p> <p>Для достижения цели ставятся задачи:</p> <p>Знание особенностей функционирования рекламного и PR-текста в системе публичных коммуникаций, их родовой специфики</p> <p>Овладение типологией рекламного и PR-текста, знание их жанровых особенностей</p> <p>Знание особенностей копирайтинга в рекламе и связях с общественностью</p> <p>Обучение навыкам анализа рекламных и PR-текстов с точки зрения их содержания и особенностей структуры и композиции</p> <p>Формирование умений создания рекламных и PR-текстов</p>
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.В.01**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-1	Способен создавать рекламные, PR или иные комму-никационные продукты для государственных и бизнес-структур с учетом специфики разных каналов коммуникации
ПК-1.1	Знает: маркетинговые технологии и технологии бренд менеджмента; содержание методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта
ПК-1.2	Умеет: осуществлять выбор эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта и применять их с учетом специфики деятельности государственных и бизнес-структур
ПК-1.3	Владет: навыками применения эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта (в том числе современных информационно-компьютерных и интернет-технологий, специализированных программных продуктов)
ПК-4	Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.
ПК-4.1	Знает технологии разработки, реализации и продвижения коммуникационных проектов; особенности создания коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес структур
ПК-4.2	Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы по созданию, реализации и продвижению коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать современные ИКТ, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты для разработки и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-4.3	Владет навыками разработки концепции создания, реализации и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес структур; навыками представления проектов решений по продвижению продукции СМИ руководству организации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	ПК-1.1 Знает: маркетинговые тех- нологии и технологии бренд-менеджмента; содержание методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта; ПК-4.1. Знает технологии разработки, реализации и продвижения коммуникационных проектов; особенности создания коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес- структур;

3.2.	Уметь:
3.2.1.	ПК-1.2. Умеет: осуществлять выбор эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта и применять их с учетом специфики деятельности государственных и бизнес-структур; ПК-4.2. Умеет: разрабатывать кон- цептуальные и стратегические документы по созданию, реализации и продвижению коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать современные ИКТ, в том числе ин- тернет-технологии и специализированные программные продукты для разработки и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	ПК-4.3. Владеет навыками разработки концепции создания, реализации и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес-структур; навыками представления проектов решений по продвижению продукции СМИ руководству организации.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Исходные положения общей теории текста						
1.1.	Понятие текста. Основные категории и свойства текста	Лекции	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.2.	Связность и целостность как текстообразующие категории	Лабораторные	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
Раздел 2. Реклама и рекламный текст в системе массовых коммуникаций						
2.1.	Рекламный текст в системе массовой коммуникации. Классические макеты рекламы	Лекции	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
2.2.	Печатная реклама. Реклама в печатных СМИ. Макеты рекламы	Лабораторные	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
2.3.	Разработка рекламных макетов.	Сам. работа	6	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
Раздел 3. Разработка содержания рекламного текста						
3.1.	Текст как один из компонентов рекламы. «Творческая платформа рекламы»	Лекции	6	1	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
3.2.	Структура рекламного текста. Модели построение РТ	Лекции	6	1	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
3.3.	Литературная обработка и	Лекции	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	тестирование рекламного текста					
3.4.	Анализ рекламного сообщения: информация о товаре, потребителе, рынке, параметры рекламного сообщения	Лабораторные	6	1	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
3.5.	Заголовок рекламного текста	Лабораторные	6	1	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
3.6.	Анализ содержания и структуры рекламного текста	Лабораторные	6	1	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
3.7.	Работа над созданием рекламного текста. «Схематическая диаграмма логического пути, по которому разворачивается текст»	Лабораторные	6	1	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
3.8.	Тестирование рекламного текста	Лабораторные	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
3.9.	Блоковая самостоятельная работа с последующим анализом и работой над ошибками	Лабораторные	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
3.10.	Разработка и тестирование рекламного текста.	Сам. работа	6	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
Раздел 4. PR-текст в системе публичных коммуникаций						
4.1.	Общее понятие PR-текста, его базовые характеристики	Лекции	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
4.2.	Отличие PR-текста от текстов смежных коммуникационных сфер – рекламного и журналистского	Лабораторные	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
4.3.	Отличие PR-текста от текстов смежных коммуникационных сфер – рекламного и журналистского	Сам. работа	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
Раздел 5. Классификации PR-текста и его жанровые характеристики						
5.1.	Классификации PR-текстов	Лабораторные	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
5.2.	Жанровая типология PR-текстов. Оперативно-новостные и исследовательско-новостные жанры	Лекции	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1
5.3.	Пресс-релиз как базовый PR-текст	Лабораторные	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1
5.4.	Жанровая типология PR-текстов. Фактологические жанры. Исследовательские жанры	Лекции	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1
5.5.	Жанровая типология PR-текстов. Образно-новостные жанры. Комбинированные PR-тексты	Лекции	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1
5.6.	Жанровая типология PR-текстов. Медиатексты	Лекции	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1
5.7.	PR-тексты разных жанров	Лабораторные	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1
5.8.	Медиатексты	Лабораторные	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1
5.9.	Разработка PR-текстов	Сам. работа	6	29	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1
5.10.	Блоковая самостоятельная работа с последующим анализом и работой над ошибками	Лабораторные	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1
5.11.		Экзамен	6	27	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ» – <https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=3729>

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

ПК-1. Способен создавать рекламные, PR или иные коммуникационные продукты для государственных и бизнес-структур с учетом специфики разных каналов коммуникации.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. К основным признакам текста относятся:

- а) связность
- б) целостность
- в) членимость
- г) открытость
- д) доступность

ОТВЕТ: а,б,в.

Вопрос 2. В чем проявляется связность текста?

- а) проявляется через внешние структурные показатели, через формальную зависимость компонентов текста.
- б) проявляется в абзацном делении текста.
- в) проявляется как тематическое, концептуальное и модальное единство.

ОТВЕТ: а.

Вопрос 3. Реклама – это?

- а) информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.
- б) информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная определенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке
- в) информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием определенных средств, адресованная определенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке
- г) информация, адресованная определенному кругу лиц, направленная на приращение публичного капитала

ОТВЕТ: а

Вопрос 4. К признакам, составляющим своеобразие современного рекламного текста, можно отнести:

- а) прагматичность
- б) креализованность
- в) лапидарность
- г) эксплицитность

ОТВЕТ: а,б,в.

Вопрос 5. Логический, хорошо организованный и легко воспринимаемый. Все пространство рекламного объявления разделено прямыми вертикальными и горизонтальными линиями, каждая из секций четко предназначена либо для иллюстрации, либо для текста, либо для заголовка. Задача художника и копирайтера – найти верное соотношение и местоположение на рекламе – это...

- а) Макет рекламы «мондриан»
- б) Макет рекламы «сетка»
- в) Макет рекламы «окно»

ОТВЕТ: а.

Вопрос 6. К аналитическому жанру рекламного текста относится

- а) Рекламный репортаж
- б) Рекламный обзор
- в) Рекламная статья

ОТВЕТ: б,в.

Вопрос 7. Перечислите жанры рекламного текста

- а) информационный
- б) аналитический
- в) публицистический
- г) социальный

ОТВЕТ: а,б,в.

Вопрос 8. Жанр, объединяющий описание нескольких рекламных событий или нескольких тем в рамках одного события: например, обзор выставки, с одной стороны, включает описание и анализ нескольких дней ее проведения, а с другой — основных экспонентов. Другим примером может служить обзор

товарного ассортимента какой-либо фирмы с комментариями автора. Завершаться рекламный обзор должен подведением итогов, резюме – это?

- а) Рекламный обзор
- б) Рекламная статья
- в) Рекламный отчет
- г) Рекламная рецензия
- д) Рекламная зарисовка

ОТВЕТ: а.

Вопрос 9. Из каких компонентов состоит рекламный текст?

- а) заголовок; подзаголовок; основной рекламный текст (ОРТ); эхо-фраза/кода.
- б) заголовок; основной рекламный текст (ОРТ);кода
- в) основной рекламный текст (ОРТ); эхо-фраза/кода

ОТВЕТ: а.

Вопрос 10. Верно ли утверждение: «Успех рекламы на 90% зависит от заголовка.?

- а) Да
- б) Нет

ОТВЕТ: а.

Вопрос 11. Расшифруйте аббревиатуру модели рекламного текста ODS

- а) предложение, дата, действие
- б) внимание, желание, действие
- в) проблема, внимание, решение

ОТВЕТ: а.

Вопрос 12. Фраза, заключающая рекламное сообщение. – это

- а) эхо-фраза
- б) ОРТ
- в) Подзаголовок
- г) ЛИД

ОТВЕТ: а.

Вопрос 13. Верно ли утверждение: «Согласно модели Дж.Р. Росситера и Л. Перси, под эффективной рекламной коммуникацией понимается последовательное формирование у потребителя осведомленности о марке, отношения к марке и поведения относительно марки (покупка, повторная покупка)»?

- а) Верно
- б) Неверно

ОТВЕТ: а.

Вопрос 14. Что тестирует Fog Index?

- а) Понятность
- б) Читабельность
- в) Туманность

ОТВЕТ: а.

Вопрос 15. Что относится к компонентам коммуникативной эффективности?

- а) когнитивный компонент
- б) эмоциональный компонент
- в) конативный компонент
- г) лингвистический компонент

ОТВЕТ: а,б,в.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

- «отлично» – верно выполнено 85-100% заданий; «хорошо» – верно выполнено 70-84% заданий; «удовлетворительно» – верно выполнено 51-69% заданий; «неудовлетворительно» – верно выполнено 50% или менее 50% заданий.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. К основным признакам текста относятся:

ОТВЕТ: связность, целостность, членимость

Вопрос 2. В чем проявляется связность текста?

ОТВЕТ: проявляется через внешние структурные показатели, через формальную зависимость компонентов текста.

Вопрос 3. Что такое реклама?

ОТВЕТ: информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Вопрос 4. К признакам, составляющим своеобразие современного рекламного текста, можно отнести...

ОТВЕТ: прагматичность, креализованность, лапидарность

Вопрос 5. Макет рекламы «мондриан» – это?

ОТВЕТ: логический, хорошо организованный и легко воспринимаемый. Все пространство рекламного объявления разделено прямыми вертикальными и горизонтальными линиями, каждая из секций четко предназначена либо для иллюстрации, либо для текста, либо для заголовка. Задача художника и копирайтера – найти верное их соотношение и местоположение на рекламе.

Вопрос 6. Перечислите жанры рекламного текста

ОТВЕТ: публицистический, аналитический, информационный.

Вопрос 7. Что такое рекламный обзор?

ОТВЕТ: аналитический жанр, объединяющий описание нескольких рекламных событий или нескольких тем в рамках одного события: например, обзор выставки, с одной стороны, включает описание и анализ нескольких дней ее проведения, а с другой — основных экспонентов. Другим примером может служить обзор товарного ассортимента какой-либо фирмы с комментариями автора. Завершаться рекламный обзор должен подведением итогов, резюме.

Вопрос 8. Из каких компонентов состоит рекламный текст?

ОТВЕТ: заголовок; подзаголовок; основной рекламный текст (ОРТ); эхо-фраза/кода.

Вопрос 9. Расшифруйте аббревиатуру модели рекламного текста ODS

ОТВЕТ: предложение, дата, действие

Вопрос 10. Что такое эхо-фраза?

ОТВЕТ: это фраза, заключающая рекламное сообщение. Эхо-фраза играет значительную роль в рекламе, прежде всего, по-тому, что средний потребитель читает начало (заголовок) и конец (эхо-фразу) рекламы. Поэтому именно эхо-фраза, воспроизводящая основную мысль ОРТ, способна увеличить эффективность рекламного сообщения в целом.

Вопрос 11. Что Дж.Р. Росситера и Л. Перси понимают под эффективной рекламной коммуникации?

ОТВЕТ: Согласно модели Дж.Р. Росситера и Л. Перси, под эффективной рекламной коммуникацией понимается последовательное формирование у потребителя осведомленности о марке, отношения к марке и поведения относительно марки (покупка, повторная покупка).

Вопрос 12. Что тестирует Fog Index?

ОТВЕТ понятность рекламного текста

Вопрос 13. Кем был разработан Fog Index, тестирующий понятность рекламного текста?

ОТВЕТ: Робертом Ганнингом

Вопрос 14. Что относится к компонентам коммуникативной эффективности?

ОТВЕТ: когнитивный компонент, эмоциональный компонент, конативный компонент

Вопрос 15. Перечислите группы заголовков, выделенные К. Бове и У. Аренс

ОТВЕТ: о полезных свойствах, провоцирующие, информативные, вопросительные, содержащие команду.

Вопрос 16. Перечислите основные типы ОРТ

ОТВЕТ: Информационный, логический, эмоционально-образный, смешанный.

Вопрос 17. Расшифруйте аббревиатуру модели рекламного текста PAS.

ОТВЕТ: проблема, внимание, решение.

Вопрос 18. Расшифруйте аббревиатуру модели рекламного текста 4U.

ОТВЕТ: полезность, срочность, уникальность, специфичность.

Вопрос 19. Расшифруйте аббревиатуру модели рекламного текста AIDA.

ОТВЕТ: внимание, интерес, желание, действие

Вопрос 20. Расшифруйте аббревиатуру модели рекламного текста PMHS.

ОТВЕТ: боль, усиление боли, надежда, решение.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ.

«Отлично»: Ответ полный, развернутый. Вопрос точно и исчерпывающе передан, терминология сохранена, студент превосходно владеет основной и дополнительной литературой, ошибок нет.

«Хорошо»: Ответ полный, хотя краток, терминологически правильный, нет существенных недочетов.

Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.

«Удовлетворительно»: Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.

«Неудовлетворительно»: Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен.

Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

ПК-4: способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Перечислите основные характеристики PR-информации

- а) оптимизированность
- б) иницированность
- в) селективность
- г) доступность

ОТВЕТ: а,б,в.

Вопрос 2. Основные дифференциальные признаки PR-текста:

- а) публичность
- б) скрытое авторство
- в) иницированность
- г) прямое авторство

ОТВЕТ: а,б,в.

Вопрос 3. Простой или комбинированный текст, содержащий PR-информацию, инициированный базисным субъектом PR, функционирующий в пространстве публичных коммуникаций, служащий целям формирования или приращения публичного капитала данного базисного PR-субъекта, адресованный определенному субъекту общественности, обладающий скрытым (или значительно реже прямым) авторством, распространяемый путем прямой рассылки, посредством личной доставки или опосредованной через СМИ – это?

- а) PR-текст
- б) PR-информация
- в) Рекламный текст

ОТВЕТ: а

Вопрос 4. Особый вид капитала, которым обладает рыночный субъект, функционирующий в пространстве публичных коммуникаций – это?

- а) публичитный
- б) медийный
- в) репутационный
- г) культурный

ОТВЕТ: а.

Вопрос 5. К основным компонентам пресс-релиза относятся:

- а) заголовок, лид-абзац, боди
 - б) шапка, лид-абзац, боди, контактная информация
 - в) шапка, заголовок, лид-абзац, боди, контактная информация
- ОТВЕТ: в.

Вопрос 6. Бэкграундер - это...

- а) это PR-текст, объявляющий или объясняющий позицию базисного субъекта PR по какому-либо вопросу или реакцию на событие с целью поддержания публичного капитала данного базисного субъекта PR.
 - б) жанр PR-текста, представляющий расширенную, фоновую информацию о субъекте PR и служащий цели поддержания публичного капитала данного субъекта.
 - в) жанр, позволяющий в форме ответов на возможные или часто задаваемые вопросы поддерживать публичный капитал организации.
- ОТВЕТ: б.

Вопрос 7. Перечислите основные виды пресс-релиза

- а) анонс
 - б) информационный лист
 - в) новость\пост-релиз
 - г) рекламный
- ОТВЕТ: а,б,в.

Вопрос 8. Жанр PR-текста, призванный обеспечить присутствие представителей групп общественности на каком-либо мероприятии, касающемся деятельности субъекта PR. – это?

- а) поздравление
 - б) пресс-релиз
 - в) биография
 - г) факт-лист
 - д) приглашение
- ОТВЕТ: д.

Вопрос 9. Фактологическими жанрами, по А. Д. Кривоносову, называются жанры, в основе которых лежит

- а) анализ события или ситуации и выражают отношение к ним со стороны субъекта PR.
 - б) актуальная информация о базисном PR-субъекте, которую можно рассматривать как дополнительную информационную поддержку новостному событию.
 - в) оперативная передача ранее не известной общественности информации.
- ОТВЕТ: б.

Вопрос 10. Короткий документ, в котором представлены факты-подробности новостного события, дополнительные данные о фирме, ее первых лицах, участниках. На практике обычно не обозначают данный жанр как факт-лист, его обычно называют справка, общая информация – это?

- а) поздравление
 - б) пресс-релиз
 - в) биография
 - г) факт-лист
 - д) приглашение
- ОТВЕТ: г.

Вопрос 11. Какие типы заявления для СМИ вы знаете?

- а) типичные
 - б) нетипичные
 - в) анонсы
- ОТВЕТ: а,б.

Вопрос 12. Какие тексты относятся к образно-новостному жанру?

- а) байлайнер
 - б) письмо
 - в) пресс-релиз
 - г) биография
 - д) поздравление
- ОТВЕТ: а,б,д.

Вопрос 13. Верно ли утверждение: «Комбинированные PR-тексты представляют собой совокупность простых первичных рекламных текстов, объединенных общей тематикой»?

- а) Верно
 - б) Неверно
- ОТВЕТ: б.

Вопрос 14. Разновидность информационного жанра, сообщение о благоприятном использовании потребителем продукта или услуги, составная часть пресс-кита – это?

- а) Пресс-релиз
 - б) Кейс-стори
 - в) Бэкграундер
- ОТВЕТ: б.

Вопрос 15. К основным жанрам PR-медиа-текстов относятся:

- а) Имиджевая статья
 - б) Имиджевое интервью
 - в) Кейс-стори
 - г) Байлайнер
- ОТВЕТ: а, б, в.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

- «отлично» – верно выполнено 85-100% заданий; «хорошо» – верно выполнено 70-84% заданий; «удовлетворительно» – верно выполнено 51-69% заданий; «неудовлетворительно» – верно выполнено 50% или менее 50% заданий.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Перечислите основные характеристики PR-информации

ОТВЕТ: оптимизированность, инициированность, селективность.

Вопрос 2. Перечислите основные дифференциальные признаки PR-текста

ОТВЕТ: скрытое авторство, инициированность, публичность

Вопрос 3. Дайте определение PR-текста

ОТВЕТ: простой или комбинированный текст, содержащий PR-информацию, инициированный базисным субъектом PR, функционирующий в пространстве публичных коммуникаций, служащий целям формирования или приращения публичного капитала данного базисного PR-субъекта, адресованный определенному субъекту общественности, обладающий скрытым (или значительно реже прямым) авторством, распространяемый путем прямой рассылки, посредством личной доставки или опосредованной через СМИ.

Вопрос 4. Публичный капитал – это?

ОТВЕТ: это особый вид капитала, которым обладает рыночный субъект, функционирующий в пространстве публичных коммуникаций». Данный капитал, как и любой другой, связан с увеличением собственности за счет использования потребительной стоимости, в роли которой выступают: репутация, позитивное общественное мнение, престиж и привлекательный имидж, выгодный публичный дискурс и, в целом, позитивное публичности.

Вопрос 5. Перечислите основные компоненты пресс-релиза

ОТВЕТ: шапка, заголовок, лид-абзац, боди, контактная информация

Вопрос 6. Дайте определение бэкграундера

ОТВЕТ: поисковые запросы, по которым можно привлечь трафик на сайт. Их собирают с помощью специальных сервисов или инструментов поисковых систем — например, «Яндекс Вордстата».

Вопрос 7. Пресс-релиз-анонс – это?

ОТВЕТ: речь в нем идет о событии, которому еще предстоит случиться и внимание масс-медиа к которому обеспечит присутствие журналистов на анонсируемом мероприятии. Анонс может, например, приглашать журналистов на пресс-конференцию или извещать о грандиозном торжестве в честь юбилея организации. Естественно, обо всем в таком пресс-релизе говорится в будущем времени. Впрочем, иногда

не мешает дать и краткую предысторию события (или, к примеру, перечислить регалии представителя вашей организации либо гостя-звезды).

Вопрос 8. Что такое пресс-релиз-новость?

ОТВЕТ: доносит до адресата фактическую информацию, т.е. рассказывает о прошедшем событии. Он может содержать и краткие комментарии действующих лиц.

Вопрос 9. Информационный лист – это?

ОТВЕТ: Пресс-релиз, который рассказывает о «продолжающемся» событии, например, спортивном соревновании или судебном процессе. При этом предполагается, что адресату известны подробности и суть дела в целом, поэтому ему достаточно лишь краткого, делового отчета о новых аспектах происходящего.

Вопрос 10. Дайте определение приглашению как жанру PR-текста.

ОТВЕТ: жанр PR-текста, призванный обеспечить присутствие представителей групп общественности на каком-либо мероприятии, касающемся деятельности субъекта PR.

Вопрос 11. Дайте определение факт-листу.

ОТВЕТ: короткий документ, в котором представлены факты-подробности новостного события, дополнительные данные о фирме, ее первых лицах, участниках. На практике обычно не обозначают данный жанр как факт-лист, его обычно называют справка, общая информация.

Вопрос 12. Перечислите основные жанры PR-текста.

ОТВЕТ: Фактологический, исследовательский, исследовательско-новостной, образно-новостной, оперативно-новостной.

Вопрос 13. Дайте определение биографии как жанру PR-текста.

ОТВЕТ: жанр PR-текста, представляющий собой опорные биографические сведения о первом лице или должностном лице.

Вопрос 14. Какие PR-тексты относятся к фактологическому жанру?

ОТВЕТ: факт-лист, биография

Вопрос 15. Дайте определение заявлению для СМИ как жанру PR-текста.

ОТВЕТ: это PR-текст, объявляющий или объясняющий позицию базисного субъекта PR по какому-либо вопросу или реакцию на событие с целью поддержания публичного капитала данного базисного субъекта PR. Заявление является реакцией базисного субъекта на ведущие к деструкции публичного капитала ситуации, события, процессы.

Вопрос 16. Перечислите типы заявления для СМИ.

ОТВЕТ: Типичные, нетипичные.

Вопрос 17. Какие тексты относятся к образно-новостному жанру

ОТВЕТ: байлайнер; поздравление; письмо.

Вопрос 18. Дайте определение имиджевой статье.

ОТВЕТ: жанр PR-текста, представляющий актуальную, социально значимую информацию о субъекте PR, способствующий формированию или приращению публичного капитала. Публикация имиджевой статьи в СМИ инициируется самим субъектом PR. Он же выбирает информационный повод для нее. Имиджевая статья может быть посвящена деятельности компании или персоне (первому должностному лицу организации).

Вопрос 19. Дайте определение имиджевому интервью.

ОТВЕТ: текст беседы с первым (должностным) лицом организации или лидером мнений по актуальной, социально значимой проблеме с целью сформировать или увеличить публичный капитал субъекта PR. Имиджевое интервью обычно готовится сотрудниками PR-структуры и распространяется через СМИ.

Вопрос 20. Перечислите разновидности имиджевого интервью.

ОТВЕТ: событийное, портретное и проблемное .

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ.

«Отлично»: Ответ полный, развернутый. Вопрос точно и исчерпывающе передан, терминология

сохранена, студент превосходно владеет основной и дополнительной литературой, ошибок нет.
«Хорошо»: Ответ полный, хотя краток, терминологически правильный, нет существенных недочетов. Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.
«Удовлетворительно»: Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.
«Неудовлетворительно»: Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен. Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Не предусмотрено.

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении экзамена по всему изученному курсу. Экзамен проводится в устной форме по билетам. В билет входит 2 вопроса теоретического характера и 1 практическое задание.

1. Текст, его основные свойства и категории.
2. Понятие рекламного текста. Основные виды РК.
3. Виды печатной рекламы. Особенности рекламы в прессе.
4. Классические макеты рекламных объявлений.
5. Визуальная информация в рекламном объявлении, ее роль.
6. Творческая платформа рекламы. Характеристики товара (услуги) и выгоды потребителя в рекламном тексте.
7. Структура рекламного текста. Форма основного рекламного текста.
8. Характеристика основных подходов.
9. Аргументативная природа ОРТ. Сильные аргументы.
10. Слабые аргументы в ОРТ. Рабочие слабые доводы. Ложные доводы.
11. Выбор рекламной стратегии для рекламного текста.
12. Логическая последовательность размещения смысловых блоков рекламного текста по методике Дж. Шугермана.
13. Заголовок рекламного текста и требования к нему. Типология заголовков рекламного текста.
14. Кода в рекламном тексте. Ее особенности.
15. Технологии построения РТ: AIDA и ее варианты, ACCA, DiBABA, DagMar.
16. Технологии построения РТ: ODS, PMHS, SCH.
17. Технологии построения РТ: АПОРТ, VIPPS, PINC, 5 вопросов.
18. Особенности рекламного текста для радиоэфира.
19. Особенности рекламного текста в Интернете.
20. Практические методики оценки эффективности рекламных текстов. Тестирование всего текста и отдельных его элементов.
21. Тестирование на понятность с помощью метода Р. Ганнинга.
22. Чек-листы для оценки эффективности рекламного текста в СМИ.
23. Тестирование по методике Дж. Кейплза.
24. Особенности PR-информации. Субъект и объект PR-текста.
25. Основные дифференциальные признаки PR-текста. Отличие PR-текста от рекламного и журналистского текста.
26. Классификация PR-текстов А.Д. Кривоносова.
27. Классификация PR-текстов К. Ивановой.
28. Жанровая типология простых PR-текстов по А.Д. Кривоносову. Оперативно-новостные жанры. Исследовательско-новостные жанры. Фактологические жанры.
29. Жанровая типология простых первичных PR-текстов по А.Д. Кривоносову.
30. Исследовательские жанры. Образно-новостные жанры.
31. Пресс-релиз. Особенности содержания и использования в связях с общественностью. Виды пресс-релизов.
32. Структура пресс-релиза и его обязательные компоненты. Композиция пресс-релиза. Способы организации информации.
33. Правила оформления пресс-релиза. Факторы, определяющие эффективность пресс-релиза.
34. Бэкграундер и его место в системе PR-текстов. Виды бэкграундеров.

35. Биография как жанр PR-текста. Жанровые разновидности биографии. Структура, обязательные и факультативные компоненты.
36. Факт-лист. Особенности структуры факт-листа и его использование.
37. Заявление для прессы. Цель и основные особенности структуры. Поводы для распространения.
38. Пресс-кит как комбинированный PR-текст. Состав пресс-кита. Оформление и использование пресс-кита.
39. Статья в связях с общественностью. Виды статей. Цели их использования.
40. Имиджевое интервью. Его разновидности и отличие от журналистского интервью.
41. Письмо как жанр PR-текста. Требования к текстовой структуре письма. Виды деловых писем в СО. Их характеристика.
42. Поздравительные и благодарственные письма как жанр PR-текста.
43. Буклет, его цели и структура. Разновидности буклетов.
44. Особенности, структура и компоненты SMR.
45. Особенности, виды, требования к SMM-текстам.
46. Особенности оформления и написания Интернет-текстов. Инфографика как вид креолизации, технологии и сервисы.

Типовое практическое задание:

Проанализировать предложенный рекламный и/или PR-текст на соответствие ключевым параметрам и характеристикам представленного жанра. Сделайте выводы об его эффективности.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:

«Отлично»: студентом дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленные вопросы, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок.

«Хорошо»: студентом дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускаются неточности в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.

«Удовлетворительно»: студентом дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.

«Неудовлетворительно»: студентом дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, неумением давать аргументированные ответы. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено. Студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Кузнецов П.А.	Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии: Другое	Издательство "Дашков и К", 2018	https://e.lanbook.com/book/103778

Л1.2	Селезнева, Л. В.	Подготовка рекламного и рг-текста : учебное пособие для вузов	Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/86510952-F1FB-43E9-AC0B-27A3F64299D4
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Дзялошинский, И. М.	Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования:	, 2019	https://urait.ru/bcode/445761
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	курс Теория и практика рекламного и PR-текста		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=3729	
6.3. Перечень программного обеспечения				
MicrosoftOffice, MicrosoftWindows 7-Zip AcrobatReader				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com) Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/) Научная электронная библиотека elibrary (http://elibrary.ru)				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица
320Л	медиатека, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную

Аудитория	Назначение	Оборудование
		сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Лекция. Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоновку новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны выполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует: руководствоваться графиком самостоятельной работы, выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и

разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Экзамен. Подготовка к экзамену ведется на основе полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы. При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеется один теоретический вопрос и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Алтайский государственный университет»

Теория и практика связей с общественностью и рекламы

рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	9 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	324	Виды контроля по семестрам
в том числе:		диф. зачеты: 4, 6
аудиторные занятия	128	
самостоятельная работа	196	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (3)		2 (4)		3 (5)		3 (6)		Итого	
	Неделя	15,5	18	16	17					
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	12	12	12	12	12	12	12	12	48	48
Практические	20	20	22	22	16	16	22	22	80	80
Сам. работа	40	40	38	38	80	80	38	38	196	196
Итого	72	72	72	72	108	108	72	72	324	324

Программу составил(и):

к.филол.н., доцент, Милукова А.Г.; к.социол.н., доцент, Василенко И.А.; к.филол.н., доцент, Явинская Ю.В.

Рецензент(ы):

ООО "ПРАЙМ СИБИРЬ", директор, Дьячко В.П.

Рабочая программа дисциплины

Теория и практика связей с общественностью и рекламы

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8

Срок действия программы: 2023-2026 уч. г.

Заведующий кафедрой

д. социол.н., профессор Ковалева А.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8

Заведующий кафедрой *д. социол.н., профессор Ковалева А.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	сформировать у студентов начальных знаний и базовых представлений о профессиональной деятельности в сфере связей с общественностью и рекламы; сформировать системное представление о современном состоянии связей с общественностью и рекламы: основных специальностях, технологиях, организационной структуре, направлениях и объёмах деятельности, роли новых медиа в современной практике связей с общественностью и рекламы.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.В.01**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-1	Способен создавать рекламные, PR или иные комму-никационные продукты для государственных и бизнес-структур с учетом специфики разных каналов коммуникации
ПК-1.1	Знает: маркетинговые технологии и технологии бренд менеджмента; содержание методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта
ПК-1.2	Умеет: осуществлять выбор эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта и применять их с учетом специфики деятельности государственных и бизнес-структур
ПК-1.3	Владеет: навыками применения эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта (в том числе современных информационно-компьютерных и интернет-технологий, специализированных программных продуктов)
ПК-2	Способен осуществлять маркетинговые исследования в области СМИ
ПК-2.1	Знает: маркетинговые технологии; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации
ПК-2.2	Умеет: находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей; составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования
ПК-2.3	Владеет навыками: поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; анализа имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ; определения целевой аудитории по требителям продукции СМИ; контроля выполнения договора, приемки результатов маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ
ПК-3	Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии государственных и бизнес-структур для продвижения продукции СМИ
ПК-3.1	Знает: маркетинговые технологии и технологии бренд менеджмента; технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов; организацию системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж
ПК-3.2	Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение
ПК-3.3	Владеет: навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий; выбора маркетинговых технологий и инструментов для до несения до потребителя необходимой информации

ПК-4	Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.
ПК-4.1	Знает технологии разработки, реализации и продвижения коммуникационных проектов; особенности создания коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес структур
ПК-4.2	Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы по созданию, реализации и продвижению коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать современные ИКТ, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты для разработки и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-4.3	Владеет навыками разработки концепции создания, реализации и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес структур; навыками представления проектов решений по продвижению продукции СМИ руководству организации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; технологии организации коммуникационных кампаний и мероприятий; способы создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации; особенности осуществления профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; технологии организации рекламных кампаний и мероприятий.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия; участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации; осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; осуществлять рекламные кампании и мероприятия.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; навыками организации коммуникационных кампаний и мероприятий; навыками осуществления профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; навыками планирования и организации рекламных кампаний и мероприятий.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Внутрикorporативный PR						
1.1.	Организация внутрикorporативных проектов и мероприятий	Лекции	3	2	ПК-1.1, ПК-1.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.2.	Система внутренних коммуникаций	Лекции	3	2	ПК-2.1, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.3.	Корпоративные издания	Лекции	3	4	ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.4.	Инtranет и социальные сети во внутрикорпоративных коммуникациях	Лекции	3	4	ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.5.	Организация внутрикорпоративных проектов и мероприятий	Практические	3	2	ПК-1.1, ПК-1.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.6.	Брошюра "Книга сотрудника"	Практические	3	4	ПК-2.2, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.7.	Корпоративное издание: бриф, концепция, макет	Практические	3	2	ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.8.	Корпоративное радио	Практические	3	4	ПК-3.3, ПК-4.1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.9.	Создание сайта для сотрудников	Практические	3	8	ПК-3.1, ПК-3.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.10.	Внутрикорпоративный PR	Сам. работа	3	40	ПК-2.1, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
Раздел 2. Антикризисный PR						
2.1.	Основные понятия антикризисного PR, классификация антикризисных ситуаций	Лекции	4	2	ПК-2.1, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.2.	«Классика» антикризисных коммуникаций: сценарии, ошибки, стратегии	Практические	4	2	ПК-2.2, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.3.	Стратегии и тактики антикризисного PR	Лекции	4	4	ПК-2.1, ПК-1.1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.4.	Стратегии и тактики антикризисного PR	Практические	4	2	ПК-2.1, ПК-1.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.5.	Введение в технологии антикризисного PR. Технологии управления повесткой дня в кризисной ситуации	Лекции	4	2	ПК-3.1, ПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.6.	Антикризисные интернет-коммуникации	Лекции	4	2	ПК-2.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.7.	Персональный имидж и PR-деятельность в кризисных ситуациях. Особенности антикризисного PR в различных сферах	Лекции	4	2	ПК-3.1, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.8.	Технологии антикризисного PR	Практические	4	2	ПК-3.1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.9.	Технологии управления повесткой дня в кризисной ситуации	Практические	4	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.10.	Антикризисные интернет-коммуникации	Практические	4	2	ПК-2.1, ПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.11.	Антикризисный пресс-тренинг (пресс-конференция)	Практические	4	4	ПК-2.2, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.12.	Регламент коммуникаций в социальных медиа	Практические	4	2	ПК-3.1, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.13.	Персональный имидж и PR-деятельность в кризисных ситуациях	Практические	4	4	ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.14.	Антикризисный PR в различных сферах	Практические	4	2	ПК-2.1, ПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.15.	Антикризисный PR	Сам. работа	4	38	ПК-3.1, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
Раздел 3. Разработка рекламной кампании						
3.1.	Теоретические и методологические основы организации рекламной кампании	Лекции	5	2	ПК-2.1, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
3.2.	Теоретические и методологические основы организации рекламной кампании	Практические	5	2	ПК-2.1, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
3.3.	Этапы разработки рекламной кампании в российских и западных традициях	Лекции	5	2	ПК-2.1, ПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
3.4.	Этапы разработки рекламной кампании в российских и западных традициях	Практические	5	2	ПК-2.2, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
3.5.	Аналитический этап рекламной кампании	Лекции	5	2	ПК-3.1, ПК-1.1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
3.6.	Аналитический этап рекламной кампании	Практические	5	2	ПК-3.1, ПК-1.1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
3.7.	Стратегический и креативный этапы рекламной кампании	Лекции	5	2	ПК-2.1, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
3.8.	Стратегический и креативный этапы рекламной кампании	Практические	5	2	ПК-2.1, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
3.9.	Тактический этап рекламной кампании	Лекции	5	2	ПК-2.1, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
3.10.	Тактический этап рекламной кампании	Практические	5	2	ПК-2.1, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
3.11.	Оценка эффективности рекламной кампании	Лекции	5	2	ПК-3.1, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
3.12.	Моделирование рекламной кампании	Сам. работа	5	80	ПК-3.1, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
3.13.	Презентация и защита проектов рекламных и PR-кампаний.	Практические	5	6	ПК-2.1, ПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
Раздел 4. Разработка PR-кампании						
4.1.	Теоретические и методологические основы организации PR-кампании	Лекции	6	2	ПК-3.1, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
4.2.	Теоретические и методологические основы организации PR-кампании	Практические	6	2	ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
4.3.	Этапы разработки PR-кампании	Лекции	6	2	ПК-2.1, ПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
4.4.	Этапы разработки PR-кампании	Практические	6	2	ПК-3.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
4.5.	Аналитический этап PR-кампании	Лекции	6	2	ПК-3.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
4.6.	Аналитический этап PR-кампании	Практические	6	2	ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
4.7.	Этап планирования PR-кампании	Лекции	6	2	ПК-1.1, ПК-1.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
4.8.	Этап планирования PR-кампании	Практические	6	2	ПК-2.1, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
4.9.	Практическая реализация PR-кампании	Лекции	6	2	ПК-2.1, ПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
4.10.	Практическая реализация PR-кампании	Практические	6	4	ПК-2.1, ПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
4.11.	Заключительный этап PR-кампании: оценка эффективности, методы, формы, критерии	Лекции	6	2	ПК-1.1, ПК-1.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
4.12.	Моделирование интегрированной коммуникационной кампании	Сам. работа	6	38	ПК-2.1, ПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
4.13.	Презентация и защита проектов рекламных и PR-кампаний.	Практические	6	10	ПК-3.1, ПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в он-лайн курсе на образовательном портале "Цифровой университет АлтГУ - <https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=4070>

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ ПК-1: Способен создавать рекламные, PR или иные коммуникационные продукты для государственных и бизнес-структур с учетом специфики разных каналов коммуникации

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. опросная техника, позволяющая установить количество людей, знающих об объектах исследования (компаниях, персонах, марках и т.п.) с подсказкой, когда опрашиваемый выбирает известное из предложенного списка. см. осведомленность, спонтанная известность

- а. знание с подсказкой
- б. вопрос с подсказкой
- в. опрос с подсказкой
- г. ответы-подсказки

Ответ: а

Вопрос 2. В.А.С.I.C.– это модель планирования исследования, с помощью которой можно определить, на каком этапе коммуникативного проекта находится исследуемый объект. Что является ее элементами?

- а. знание, интерес, информированность, действие, адвокация.
- б. незнание, поиск информации, знание, поддержание актуальности, адвокация
- в. формирование осведомленности, наличие продвинутых знаний, поддержание актуальности, стимул к действию, отстаивание позиции.
- г. незнание, осведомленность, адвокация, поддержание актуальности, стимул к действию

Ответ: в

Вопрос 3. Показатель воздействия вложений в PR-компанию – это...

- а. PR ROI
- б. CTR
- в. SMM
- г. KPI

Ответ: а

Вопрос 4. SM-конверсия - это

- а. метрика, которая показывает количество полученных комментариев по сравнению с общим количеством постов
- б. метрика, которая показывает количество полученных репостов по сравнению с общим количеством постов
- в. метрика, которая показывает количество полученных лайков по сравнению с общим количеством постов
- г. метрика, которая показывает количество полученных отзывов по сравнению с общим количеством постов.

Ответ:

Вопрос 5. На чем основывается Social Media Favourability Index - метрика, применяемая для анализа позиционирования объекта в блогосфере?

- а. на оценке частоты высказываний авторов об объекте исследования
- б. на оценке тональности высказываний пользователей об объекте исследования
- в. на оценке лояльности пользователей относительно объекта исследования
- г. на оценке UGC-контента

Ответ: б

Вопрос 6. Title Popularity Ranking (TPR) - профессиональная методика ранжирования печатных изданий. Она основывается на анализе популярности медиа среди кого?

- а. журналистов
- б. стейкхолдеров
- в. читателей
- г. рекламодателей

Ответ: а,в,г.

Вопрос 6. На основе чего рассчитывается Title Popularity Ranking (TPR)?

- а. охвата целевой аудитории, стоимости полосы рекламного пространства, цитируемости изданий в других СМИ, цитируемости изданий в социальных медиа.
- б. аудиторного охвата, стоимости полосы рекламного пространства, цитируемости изданий в других СМИ, цитируемости изданий в социальных медиа.
- в. аудиторного охвата, стоимости одного выхода, цитируемости изданий в других СМИ, цитируемости изданий в социальных медиа.
- г. аудиторного охвата, CTR, цитируемости изданий в других СМИ, цитируемости изданий в социальных медиа.

Ответ: б

Вопрос 7. Вирусный контент – это

- а. контент соответствующий запросу пользователя
- б. полезный для пользователя контент
- в. бесполезный контент
- г. быстрораспространяющийся контент

Ответ: г

Вопрос 8. По каким признакам происходит агрегирование в медиааналитике?

- а. по признакам тематической, целевой или эмоциональной направленности
- б. по признакам вирусности, охвата или эмоциональной направленности
- в. по признакам релевантности, тональности или эмоциональной направленности
- г. по признакам тематической, аудиторного охвата или эмоциональной направленности

Ответ: б

Вопрос 9. Анализ внешней среды в медиааналитике – это изучение...

- а. целевой аудитории, стейкхолдеров
- б. профессиональные, отраслевые или правительственные издания
- в. медиапредпочтений
- г. структуры медиарынка

Ответ: б

Вопрос 10. Анализ фреймов – это..

- а. исследовательская стратегия, ориентированная на выявление, фиксацию и изучение смысловых различий в медиатекстах.
- б. направление исследований сообщений СМИ и Новых Медиа, позволяющее выявить, описать и изучить

устойчивые смысловые структуры

в. воссоздание образа, содержания и внутренней структуры объекта (системы, процесса, явления)

г. процедура, направленная на получение некоторого упрощенного описания

Ответ: б

Вопрос 11. Аналитическая реконструкция – это..

а. воссоздание образа, содержания и внутренней структуры объекта

б. исследовательская стратегия, ориентированная на выявление, фиксацию и изучение смысловых различий в медиатекстах.

в. строго определенная последовательность (или описание последовательности) выполнения операций над некими сущностями, приводящих к заданному результату.

г. совокупность принципов методологического, организационного и технологического обеспечения мыслительной деятельности,

Ответ: а

Вопрос 12. Направление изучения медиатекстов, получившее широкое распространение в рамках социолингвистической парадигмы исследований контента СМИ – это..

а. дискурс-анализ

б. дискурс новых медиа

в. диссипация

г. бифуркация

Ответ: а

Вопрос 13. Процедура поиска и сравнения различных форм речевой практики в Новых медиа, построенной по стандартам традиционных, национально определяемых правил общения, не позволяющих пользователям выйти за пределы системы регулятивной организации речи –это..

а. дискурс-анализ

б. жанровый анализ

в. извлечение знаний

г. инноватика

Ответ: б

Вопрос 14. Стратегия интерпретации сообщений Новых медиа, которая подразумевает, что текст взаимодействует с другими текстами и это отражается в его содержании и форме.

а. интертекстуальный анализ

б. интеркодирование

в. извлечение знаний

г. дискурс-анализ

Ответ: б

Вопрос 15. Заработанный охват – это...

а. рекламирование или информационное освещение, осуществляемые в силу событийной ценности или актуальности информации и/или влиятельности редакционной статьи.

б. инфоповод, вызывающий бурную реакцию аудитории

в. виральный контент

Ответ: а

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Перечислите возможные задачи медиааналитики.

Ответ: Оценка степени заинтересованности СМИ и социальных медиа в деятельности компании, качества сложившегося вокруг компании или бренда информационного поля, сравнительный анализ качества медиаполя целевой компании с конкурентами, оценка медийной активности представителей компании, оценка эффективности разовых PR-мероприятий, оценка эффективности PR-деятельности в СМИ и соцмедиа на регулярной основе (по ключевым показателям эффективности). Это касается как эффективности пресс-службы в целом, так и ее различных подразделений или отдельных сотрудников, оценка репутации и имиджа компании или бренда по данным СМИ и социальных медиа.

Вопрос 2. Назовите системы автоматизированного медиаанализа.

Ответ: Медialogия, BrandAnalytics, Scan Интерфакс, крибрум, ПрессИндекс, IQBuzz, Интегрум, DataLocator? Angry-analitics.

Вопрос 3. Что означают PR-последствия?

Ответ: Это изменение в осведомленности, знаниях, отношениях, поведении и мнениях, являющееся результатом реализации долгосрочного плана PR-действий или PR-кампании; – результат, следствие или влияние набора или целой программы PR-действий или продуктов; может быть краткосрочным и долгосрочным; зависимая переменная в исследовании.

Вопрос 4. Как работает механизм определения тональности в системах медиаанализа?

Ответ: тональность высказывания определяется тремя компонентами: субъектом тональности (кто высказал оценку), объектом тональности (о ком или о чём высказана оценка) и собственно тональной

оценкой (как оценили). Существует два основных метода решения этой задачи автоматического определения тональности:

- Статистический метод. Для него нужны заранее размеченные по тональности коллекции (корпуса) текстов, на которых происходит обучение модели, с помощью которой и происходит определение тональности текста или фразы.
- Метод, основанный на словарях и правилах. Для этого заранее составляются словари позитивных и негативных слов и выражений. Этот метод может использовать как списки шаблонов, так и правила соединения тональной лексики внутри предложения, основанные на грамматическом и синтаксическом разборе.

Вопрос 5. Что предусматривает концепция больших данных, предложенная Клиффордом Линчем?

Ответ: Данная концепция предполагает одновременное использование данных не только большого объема, но также разного формата, происходящих из многих источников, которые могут находиться на удалении друг от друга.

Вопрос 6. Опишите, что базовые составляющие новые медиа, отличия от традиционных и приведите три примера.

Ответ: Новые СМИ имеют три базовые составляющие: цифровой формат, интерактивность и мультимедийность. Ряд исследователей не признает за данными ресурсами право называться СМИ. Свой отказ признавать социальные медиа средствами массовой информации в традиционном смысле он аргументирует тем, что все традиционные СМИ имеют своей целью донесение до общественности социально важной информации. «Новые медиа», в свою очередь, являются лишь платформой для коммуникации между людьми. Из этого следует, что традиционные СМИ на первое место ставят информацию, то есть содержание, а в рамках социальных медиа главенствует общение, в то время как содержание сообщений отходит на второй план.

Вопрос 7. Опишите элементы информационного пространства.

Ответ: Информационное пространство — совокупность информационных ресурсов, методов и средств доступа к ним, методов, технологий и средств преобразования, обработки и представления информации в виде, наиболее соответствующем потребностям пользователей.

Вопрос 8. Расшифруйте смысл концепции SMART и формулируйте цель PR-на основе концепции.

Ответ: SMART — это метод постановки целей. Он позволяет сформулировать реалистичную и измеримую цель, определить сроки и необходимые ресурсы для ее достижения. Критерии SMART SMART-цель должна быть:

- S — Specific — конкретной;
- M — Measurable — измеримой;
- A — Achievable — достижимой;
- R — Relevant — значимой;
- T — Time bound — ограниченной во времени.

Пример цели – увеличит на 10% количество UGC-контента положительной направленности.

Вопрос 9. Что значит key point PR-кампании?

Ответ: Ключевая точка (Key Point) - фиксируемый измеримый результат проводимой кампании.

Вопрос 10. Коммуникационный аудит – это ситуационный анализ, предполагающий полное и системное изучение эффективности PR-отношений организации с основными внешними и внутренними аудиториями. Какие способы и методы используются для его проведения?

Ответ: Определение характера этих аудиторий, выявление коммуникационных программ и их коммуникационных продуктов, применимых к каждой аудитории, определение эффективности этих программ и их продуктов и выявление недочетов в общей коммуникационной программе. Использует общепринятые методы и техники медиаисследований: анализ вторичной информации, мониторинг, контент-анализ.

Вопрос 11. Опишите, как понимаете суть контент-анализа.

Ответ: Это исследовательская методика (и инструмент оценки), которая позволяет планомерно отслеживать сообщения (письменные, устные, транслируемые) и переводить их в количественную форму посредством систематизации сообщений по категориям с помощью четких единиц анализа; – процесс разделения содержания сообщений на определенные компоненты или категории для того, чтобы сформировать суждение, которое можно оценить.

Вопрос 12. В чем суть коэффициента приближения к идеалу в PR?

Ответ: Это комплексная модель оценки соответствия выходов PR-кампаний определенным целям и поставленным задачам. Характеризуется гибкой системой коэффициентов, определяемых на основе измерения значимых для конкретного исследования параметров, а также масштабируемостью результатов на различные аспекты PR-активности. Показатель PRt может быть рассчитан как для одной публикации, так и для массива сообщений.

Вопрос 13. В чем заключается смысл методики краудсорсинга? Какие преимущества использования для компании и для аудитории?

Ответ: Ресурсосберегающая методика работы компании, предусматривающая привлечение широкой

аудитории для решения креативных, исследовательских и иных задач. Концепция предполагает, что желание потребителей бесплатно или за небольшую цену поделиться своими идеями с компанией проистекает исключительно из интереса увидеть эти идеи воплощенными в производстве. Другим мотивирующим фактором может быть потенциальная возможность трудоустройства для авторов наиболее успешных решений.

Вопрос 14. Расшифруйте термин «медиа» в узком и широком смысле.

Ответ: Это средства распространения информации. Как правило, употребляется в узком значении, идентичном термину «масс-медиа» или «СМИ». В широком понимании медиа, помимо СМИ, включают все инструменты и каналы, используемые обществом для коммуникации: социальные медиа, книги, аудио, видео и др.

Вопрос 15. Что значит медиаохват? Приведите примеры для разных каналов коммуникации.

Ответ: Это рассчитываемый показатель, эквивалентный максимально возможному количеству потенциальных контактов для одного или совокупности сообщений/публикаций с аудиторией.

Применительно к традиционным СМИ рассчитывается по тиражу изданий, причем в случае выхода двух статей в одном и том же номере наиболее распространенным вариантом расчета является - не удваивать МО. Для электронных СМИ, как правило, учитывается среднее число посетителей сайта за неделю.

Данные о количестве посещений сайта приводятся в рейтингах Mail.ru, Rambler, LiveInternet и т.д. В случае отсутствия данных о количестве уникальных посетителей за неделю, оценочный расчет показателя производится на основе количества уникальных посещений за день. В редких случаях данные по посещаемости приводятся в исследованиях профильных компаний. МО для эфирных СМИ рассчитывается исходя из средней аудитории теле- и радиотрансляции, что соответствует охвату телеканала/радиоволны. Данные об охвате аудитории приводятся в исследованиях профильных компаний. В случае с анализом медиаохвата в блогосфере считается суммарное число подписчиков каждого блогера, которые разместили у себя информацию об изучаемом событии.

Вопрос 16. Чему равен показатель медиаприсутствия?

Ответ: Это индикатор информационного присутствия в СМИ. Абсолютный показатель, эквивалентный количеству сообщений с упоминанием объекта в общем массиве публикаций, принятом за базу.

Вопрос 17. Что такое медиашлейф и как его оценить?

Ответ: Это совокупность публикаций, затрагивающих определенную тему, вышедших после первого материала, посвященного этой теме. Оценивается в количестве и во времени.

Вопрос 18. Что такой нормативный прогноз?

Ответ: Это вероятностное, научно обоснованное суждение о возможных путях и сроках достижения заданного состояния медиаполя, процессов, субъектов. Задачи нормативного прогнозирования – выявить факторы, на которые субъект информационного поля может оказывать влияние с целью реализации наиболее благоприятных альтернатив или избежать наименее благоприятных исходов.

Вопрос 19. Что такое общественность и есть ли у нее отличия от целевой аудитории?

Ответ: Это группа людей, которые способны оказать влияние на организацию или испытывают на себе последствия организационных решений; группа людей, из которых для PR-кампании или программы выбирается объект с целью формирования мнений в отношении компании, продукта, определенного вопроса или лица.

Вопрос 20. Что можно определить с помощью показателя осведомленности?

Ответ: с помощью которого можно определить количество людей, которые слышали о бренде, клиенте, явлении и т.д. Осведомленность может быть спонтанной, когда индивид порождает знания без посторонней помощи (top-ofmind) или не спонтанной. см. «знание с подсказкой», спонтанная известность.

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ ПК-2: Способен осуществлять маркетинговые исследования в области СМИ.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА (15)

Вопрос 1. Что является целью медиаисследования?

- Создать информационно-аналитическую базу для принятия маркетинговых решений
- Совершенствовать общее представление о медиа, как явлении и процессе
- Получить информацию о конкурентах

Ответ: а

Вопрос 2. Объективность как принцип исследования – это:

- учет возможных погрешностей при измерении того или иного явления
- получение адекватных данных за счет обеспечения научных принципов их сбора и проведения
- изучение явлений и процессов в их взаимосвязи и развитии

Ответ: а

Вопрос 3. Данные исследований компании Mediascop – это

- результаты синдикативных исследований

- б. первичная информации
- в. заказное корпоративное исследование

Ответ: а

Вопрос 4. Вид исследования, в котором изучаются медиапредпочтения аудитории – это:

- а. дискриптивное
- б. каузальное

Ответ: а

Вопрос 5. Принцип достоверность при проведении исследования – это:

- а. соизмеримость полученных результатов с затратами на проведение исследования
- б. получение адекватных данных за счет обеспечения научных принципов их сбора и проведения
- в. изучение явлений и процессов в их взаимосвязи и развитии

Ответ: б

Вопрос 6. Выберите более емкое понятие:

- а. исследование аудитории
- б. исследование телесмотрения
- в. медиаисследования

Ответ: в.

Вопрос 7. Взаимосвязанный набор систем данных, инструментов и методик, поддерживаемый программным обеспечением, с помощью которого компания собирает и интерпретирует информацию для принятия управленческих решений:

- а. система собственных маркетинговых исследований
- б. Маркетинговая база данных
- в. Маркетинговая информационная система

Ответ: в.

Вопрос 8. Существует ли единый типовой образец МИС?

- а. да
- б. нет

Ответ: б

Вопрос 9. Что относится к вторичной информации?

- а. результаты исследований, опубликованные в открытых источниках
- б. план медиаисследования
- в. инструментарий медиаисследования

Ответ: а

Вопрос 10. Что относится к качественным методам исследования?

- а. составление рейтингов СМИ
- б. фокус-группа
- в. опрос

Ответ: б.

Вопрос 11. Ключевая характеристика дескриптивного исследования:

- а. проверка причинно-следственных связей между изучаемыми явлениями
- б. описание тех или иных аспектов реальной маркетинговой ситуации
- в. Использование только вторичной маркетинговой информации

Ответ: б

Вопрос 12. Гипотеза исследования – это:

- а. определение действий по смягчению проявления проблем
- б. вероятностное суждение о возможных путях решения поставленных проблем
- в. аналитическое обоснование выявленных проблем

Ответ: б

Вопрос 13. В чем цель каузального исследования?

- а. в сборе предварительной информации, предназначенной для более точного определения проблемы
- б. в поиске первичной информации
- в. обосновании гипотез, определяющих содержание выявленных причинно-следственных связей

Ответ: в

Вопрос 14. Источники внешней вторичной информации:

- а. данные ABC-анализа, SWOT – анализа, информация сети торговых корреспондентов
- б. официальные отчеты фирм, специальные издания, Интернет, данные государственной статистики
- в. информация компании: отчеты, результаты исследований

Ответ: б

Вопрос 15. В чем отличие первичной информации от вторичной?

- а. собрана ранее, для других целей
- б. служит для проверки причинно-следственных связей между изучаемыми явлениями
- в. собрана впервые – для конкретного исследования

Ответ: в.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА (20)

Вопрос 1. Какую роль играют медиаисследования в компании?

Ответ: Медиаисследования позволяют сформировать портрет целевой аудитории, помогают выстраивать эффективное медиапланирование, обеспечивают руководство компании своевременной и достоверной информацией при принятии управленческих решений.

Вопрос 2. Составьте определение медиаисследований.

Ответ: Медиаисследования – это систематическое и объективное выявление, сбор, анализ, распространения и использование информации для повышения эффективности идентификации возможностей компании и решения существующих проблем.

Вопрос 3. Опишите основные этапы медиаисследования.

Ответ: Определение проблемы исследования, разработка подхода к решению проблемы, формулировка плана исследования, проведение полевых работ, подготовка и анализ данных, составление отчета.

Вопрос 4. Дайте характеристику исследованию, направленному на определение проблемы.

Ответ: Это исследование, которое предпринимается, что бы помочь идентифицировать неочевидные проблемы, либо существующие, либо такие, которые могут возникнуть в будущем.

Вопрос 5. Приведите примеры медиаисследований, направленных на решение проблемы.

Ответ: Исследования по сегментации аудитории, исследование медиапродукта, исследование каналов продвижения медиапродукта.

Вопрос 6. Приведите пример медиаисследований, направленных на определение проблемы.

Ответ: исследование потенциала медиарынка, исследование доли аудитории, исследование медиапредпочтений аудитории.

Вопрос 7. Дайте определение системе поддержки принятия решений.

Ответ: Это информационная система, которая позволяет ЛПР взаимодействовать непосредственно с базами данных и моделями анализа. Компоненты системы включают аппаратное обеспечение и коммуникационную сеть, базу ПО.

Вопрос 8. Перечислите преимущества СППР перед маркетинговой информационной системой.

Ответ: помогает при решении неструктурированных проблем, использует математические и статистические модели, имеет дружественный интерфейс, гибкие настройки.

Вопрос 9. Дайте определение внешним субъектам исследованию и приведите пример.

Ответ: Это независимые компании, самостоятельно проводящие медиаисследования и привлекаемые для их проведение. Например, НАФИ, Mediascop.

Вопрос 10. Перечислите этапы плана исследования.

Ответ: Анализ вторичной информации, качественные исследования, сбор количественных данных, измерение и шкалирование, разработка инструментария, определение размера выборки, план анализа данных.

Вопрос 11. Перечислите возможные элементы исследовательского отчета.

Ответ: В отчете должны быть письменно изложены результаты и интерпретация данных, полученных в ходе исследования. Так же по запросу предоставляется отчет о ходе исследования и вся собранная для анализа информация.

Вопрос 12. Что значит «медиаметрия четырех экранов»?

Ответ: Это синхронное отслеживание телесмотрения на мобильных экранах, экранах ПК и ТВ.

Вопрос 13. Перечислите элементы системы показателей медиаизмерений телевизионной аудитории.

Ответ: рейтинг, накопленный рейтинг, средний рейтинг, доля аудитории, среднесуточная доля телеканала, охват, объем телесмотрения.

Вопрос 14. Опишите автоматизированный способ медиаизмерения телесмотрения.

Ответ: Это пиплметрия. Электронный регистратор (пиплметр) подключается к каждому телевизору в домохозяйстве, члены которого стали респондентами в исследовании. Регистратор записывает все переключения по каналам каждого из членов домохозяйства старше 4-х лет.

Вопрос 15. В чем главная особенность телевизионных измерений?

Ответ: Главная особенность состоит в том, что отобранные респонденты опрашиваются постоянно в течение длительного периода времени, это так называемые панельные исследования. Телевизионная панель представляет собой модель реального населения на анализируемой территории.

Вопрос 16. Какие факторы влияют на объемы медиаизмерений?

Ответ: В первую очередь – объем рекламного рынка. Медиаизмерения - это валюта продажа рекламы и рекламодатели заинтересованы в проведении подобных исследований. Второй фактор – развитие медиаинфраструктуры региона, проникновение интернета. Третий фактор – стандарты медиаизмерений.

Вопрос 17. Опишите автоматизированные методы медианализа наружной рекламы.

Ответ: Медиаизмерения наружной рекламы основываются на данных мобильных операторов. Это базы данных мониторинга наружной рекламы (ODASTAT) и рейтинги (ODAPLAN).

Вопрос 18. Что такое технология Mobile People Meter?

Ответ: Это ПО, устанавливаемое на смартфоны респондентов, которое в фоновом режиме регистрирует акустические данные. То есть записывает окружение респондента, сравнивает с эталонным и описывает телесмотрение. Технология позволяет учитывать дополнительные параметры респондентов: род занятий, семейное положение, доход.

Вопрос 19. Какие вы знаете компании, продающие результаты исследований?

Ответ: Медиаскоп, РБК, ВЦИОМ.

Вопрос 20. На что направлены качественные исследования медиа?

Ответ: На изучение эффекта воздействия СМК, общественное мнение, анализ содержания контента, тестирование рекламных сообщений.

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ ПК-3: Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии государственных и бизнес-структур для продвижения продукции СМИ

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1: Рынок товара, на котором существует его постоянный дефицит и покупателю приходится прилагать дополнительные усилия по приобретению данного товара, принято считать:

- а. дефицитным рынком;
- б. рынком продавца
- в. рынком конкурента
- г. рынком покупателя

Ответ: б

Вопрос 2. Определений маркетинга существует множество, но у них есть общее. Это:

- а. приоритет производителя
- б. приоритет покупателя
- в. приоритет посредника
- г. приоритет потребителя

Ответ: б

Вопрос 3. Какую стратегию реализует предприятие, которое учитывает свои интересы, интересы потребителей и обеспечивающее сохранение окружающей среды?

- а. концепцию 4Р
- б. концепцию интенсификации коммерческих усилий
- в. концепцию совершенствования товара
- г. концепцию социально-этичного маркетинга.

Ответ: г

Вопрос 4. Макросреда маркетинга – это

- а. состояние экономики, демографии, политики, права, культуры, науки и техники, окружающей среды
- б. деятельность поставщиков, конкурентов, посредников, клиентов и контактных аудиторий;
- в. законодательство
- г. деятельностью государственных органов управления

Ответ: а

Вопрос 5. К маркетинговым факторам, влияющим на покупательское поведение относят:

- а. возраст
- б. цена товара
- в. восприятие
- г. образ жизни

Ответ: б

Вопрос 6. Производить то, что хочет покупатель и то, что он может купить в данный момент времени – это...

- а. идея маркетинга
- б. цель маркетинга
- в. функция маркетинга
- г. стратегия маркетинга

Ответ: б

Вопрос 7. Основные понятия, отражающие сущность маркетинга - это

- а. нужда, потребность
- б. запрос, товар
- в. обмен, сделка
- г. рынок

Ответ: все ответы верны

Вопрос 8. Стимулирующий маркетинг применяется при:

- а. отрицательном спросе

- б. скрытом спросе
- в. отсутствии спроса
- г. нерациональном спросе

Ответ: в

Вопрос 9. Противодействующий маркетинг применяется при:

- а. чрезмерном спросе
- б. нерациональном спросе
- в. падающем спросе
- г. отрицательном спросе

Ответ: б

Вопрос 10. Маркетинговые исследования – это:

- а. синоним исследований рынка
- б. сбор, упорядочивание, анализ и обобщение данных для обнаружения и решения маркетинговых проблем
- в. постоянно действующая система сбора, классификации, анализа, оценки и распространения маркетинговой информации.
- г. все ответы верны

Ответ: б

Вопрос 11. Маркетинговая деятельность выступает как:

- а. самостоятельный вид деятельности
- б. функция менеджмента
- в. коммерческая деятельность
- г. все варианты верны

Ответ: а, в.

Вопрос 12. Данные, накапливаемые в компаниях:

- а. как правило содержат ошибки
- б. почти всегда носят неполный, фрагментарный характер
- в. редко накапливаются специально для решения задач
- г. нередко имеют большой объем, но плохо структурированы

Ответ: а, в, г.

Вопрос 13. Наценка должна учитывать:

- а. объем продаж
- б. скорость оборачиваемости товарных запасов
- в. особенности спроса
- г. все варианты верны

Ответ: г

Вопрос 14. Точка безубыточности - это

- а. цена, при которой предприятие начинает получать прибыль
- б. объем производства, при котором производитель работает без убытков
- в. уровень затрат, необходимый для производства
- г. все ответы верны

Ответ: а

Вопрос 15. Как называется стратегия, при которой организация, имеющая сильные конкурентные позиции находится на медленно растущем рынке?

- а. конгломеративная
- б. сокращение
- в. вертикальная интеграция
- г. концентрическая диверсификация.

Ответ: г

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Чего требует использование компанией стратегии усиления позиций на рынке?

Ответ: Такая стратегия требует больших маркетинговых усилий, финансовых вложений в продвижение и производство. Возможна «горизонтальная интеграция».

Вопрос 2. Перечислите факторы, влияющие на выбор маркетинговой стратегии.

Ответ: состояние отрасли, активность конкурентов, наличие ресурсов у компании.

Вопрос 3. Компания имеет слабые конкурентные позиции, но рынок растет быстро. Какую стратегию выбрать?

Ответ. Необходимо пересмотреть стратегию концентрации.

Вопрос 4. Стратегия оптимальных издержек – это...

Ответ: Это создание повышенной ценности, отвечающей или превышающей покупательские ожидания. При этом цена остается на уровне конкурентов или ниже.

Вопрос 5. Какие факторы формируют конкурентное окружение?

Ответ: потребители, поставщики, потенциальные и существующие хозяйствующие субъекты, замещающие товары.

Вопрос 6. Что относится к конкурентным преимуществам низкого ранга и почему они таковыми являются?

Ответ: К конкурентным преимуществам низкого ранга относятся сырье, дешевая рабочая сила и масштабы производства. Они легкодоступны конкурентам и широко распространены.

Вопрос 7. Что относится к основным сферам принятия решений в маркетинговой коммуникации?

Ответ: выбор стратегии сбытовой коммуникации, стратегии по выбору коммуникативных каналов, стратегии по охвату целевого рынка, стратегии коммуникации при выходе на рынок/рынки.

Вопрос 8. Какие цели создания плана маркетинга?

Ответ: систематизация, формальное описание идей руководителей компании, донесение их до сотрудников, установление целей маркетинга, обеспечение контроля их достижения, концентрация и разумное распределение ресурсов фирмы.

Вопрос 9. Перечислите последовательность разделов плана маркетинга.

Ответ: основные итоги деятельности за предыдущий период, анализ и прогноз развития экономики и целевого рынка, выдвигаемые цели преимущественно в количественном выражении с выделением главной цели, стратегии поведения предприятия на рыночных сегментах, мероприятия товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политик с указанием ответственных исполнителей и сроков выполнения, бюджетный план маркетинга (маркетинговый бюджет).

Вопрос 10. Вам нужно выбрать каналы распространения рекламы. Какие критерии будете анализировать?

Ответ: Охват, доступность, стоимость, авторитетность, аудиторию.

Вопрос 11. В чем разница между традиционной и современной концепциями маркетинга?

Ответ: В традиционной концепции маркетинг является дополнительным инструментом, его применение ограничено продажами и распространением товара. В современной концепции маркетинг является одним из главных инструментов компании, так как основной капитал компании – потребитель.

Вопрос 12. Перечислите виды сегментации.

Ответ: сегментирование потребительского рынка, сегментирование по географическому признаку, по демографическому признаку, по отношению к товару, по стилю потребления, по психографическому признаку, по операционному признаку.

Вопрос 13. Перечислите стратегии позиционирования товара или услуги.

Ответ: позиционирование по атрибуту, по выгоде, по цене, конкурентное позиционирование, позиционирование по категории, позиционирование по потребителю.

Вопрос 14. Какие преимущества и недостатки ABC-анализа вы знаете?

Ответ: ABC-анализ является универсальным маркетинговым инструментом, поэтому с его помощью анализируют товары компании, клиентов, персонал, поставщиков. Простота этого метода классификации ресурсов и адаптивность позволяют применять его в разных сферах бизнеса. ABC-анализ помогает более точно прогнозировать спрос и избежать лишних расходов на производство, а также хранение продукции. Он предоставляет возможность усовершенствовать стратегию ценообразования, оптимизировать ресурсы и финансовые затраты, повысить эффективность управления запасами. К минусам ABC-анализа относят следующие факторы:

- необходимость регулярного проведения анализа;
- неточность, поскольку не предоставляет полной картины.

Вопрос 15. В чем суть CRM-маркетинга и какие его основные инструменты?

Ответ: CRM маркетинг — это бизнес-подход, который подразумевает анализ, контроль и улучшение взаимоотношений с клиентами. Такая работа требует использования CRM-системы — программного обеспечения для автоматизации взаимодействия с пользователями.

Вопрос 16. Дайте характеристику методу custdev

Ответ: Метод custdev был предложен предпринимателем Стивом Бланком, который говорил, что прежде, чем разработать продукт, необходимо убедиться в правильном определении потребности. Только так можно создать товар или услугу, решающую проблему целевой аудитории.

Custdev помогает создавать и развивать продукт не на основании собственных предположений, а на основании мнений и взглядов потенциальных клиентов. Для этого проводят глубинные интервью, создают опросы, запускают A/B тестирование. В классической версии методология customer development описывает весь путь построения стартапа.

Вопрос 17. Зачем и как считать показатель LTV? Как его увеличить?

Ответ: LTV или Lifetime Value (с англ. пожизненная ценность клиента) — это показатель прибыли, которую компания получает за все время взаимодействия с конкретным покупателем. Удержание существующих клиентов обходится компании в несколько раз дешевле, чем привлечение новых. $LTV = \text{прибыль от клиента} - \text{расход на его привлечение и удержание}$. Низкий уровень LTV, в первую очередь, обусловлен плохим качеством товаров и обслуживания, слабой конкурентоспособностью, недостаточно продуманной коммуникацией.

Вопрос 18. О чем нам говорит метрика CSI?

Ответ: Метрика CSI позволяет исследовать удовлетворенность потребителя в разных направлениях. С помощью этого показателя компании узнают, насколько покупатели довольны взаимодействием с брендом, ценовой политикой, ассортиментом, качеством товара или услуги.

Этот показатель отражает мнение пользователей в числовом эквиваленте. Он помогает выявить слабые стороны комплекса маркетинга, оценить качество обслуживания, проанализировать удовлетворенность покупателей в разных сегментах целевой аудитории. CSI позволяет узнать не только отношение клиентов к компании и характеристикам продукта, но и понять, насколько эти характеристики важны для них.

Вопрос 19. В чем суть RFM-анализа в маркетинге?

Ответ: Это подход в маркетинге, который предполагает сегментацию базы клиентов на основании давности, частоты и суммы покупок. RFM анализ позволяет отслеживать покупательскую активность клиентов, а также выявлять группы наиболее и наименее лояльных покупателей. Собранный информация помогает увидеть, кто приносит компании наибольшую, а кто наименьшую прибыль. Согласно закону Парето, 80% прибыли компании приносит всего 20% клиентов. Поэтому, выявив этих покупателей, вы сможете сосредоточить свои маркетинговые усилия на повышении их уровня удержания и LTV.

Вопрос 20. Какие методы составления бюджета маркетинга вы знаете?

Ответ: Планировать бюджет маркетинга можно следующими способами.

- Отталкиваясь от целевой прибыли, то есть планировать бюджет так, чтобы достичь желаемых показателей.
- Исходя из оптимизации прибыли, то есть так, чтобы предприятие не только получало стабильных доход, но и росло в желаемом темпе.
- Основываясь на прогнозах. Для этого нужно проводить маркетинговые исследования и анализ. В итоге компания получает комплекс показателей, на основании которых можно составить более точный маркетинговый план.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

"зачтено" - верно выполнено более 50% заданий; "не зачтено" - верно выполнено 50% и менее 50% заданий;

"отлично" - верно выполнено 85-100% заданий; "хорошо"-верно выполнено 70-84% заданий;

"удовлетворительно" - верно выполнено 51-69% заданий; "неудовлетворительно" - верно выполнено 50% или менее 50% заданий.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ.

«Отлично» (зачтено): Ответ полный, развернутый. Вопрос точно и исчерпывающе передан, терминология сохранена, студент превосходно владеет основной и дополнительной литературой, ошибок нет.

«Хорошо» (зачтено): Ответ полный, хотя краток, терминологически правильный, нет существенных недочетов. Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.

«Удовлетворительно» (зачтено): Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.

«Неудовлетворительно» (не зачтено): Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен. Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ ПК-4: Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Из чего складывается индекс благосклонности медиа?

- а. это соотношение лояльных и нелояльных представителей СМИ
- б. это соотношение позитивных упоминаний негативных упоминаний.
- в. это соотношение лояльных и нелояльных представителей ЦА
- г. это соотношение лояльных и нелояльных стейкхолдеров

Ответ: б

Вопрос 2. Индекс медиапристутствия – это...

- а. относительный показатель, характеризующий динамику позиционирования объекта исследования в СМИ во временной ретроспективе.
- б. Относительный показатель, отражающий долю сообщений с упоминанием объекта в общем массиве публикаций, принятом за базу.
- в. показатель в социальных медиа, измеряющий количество комментариев и постов посетителей сайта.
- г. показатель, отражающий деятельность лидеров мнения, выступающих в роли посредников. см. лидер мнений

Ответ: а

Вопрос 3. Индекс общения – это...

- а. показатель, отражающий деятельность лидеров мнения, выступающих в роли посредников. см. лидер мнений
- б. показатель в социальных медиа, измеряющий количество комментариев и постов посетителей сайта.
- в. фиксируемый измеримый результат проводимой кампании.
- г. процесс определения критериев/параметров для анализа базы публикаций и простановки значений этих параметров для каждой из совокупности публикаций.

Ответ: б

Вопрос 4. Индекс соответствия целевой аудитории – это...

- а. относительный показатель, отражающий «профильность» выбранного носителя рекламной кампании по отношению к заданной целевой аудитории.
- б. относительный показатель, отражающий какую долю занимают упоминания компании в потоке публикаций целевой аудитории.
- в. показатель значимости объекта рекламирования для целевой аудитории.
- г. качественная характеристика, которая отражает настроение аудитории.

Вопрос 5. Метод качественно-количественного изучения содержания сообщений с целью получения достоверной информации о социальной реальности – это...

- а. концепт-анализ
- б. контент-анализ
- в. дискурс-анализ
- г. интертекстуальный анализ

Ответ: б

Вопрос 6. Метод исследований текстов сообщений, где имена, понятия, образы выделяют в качестве одного из основных объектов исследований – это..

- а. концепт-анализ
- б. контент-анализ
- в. дискурс-анализ
- г. интертекстуальный анализ

Ответ: а

Вопрос 7. Совокупность правил, принципов и практических методов по формированию модели восприятия объекта (явления, события) через СМИ - это

- а. информационная политика
- б. коммуникационная политика
- в. редакционная политика

Ответ: а

Вопрос 8. Информация, которая должна быть донесена до целевой аудитории, либо степень изменения в знаниях, которая должна быть достигнута по завершению PR-кампании -

- а. цель коммуникационной политики
- б. информационная цель
- в. цель PR-компании
- г. цель информационной политики

Ответ: б

Вопрос 9. Исследование, целью которого является глубокий анализ конкретных случаев и вопросов – это...

- а. контент-анализ
- б. качественное исследование
- в. количественное исследование
- г. кластерный анализ

Ответ: б

Вопрос 10. Относительный показатель, характеризующий качество коммуникации, сложившееся информационное поле вокруг субъекта коммуникации –это...

- а. медиополе
- б. индекс участия
- в. качество медиополя
- г. индекс цитирования

Ответ: в

Вопрос 11. Мониторинговый продукт, включающий подборку статей из СМИ по установленным формальным критериям (упоминаемость ключевых слов и др.) -

- а. контент-анализ
- б. пресс-клиппинг
- в. кластерный анализ
- г. дискурс-анализ

Ответ:б

Вопрос 12. Данные об эффективности PR-кампании, оцененной по заранее заданным критериям, таким как продажи, количество запросов, кликов, комментариев, посетителей - и т.п. – это...

- а. Key Point
- б. KPI
- в. Key Message
- г. Cross-post

Ответ: б

Вопрос 13. Основные идеи и понятия, лежащие в основе PR-кампании, которые должны получить одобрение и поддержку со стороны третьих лиц.

- а. Key Point
- б. KPI
- в. Key Message
- г. Cross-post

Вопрос 14. Определение чего позволяет определить, какую информацию целевая аудитория должна знать или в какой степени должны претерпеть изменения представления о бренде/услуге по завершении PR-кампании или программы?

- а. коммуникационной задачи
- б. коммуникационной цели
- в. коммуникационной стратегии
- г. коммуникационной тактики

Ответ: а

Вопрос 15. Ситуационный анализ, предполагающий полное и системное изучение эффективности PR-отношений организации с основными внешними и внутренними аудиториями - это

- а. SWOT-анализ
- б. коммуникационный аудит
- в. seo-аудит
- г. контент-анализ

Ответ: б

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. В чем суть оценочного исследования?

Ответ: форма исследования, при помощи которой относительная результативность PR-кампании или программы определяется посредством измерения ее последствий, в том числе когнитивных изменений (уровней узнаваемости, знания и/или понимания), аффективных изменений (отношения, мнений) и/или коннотативных изменений (моделей поведения) целевой аудитории или общественной группы. При измерении производится сравнение с заранее определенным набором целей, которые изначально задают желаемый уровень или степень предполагаемых изменений.

Вопрос 2. В чем особенность панельных исследований, и какие компании в России их проводят?

Ответ: Это наблюдение за одними и теми же лицами и объектами с неоднократным измерением результатов; – тип исследования, в котором группа лиц специально подбирается исследовательской компанией исходя из присущих им демографических характеристик с целью проведения по заказу клиентов неоднократных опросов, связанных с широким набором тем, за определенный период времени.

Вопрос 3. Опишите термин «поведенческая цель» и приведите пример для PR-компании.

Ответ: Это цель, которая определяет ожидаемый конечный результат PR-кампании или программы с точки зрения особенностей поведения. Показатель, поддающийся измерению, поскольку представляет собой желаемое поведение целевой аудитории (например, PR-последствия)

Вопрос 4. Что значит позиционирование в PR?

Ответ: Это показатель, объединяющий ряд характеристик публикации, которые оказывают определенное влияние на имидж бренда или компании: отбор фактов, вариант подачи информации, стилистика текста. Оценивается по шкале «враждебное – фактологическое благоприятное». «Благоприятность» и «враждебность» определяются субъективно в зависимости от того, вызывает контекст, в котором упоминается объект, позитивные либо негативные эмоции в отношении объекта.

Вопрос 5. В чем особенность поискового исследования?

Ответ: Это форма исследования, нацеленная на установление базовых отношений, мнений и моделей поведения конкретной исследуемой совокупности или выборки либо фактов о ней. Обычно носит индуктивный характер и предполагает проведение многочисленных измерений совокупности, выборки или данных.

Вопрос 6. Что значит «показатель оптимального контента»?

Ответ: Это композитный показатель, вычисляемый путем соотношения числа желательных и нежелательных сообщений. Нужно определить характеристики «идеального сообщения» о компании или бренде в соцмедиа (например, позитивный эмоциональный тон, наличие ссылки на сайт компании, прямая цитата представителя компании и т.д.). Затем нужно определить характеристики противоположной публикации, наиболее нежелательной. После этого каждый пост и комментарий с упоминанием компании оценивается в соответствии с установленными характеристиками по шкале от +1 до -1.

Вопрос 7. В чем особенность порядковых данных?

Ответ: Это данные, представляющие собой категории, отличающиеся друг от друга по названию и подлежащие ранжированию; взаимно исчерпывающие и взаимоисключающие, упорядоченные данные; категорийные данные (например, доход как категория: до 30 тыс., от 30 до 50 тыс. и т.п.)

Вопрос 8. Прогнозирование как вид исследования имеет свои особенности. Опишите их.

Ответ: Предметом такого исследования выступают перспективы развития явления. Прогнозирование не сводится к созданию определенной картины будущего, а предполагает учет вариантности развития явлений и оценку перспектив создания модели в соответствии с ожидаемым или желаемым.

Вопрос 9. Какие данные может включать в себя профиль пользователя?

Ответ: Может включать в себя как личные данные (биографические сведения, интересы, образование и т.д.), так и статистическую информацию (дата регистрации, число постов и комментариев и т.д.).

Вопрос 10. Как используется регрессия в PR-деятельности?

Ответ: Регрессия – это зависимость среднего значения одной величины от другой величины (парная регрессия) или от нескольких величин (множественная регрессия). Применяется как статистический метод предсказания PR-последствий на основе одной переменной PR-последствий (зависимой) и одного или нескольких прогностических параметров (независимых).

Вопрос 11. На основе каких показателей рассчитывается рейтинг лояльности журналистов?

Ответ: Рейтинг лояльности журналистов определенному бренду/компании учитывает сфокусированность на бренде, эмоциональный тон, жанр публикаций, спикерскую активность.

Вопрос 12. На основе каких показателей рассчитывается уровень лояльности СМИ?

Ответ: Рейтинг лояльности СМИ определенному бренду/компании учитывает количество и благоприятность высказываний о компании (бренде), а также уровень СМИ.

Вопрос 13. Что такое репрезентативность и какое она имеет значение для медиааналитики?

Ответ: Это степень соответствия количественных характеристик, полученных в результате выборочного наблюдения, характеристикам, свойственным всей генеральной совокупности.

Вопрос 14. Опишите, как понимаете, что такое репутационный драйвер.

Ответ: Это одно из ключевых направлений коммерческой или социальной деятельности компании.

Репутационный драйвер определяет соответствующие тематические категории, позволяющие кластеризовать публикации и произвести оценку медиаактивности субъекта коммуникации по ключевым для него направлениям деятельности.

Вопрос 14. В чем суть метода семантического дифференциала?

Ответ: Это методика шкалирования, замеряющая отношение респондента при оценке объекта с использованием биполярных прилагательных или фраз, между которыми расположен нечётный диапазон интервалов. Координатами объекта в семантическом пространстве служат его оценки по ряду биполярных градуированных (трех-, пяти-, семибалльных) оценочных шкал, противоположные полюса

которых заданы с помощью вербальных антонимов. Эти шкалы отобраны из множества пробных шкал методами факторного анализа.

Вопрос 15. В чем суть ситуационного анализа?

Ответ: Это метод политического, экономического или коммуникативного анализа, базирующийся на системном подходе, позволяющем рассматривать сочетания условий и обстоятельств относительно заверщенного процесса. Позволяет обоснованно определить пространственные, временные и информационные границы ситуации; выявить ключевых субъектов и охарактеризовать их с точки зрения их действий, ресурсов, типовых стратегий.

Вопрос 16. Что относится к СМИ?

Ответ: газеты, деловые и популярные журналы и другие печатные СМИ, а также радио, телевидение и интернет, пресс-релизы компаний, ленты новостных агентств, государственные информационные бюллетени, брошюры, веб-страницы и форумы.

Вопрос 17. В чем суть техники спонтанной известности? Составьте пример (1-2 вопроса).

Ответ: Опросная техника, фиксирующая уровень знания объекта среди целевой аудитории, при условии отсутствия подсказок, описаний и т.д.

Вопрос 18. Что значит среднее качество медиаполя и как рассчитывается?

Ответ: Это среднее качество одной публикации по массиву. Может рассчитываться по отдельным инфоповодам, источникам, группам источников, видам, типам СМИ и т.д.

Вопрос 19. Что такое цель в контексте PR?

Ответ: Это PR-последствия, поддающиеся измерению; четкое и ясное утверждение о намерениях, которое соответствует коммуникативной стратегии компании и у которого есть целевая аудитория и предполагаемый эффект (желаемый уровень изменений, а также определенные сроки, в которые эти изменения должны произойти). Существует в трех видах: информационная (познания), мотивационная (отношения/взгляды) и поведенческая (действия) цель.

Вопрос 20. Что такое «экспертная выборка»? На основе чего она формируется?

Ответ: тип детерминированной выборки, при которой отбор происходит на основании особых знаний, социального положения или черт характера испытуемых, а также других значимых для исследования факторов.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАКРЫТЫХ ВОПРОСОВ:

Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

- «зачтено» – верно выполнено более 50% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 50% и менее 50% заданий;
- «отлично» – верно выполнено 85-100% заданий; «хорошо» – верно выполнено 70-84% заданий; «удовлетворительно» – верно выполнено 51-69% заданий; «неудовлетворительно» – верно выполнено 50% или менее 50% заданий.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ.

- «Отлично» (зачтено): Ответ полный, развернутый, вопрос раскрыт, ошибок нет.
- «Хорошо» (зачтено): Ответ полный, но краткий, терминологически правильный, нет существенных недочетов. Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.
- «Удовлетворительно» (зачтено): Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.
- «Неудовлетворительно» (не зачтено): Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен. Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Не предусмотрено.

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра зачета с оценкой. Обучающиеся, не получивших зачет по результатам текущей успеваемости, организуется зачет в форме письменного опроса по всему изученному курсу. Контрольно-измерительный материал для письменного опроса формируется из заданий открытого типа текущего контроля, размещенных в Контрольных вопросах и заданиях для проведения текущей аттестации по дисциплины, а также заданий текущего контроля в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ». Количество заданий в письменном опросе для промежуточной

аттестации - 5.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:

- «Отлично» (зачтено): Ответ полный, развернутый, вопрос раскрыт, ошибок нет.
- «Хорошо» (зачтено): Ответ полный, но краткий, терминологически правильный, нет существенных недочетов. Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.
- «Удовлетворительно» (зачтено): Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.
- «Неудовлетворительно» (не зачтено): Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен. Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Чумиков А.Н., Бочаров М.П.	Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник	М.: Инфра-М, 2018	http://znanium.com/catalog/product/952106
Л1.2	Коноваленко В. А., Коноваленко М. Ю., Швед Н. Г.	РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ: ВВЕДЕНИЕ В СПЕЦИАЛЬНОСТЬ. Учебник для бакалавров: Гриф УМО ВО	М.:Издательство Юрайт, 2019	https://biblio-online.ru/book/A9460928-9A33-4717-989A-48ED308DC7E5
Л1.3	Федотова, Л. Н.	Реклама: теория и практика: учебник для вузов	Москва : Издательство Юрайт, 2022	URL: https://urait.ru/bcode/489371
Л1.4	Москалев С. М., Виноградова Т. Г., Семилетова Я. И.	Связи с общественностью в органах власти: учеб. пособие	Санкт-Петербургский государственный аграрный университет, 2021	https://e.lanbook.com/book/191396
Л1.5	Поляков В.А.	Реклама: разработка и технологии производства:	Юрайт, 2023	https://urait.ru/book/reklama-razrabotka-i-tehnologii-proizvodstva-517937

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

	Название	Эл. адрес
Э1	Клуб специалистов PR	www.pr-club.com
Э2	HeadHunter	http://www.hh.ru
Э3	HR-менеджмент	http://www.hrm.ru/
Э4	Сайт библиотеки АлтГУ	www.ib.asu.ru
Э5	Внутренние коммуникации	inside-pr.ru

Э6	Журнал "Пресс-служба"	www.press-service.ru
Э7	ТиПСОиР 1 курс	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=4070
Э8	ТиПСОиР 2 курс (Внутрикорпоративный PR)	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=1696
Э9	ТиПСОиР 2 курс (Антикризисный PR)	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=1654
Э10	ТиПСОиР 3 курс (Рекламные и PR-кампании)	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=4070

6.3. Перечень программного обеспечения

Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно);
Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно);
Chrome (<http://www.chromium.org/chromium-os/licenses>), (бессрочно);
7-Zip (<http://www.7-zip.org/license.txt>), (бессрочно);
AcrobatReader
(http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно);
ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (<https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/>), (бессрочно);
LibreOffice (<https://ru.libreoffice.org/>), (бессрочно);
Веб-браузер Chromium (<https://www.chromium.org/Home/>), (бессрочно);
Антивирус Касперский (<https://www.kaspersky.ru/>), (до 23 июня 2024);
Архиватор Ark (<https://apps.kde.org/ark/>), (бессрочно);
Okular (<https://okular.kde.org/ru/download/>), (бессрочно);
Редактор изображений Gimp (<https://www.gimp.org/>), (бессрочно)

6.4. Перечень информационных справочных систем

Информационно-правовой портал «Гарант» (<http://garant.ru>)
«КонсультантПлюс» (<http://consultant.ru>)
Электронная база данных «Scopus» (<http://www.scopus.com>)
Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (<http://elibrary.asu.ru/>)
Научная электронная библиотека elibrary (<http://elibrary.ru>)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица

Аудитория	Назначение	Оборудование
307Д	лаборатория проектирования интегрированных коммуникаций кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 19 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; телевизор: HD Samsung 22"; учебные пособия; плакаты; наглядные пособия; презентационные материалы
320Л	медиаотека, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции и практические занятия, а также самостоятельную работу. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоновку новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и

представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует:

руководствоваться графиком самостоятельной работы, выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов.

Зачет с оценкой. Подготовка к зачету с оценкой ведется на основе полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы. При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеются теоретические вопросы и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Управление репутацией рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	6
аудиторные занятия	42		
самостоятельная работа	39		
контроль	27		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	3 (6)		Итого	
	Неделя 17			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	18	18	18	18
Практические	24	24	24	24
Сам. работа	39	39	39	39
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
к.филол.н., доцент, Валулина Е.В.

Рецензент(ы):
Василенко И.В.

Рабочая программа дисциплины
Управление репутацией

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Срок действия программы: 2023-2027 уч. г.

Заведующий кафедрой
Ковалева Алла Владимировна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Заведующий кафедрой *Ковалева Алла Владимировна*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Целью являются формирование у студентов представления об основах построения деловой репутации, выявление основных задач и функций управления репутацией. В результате обучения студенты осваивают алгоритм проведения репутационного аудита организации, проведения мониторинга информационного пространства вокруг организации, для создания информационной основы репутации компании.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.01

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-4	Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.
ПК-4.1	Знает технологии разработки, реализации и продвижения коммуникационных проектов; особенности создания коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес структур
ПК-4.2	Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы по созданию, реализации и продвижению коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать современные ИКТ, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты для разработки и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-4.3	Владеет навыками разработки концепции создания, реализации и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес структур; навыками представления проектов решений по продвижению продукции СМИ руководству организации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	основные понятия репутационного менеджмента; основные задачи управления репутацией; основные понятия, категории и инструменты проведения репутационного аудита; основные подходы и принципы формирования нужного информационного пространства; инструменты мониторинга СМИ.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	анализировать результаты трудовой деятельности, корректировать репутационную политику организации, развивать толерантность сотрудников.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками аргументации при выборе стратегии формирования и поддержания репутации.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Управление репутацией						
1.1.	Понятие деловой репутации	Лекции	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.2.	Понятие деловой репутации	Практические	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.3.	Понятие деловой репутации	Сам. работа	6	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.4.	Понятие цифровой репутации	Лекции	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.5.	Понятие цифровой репутации	Практические	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.6.	Понятие цифровой репутации	Сам. работа	6	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.7.	Параметры деловой репутации	Лекции	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.8.	Параметры деловой репутации	Практические	6	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.9.	Параметры деловой репутации	Сам. работа	6	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.10.	Создание информационной основы репутации	Лекции	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.11.	Создание информационной основы репутации	Практические	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.12.	Создание информационной основы репутации	Сам. работа	6	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.13.	Технология проведения репутационного аудита	Лекции	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.14.	Технология проведения репутационного аудита	Практические	6	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.15.	Технология проведения репутационного аудита	Сам. работа	6	5	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.16.	Технологии управления деловой репутацией компании	Лекции	6	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.17.	Технологии управления деловой репутацией компании	Практические	6	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.18.	Технологии управления деловой репутацией компании	Сам. работа	6	6	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.19.	Технологии управления деловой репутацией руководителя	Лекции	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.20.	Технологии управления деловой репутацией руководителя	Практические	6	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.21.	Технологии управления деловой репутацией руководителя	Сам. работа	6	6	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.22.	Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации	Лекции	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.23.	Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации	Практические	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.24.	Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации	Сам. работа	6	6	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ» – <https://portal.edu.asu.ru/login/index.php>ПК-4

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

ПК-4: Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Что такое социальное окружение человека?

- а) это часть окружающего мира человека, состоящая из людей, общественных и государственных структур, организаций, с которыми человек непосредственно контактирует в повседневной жизни
- б) это семья, учебные группы и трудовые коллективы, отдельные компании по интересам, хобби, спорту и пр.
- в) это система социально-культурных отношений, которые формируют репутацию человека с момента его рождения

ОТВЕТ: а

Вопрос 2. Верно ли утверждение, что социальное окружение человека невозможно изменить:

- а) Да
- б) НЕТ

ОТВЕТ: б

Вопрос 3. Верно ли утверждение, что невозможно изменить социальное окружение человека на макроуровне:

- а) да, но только на микроуровне
- б) да, но только на макроуровне
- в) Нет

ОТВЕТ: в

Вопрос 4. Что такое целевая аудитория в Сети?

- а) это аудитория потенциальных потребителей информации о конкретном цифровом объекте или

субъекте, которые пользуются Интернетом.

б) это ближайший круг вашего сетевого общения, ограниченный теми пользователями, которые знают вас в реальной жизни

в) это аудитория форумов, групп в соцсетях и других сетевых площадок, где вы появляетесь чаще всего.

ОТВЕТ: а

Вопрос 5. Какова ваша потенциальная сетевая аудитория?

а) меньше 50 пользователей

б) больше тысячи пользователей

в) . больше нескольких тысяч пользователей

г) 92,8 миллионов пользователей Рунета

д) 4,5 миллиарда пользователей Сети

ОТВЕТ: д

Вопрос 6. Для чего используют методику 5W?

а) Чтобы сегментировать свою целевую аудиторию

б) Чтобы найти географическую привязку для своей целевой аудитории В. Чтобы выделить гендерную принадлежность своей целевой аудитории

в) Чтобы отделить лояльную аудиторию от пассивных «спящих» клиентов

ОТВЕТ: а

Вопрос 7. Верно ли утверждение, что целевая аудитория каждого пользователя Сети уникальна?

а) Да

б) Нет

ОТВЕТ: а

Вопрос 8. Автор концепции «свобода как познанная необходимость»:

а) Аристотель;

б) Гегель;

в) Кант;

г) Сартр.

ОТВЕТ: б

Вопрос 9. В рамках западной европейской культуры первостепенное внимание уделяется следующим этическим нормам:

а) польза, выгода, трудолюбие;

б) справедливость, добро, благо;

в) честь, свобода, вера.

ОТВЕТ: б

Вопрос 10. Виды барьеров общения (четыре правильных ответа):

а) межъязыковые;

б) мировоззренческие;

в) психологические;

г) соматические;

д) социальные;

е) технические;

ОТВЕТ: а,в,д,е

Вопрос 11. Выделите принцип, на котором не может быть основано деловое общение:

а) доброжелательность;

б) порядочность;

в) тактичность;

г) уважительность;

д) эгоизм

ОТВЕТ: д

Вопрос 12. Прямое деловое общение характеризуется:

а) ответными реакциями собеседников

б) общением в пределах видимости

в) непосредственным речевым контактом

ОТВЕТ: в

Вопрос 13. Во многих случаях, имидж — это результат умелой ориентации в конкретной ситуации, а именно правильного выбора своей:

- а) модели поведения
- б) заинтересованности в отношениях с другими
- в) способности к общению

ОТВЕТ: а

Вопрос 14. Акцент в подтверждающих вопросах делают на:

- а) наиболее сложной проблеме
- б) вновь возникших вопросах
- в) том, что связывает партнеров

ОТВЕТ: в

Вопрос 15. При авторитарном стиле ведения совещания руководитель:

- а) допускает возражения
- б) уверенно держит бразды правления
- в) ищет поддержку среди коллег

ОТВЕТ: б

Вопрос 16. Хорошая репутация бизнесмена базируется, в первую очередь, на профессионализме и:

- а) вежливости
- б) привлекательном имидже
- в) деловой обязательности

ОТВЕТ: в

Вопрос 17. Цель формального приема в начале переговоров:

- а) создать атмосферу взаимопонимания
- б) высказать точку зрения своей стороны
- в) выслушать точку зрения партнеров

ОТВЕТ: а

Вопрос 18. В деловой этике осознание невозможности немедленного преодоления слабости партнера, его недостатков — это проявление принципа:

- а) сознательности
- б) постепенности
- в) терпимости

ОТВЕТ: в

Вопрос 19. Коммуникативная сторона общения:

- а) взаимопонимание участников общения
- б) обмен информацией между людьми
- в) организация взаимодействия между людьми

ОТВЕТ: б

Вопрос 20. Стратегия мягкого подхода к переговорам состоит в том, чтобы:

- а) избегать конфронтации
- б) избегать личных оскорблений
- в) мягко, но неуклонно отстаивать свою позицию

ОТВЕТ: а

Вопрос 21. Деловая этика представляет собой:

- а) личное поведение человека
- б) совокупность принципов поведения людей
- в) деловые отношения предпринимателей

ОТВЕТ: б

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

- «зачтено» – верно выполнено более 50% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 50% и менее 50% заданий;
- «отлично» – верно выполнено 85-100% заданий; «хорошо» – верно выполнено 70-84% заданий;

«удовлетворительно» – верно выполнено 51-69% заданий; «неудовлетворительно» – верно выполнено 50% или менее 50% заданий.

ВОПРОСЫ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Ценностные характеристики (такие как аутентичность, ответственность и порядочность), вызываемые корпоративным имиджем, сложившемся у человека.

ОТВЕТ: Корпоративная репутация

Вопрос 2. Приобретаемая кем-либо или чем-либо общественная оценка, общее мнение о качествах, достоинствах и недостатках кого-либо или чего-либо

ОТВЕТ: Репутация

Вопрос 3. Это уровень доверия сотрудников, клиентов и партнеров к компании.

ОТВЕТ: Деловая репутация

Вопрос 4. Это образ организации, пользователя или публичного лица, который складывается из упоминаний в Интернете.

ОТВЕТ: Цифровая репутация

Вопрос 5. Совокупность норм литературного произношения называют

ОТВЕТ: орфоэпией

Вопрос 6. Языковое оформление мысли без ее высказывания называют такой речью

ОТВЕТ: внутренней

Вопрос 7. Деловая репутация характеризуется рядом специфических особенностей: Перечислите не менее 3х из них.

ОТВЕТ: Не имеет материальной субстанции; Является одним из наиболее показательных критериев оценки работы топ-менеджеров (характеризует приращение стоимости фирмы); абсолютно уникальна отчуждаема от фирмы; не может непосредственно использоваться в производственно-коммерческой деятельности; неочевидна в плане идентификации расходов на формирование данного ресурса; объективно оценивается лишь при определенных обстоятельствах; исключительно вариабельно в оценке по сравнению с другими активами; является одним из ключевых показателей в оценке инвестиционной привлекательности фирмы

Вопрос 8. Перечислите основные финансовые компоненты деловой репутации

ОТВЕТ: Привлекательность для инвесторов темпы экономического роста; финансовая стабильность

Вопрос 9. Перечислите основные стили руководства

ОТВЕТ: Либеральный, Демократический, Авторитарный

Вопрос 10. Игнорирование конфликта – это ... путь разрешения конфликта

ОТВЕТ: прямой

Вопрос 11. Дайте определение понятию имидж

ОТВЕТ: совокупность представлений, сложившихся в общественном мнении о том, как должен вести себя человек в соответствии со своим статусом

Вопрос 12. Дайте определение понятию репутация

ОТВЕТ: закрепившееся определённое мнение о человеке или группе людей.

Вопрос 13. Дайте определение понятию имиджиология

ОТВЕТ: это наука о построении имиджа, выделяющая основные аспекты обаятельного облика.

Вопрос 14. Перечислите основные виды имиджа

ОТВЕТ: индивидуальный, групповой, предметный)

Вопрос 15. Дайте определение понятию имидж руководителя

ОТВЕТ: то его образ, устойчивое представление об отличительных или исключительных характеристиках, придающих ему особое своеобразие и выделяющих его из ряда других руководителей.

ОТВЕТ:16. Это система добровольно воспринимаемых персоналом фирмы ценностей, убеждений,

принципов и правил взаимоотношения сотрудников.

ОТВЕТ: Философия фирмы

Вопрос 17. Расшифруйте аббревиатуру ORM

ОТВЕТ: правление репутацией в интернете

Вопрос 18. Расшифруйте аббревиатуру SERM

ОТВЕТ: управление репутацией в поисковой выдаче

Вопрос 19. ORM , SERM. Какое понятие шире и почему

ОТВЕТ: Поисковая выдача — лишь небольшая часть интернета. Поэтому стратегия SERM — это часть стратегии управления репутацией.

20. Специальный маршрут или технология, используемая для передачи сообщения получателю.

ОТВЕТ: канал коммуникации)

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ.

«Отлично» (зачтено): ответ полный, развернутый. Вопрос точно и исчерпывающе передан, терминология сохранена, студент превосходно владеет основной и дополнительной литературой, ошибок нет.

«Хорошо» (зачтено): ответ полный, хотя краток, терминологически правильный, нет существенных недочетов. Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.

«Удовлетворительно» (зачтено): ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.

«Неудовлетворительно» (не зачтено): Не использована специальная терминология. ответ в сущности неверен. Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

1. Определения понятий «имидж» и «репутация».
2. Составляющие корпоративного имиджа. Понятие и объекты имиджа и репутации.
3. Имидж и репутация в менеджменте. Виды имиджа.
4. Имидж руководителя. Имидж сотрудника. Имидж организации.
5. Корпоративная культура как основа для построения репутации
6. Имидж и репутация организации.
7. Структура репутации компании.
8. Корпоративная репутация.
9. Репутация и миф.
10. Понятие репутационного статуса компании.
11. Технологии формирования корпоративного имиджа и репутации.
12. Философия фирмы.
13. Корпоративная социальная ответственность в программах управления репутацией
14. Имидж фирмы, репутация и брендинг.
15. Методы исследования репутации (репутационный аудит)/
16. Параметры корпоративной репутации.
17. Понятие репутационной устойчивости.
18. Потребитель как эксперт оценки качества продуктов и оценки брендов.
19. Роль опросов экспертных групп в оценке репутации.
20. Общественность как объект управления репутацией.
21. Методы мониторинга репутации PR-объекта в разных группах общественности.
22. Роль средств массовой коммуникации в формировании репутации.
23. Структура и правила подготовки пресс-релиза.
24. Понятие и типология каналов коммуникации в PR.
25. Функции и правила организации PR-презентаций.
26. Методы МІСЕ в формировании репутации: выставки, ярмарки, конференции, семинары.
27. Методы управления репутацией и ее изменения
28. Маркетинговые стратегии формирования репутации.
29. Позиционирование: понятие и способы оптимизации.
30. Позиционирование в структуре формирования репутации.

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении экзамена по всему изученному курсу. Экзамен проводится в устной форме по билетам. В билете представлено 2 вопроса теоретического характера.

1. Определения понятий «имидж» и «репутация».
2. Составляющие корпоративного имиджа. Понятие и объекты имиджа и репутации.
3. Имидж и репутация в менеджменте. Виды имиджа.
4. Имидж руководителя. Имидж сотрудника. Имидж организации.
5. Корпоративная культура как основа для построения репутации
6. Имидж и репутация организации.
7. Структура репутации компании.
8. Корпоративная репутация.
9. Репутация и миф.
10. Понятие репутационного статуса компании.
11. Технологии формирования корпоративного имиджа и репутации.
12. Философия фирмы.
13. Корпоративная социальная ответственность в программах управления репутацией
14. Имидж фирмы, репутация и брендинг.
15. Методы исследования репутации (репутационный аудит)/
16. Параметры корпоративной репутации.
17. Понятие репутационной устойчивости.
18. Потребитель как эксперт оценки качества продуктов и оценки брендов.
19. Роль опросов экспертных групп в оценке репутации.
20. Общественность как объект управления репутацией.
21. Методы мониторинга репутации PR-объекта в разных группах общественности.
22. Роль средств массовой коммуникации в формировании репутации.
23. Структура и правила подготовки пресс-релиза.
24. Понятие и типология каналов коммуникации в PR.
25. Функции и правила организации PR-презентаций.
26. Методы МІСЕ в формировании репутации: выставки, ярмарки, конференции, семинары.
27. Методы управления репутацией и ее изменения
28. Маркетинговые стратегии формирования репутации.
29. Позиционирование: понятие и способы оптимизации.
30. Позиционирование в структуре формирования репутации.

Оценка «Отлично» выставляется студентам, показавшим глубокое знание теоретической части темы, умение проиллюстрировать изложенное примерами, полно и подробно ответившим на вопросы практического занятия, способным самостоятельно формулировать вопросы по темам практического занятия.

Оценка «Хорошо» выставляется студентам, показавшим глубокое знание теоретических вопросов, полностью ответившим на вопросы практического занятия, но допустившим при ответах незначительные ошибки, указывающие на наличие несистематичности и пробелов в знаниях.

Оценка «Удовлетворительно» выставляется студентам, показавшим знание основных положений теории при наличии существенных пробелов в деталях, испытывающим затруднения при практическом применении теории, допустившим существенные ошибки при ответах на вопросы практического занятия, но показавшим знание структуры основного учебно-программного материала.

Оценка «Неудовлетворительно» выставляется, если студент показал существенные пробелы в знаниях основных положений теории, не владеет терминологией, знанием основных методик, не способен формулировать свои мысли, применять на практике теоретические положения, ответить на вопросы практического занятия

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
--------	----------	-------------------	-----------

Л1.1	Мкртычян Г.А.	Принятие управленческих решений: учебник и практикум для вузов: Высшее образование	Юрайт, 2023, 2023	https://urait.ru/bcode/519760
Л1.2	Акимова Ю.Н.	Психология управления: учебник и практикум для вузов: Высшее образование	Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/511399
Л1.3	Войтик Н.В.	Речевая коммуникация: учебное пособие для вузов: Высшее образование	Юрайт, 2022	https://urait.ru/bcode/491925
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Домнин, В. Н.	Брендинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры	Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/9E6F7ED1-7DC9-4430-93FD-752932089C37
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Сайт библиотеки АлтГУ		www.ib.asu.ru	
Э2	Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека online"		http://biblioclub.ru/	
Э3	Электронно-библиотечная система издательства "Лань"		https://e.lanbook.com/	
Э4	Курс "Управление репутацией"		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=6928	
6.3. Перечень программного обеспечения				
<p>Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно); Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно); Chrome (http://www.chromium.org/chromium-os/licenses), (бессрочно); 7-Zip (http://www.7-zip.org/license.txt), (бессрочно); AcrobatReader (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно); ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно); LibreOffice (https://ru.libreoffice.org/), (бессрочно); Веб-браузер Chromium (https://www.chromium.org/Home/), (бессрочно); Антивирус Касперский (https://www.kaspersky.ru/), (до 23 июня 2024); Архиватор Ark (https://apps.kde.org/ark/), (бессрочно); Okular (https://okular.kde.org/ru/download/), (бессрочно); Редактор изображений Gimp (https://www.gimp.org/), (бессрочно)</p>				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
<p>Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com) Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/) Научная электронная библиотека elibrary (http://elibrary.ru)</p>				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
307Д	лаборатория проектирования интегрированных коммуникаций кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 19 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; телевизор: HD Samsung 22"; учебные пособия; плакаты; наглядные пособия; презентационные материалы
320Л	медiateка, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции и практические занятия, а также самостоятельную работу. Изучение курса завершается экзаменом. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Лекция. Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоновку новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие. Практическое занятие – форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную

коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения. Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Самостоятельная работа. Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам:

- учебных и учебно-методических пособий;
- тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др;
- перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины;
- информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др.

Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует: руководствоваться графиком самостоятельной работы, выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Экзамен. Подготовка к экзамену ведется на основе полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы. При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеется один теоретический вопрос и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Алтайский государственный университет»

История (история России, всеобщая история) рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра отечественной истории
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты:	1
аудиторные занятия	36		
самостоятельная работа	72		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	20	20	20	20
Практические	16	16	16	16
Сам. работа	72	72	72	72
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
к.и.н., доц., Колокольцева Н.Ю.

Рецензент(ы):
к.и.н., доцент, Пожарская К.А.

Рабочая программа дисциплины
История (история России, всеобщая история)

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра отечественной истории

Протокол от 30.06.2023 г. № 9
Срок действия программы: 2023-2024 уч. г.

Заведующий кафедрой
д.и.н., проф. Демчик Е.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра отечественной истории

Протокол от 30.06.2023 г. № 9
Заведующий кафедрой *д.и.н., проф. Демчик Е.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	формирование у студентов знаний о характере и особенностях исторического развития России в контексте мировой истории, формирование гражданской позиции. Для этого необходимо решить следующие задачи: <ul style="list-style-type: none">• дать характеристику основных этапов истории России в контексте общемирового развития;• сформировать представление о специфике российской истории;• раскрыть содержание основных дискуссионных проблем отечественной и всемирной истории;• рассмотреть в исторической ретроспективе эволюцию внутривнутриполитического и внешнеполитического курсов, а также основных тенденций социально-экономического развития истории России и мира.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.О.01**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
УК-1.1	Знает основные теоретико методологические положения системного подхода как научной и философской категории
УК-1.2	Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов
УК-1.3	Сопоставляет разные источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений
УК-1.4	Анализирует информацию и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
УК-5.1	Знает основные подходы к изучению культурных явлений; многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии во временной ретроспективе, формы межкультурного взаимодействия; особенности и этапы развития духовной и материальной культуры народов мира
УК-5.2	Применяет знания особенно о межкультурном взаимодействии в практической деятельности; критически осмысливает и формирует собственную позицию по отношению к явлениям современной жизни с учетом их культурно-исторической обусловленности
УК-5.3	Владеет нормами взаимодействия и толерантного поведения в условиях культурного, религиозного, этнического, социального многообразия современного общества
УК-5.4	Владеет приемами презентации результатов собственных теоретических изысканий в области межкультурного взаимодействия

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	Знает основные теоретико-методологические положения системного подхода как научной и философской категории. Знает основные подходы к изучению культурных явлений; многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии во временной ретроспективе, формы межкультурного взаимодействия; особенности и этапы развития духовной и материальной культуры народов мира.

3.2.	Уметь:
3.2.1.	Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов. Применяет знания особенностей межкультурного взаимодействия в практической деятельности; критически осмысливает и формирует собственную позицию по отношению к явлениям современной жизни с учетом их культурно-исторической обусловленности.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	Сопоставляет разные источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений. Анализирует информацию и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки. Владеет нормами взаимодействия и толерантного поведения в условиях культурного, религиозного, этнического, социального многообразия современного общества. Владеет приемами презентации результатов собственных теоретических изысканий в области межкультурного взаимодействия.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Раздел 1. Введение в курс "История».						
1.1.	История в системе социально-гуманитарных наук /Лек/	Лекции	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5
1.2.	История как наука. Сущность, функции и развитие исторического знания. Основные подходы к изучению истории. Понятие исторического времени. Условность периодизации. Понятия «всемирная» и «отечественная» история. Источники по отечественной истории (письменные, вещественные, аудио-визуальные, научно-технические, изобразительные) /Ср/	Сам. работа	1	4	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5
Раздел 2. Раздел 2. Особенности становления государственности в России и мире						
2.1.	Истоки и основные типы цивилизации в древности /Лек	Лекции	1	1	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5
2.2.	Истоки и основные типы цивилизации в древности /Ср/	Сам. работа	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-	Л2.1, Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
					1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	
2.3.	Цивилизации древности	Практические	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5
2.4.	Цивилизации древности	Сам. работа	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1
2.5.	Место Средневековья во всемирно-историческом процессе	Лекции	1	1	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1
2.6.	Место Средневековья во всемирно-историческом процессе	Сам. работа	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1
2.7.	Этапы формирования духовного единства древнерусского общества	Практические	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1
2.8.	Этапы формирования духовного единства древнерусского общества	Сам. работа	1	4	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1
Раздел 3. Раздел 3. Русские земли в XII – XIII веках. Начало политической раздробленности. Борьба с агрессией в XIII в						
3.1.	Политической раздробленность во всемирной и отечественной истории	Лекции	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5
3.2.	Политической раздробленность во всемирной и отечественной истории	Сам. работа	1	4	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1
3.3.	Внешняя агрессия на Русь XIII в.	Практические	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л2.5
3.4.	Внешняя агрессия на Русь XIII в.	Сам. работа	1	6	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-	Л2.1, Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
					1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	
Раздел 4. Раздел 4. Процесс объединения земель Великороссии и поиск путей упрочения русского государства XIV – XVI вв.						
4.1.	Причины и предпосылки объединения русских земель (XIII-XIV вв.)	Лекции	1	1	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5
4.2.	Причины и предпосылки объединения русских земель (XIII-XIV вв.)	Сам. работа	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5
4.3.	Московское государство в XV-XVI вв.	Лекции	1	1	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5
4.4.	Московское государство в XV-XVI вв.	Сам. работа	1	4	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1
4.5.	Опричнина Ивана Грозного	Практические	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5
4.6.	Опричнина Ивана Грозного	Сам. работа	1	4	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1
Раздел 5. Раздел 5. Россия в XVII - XVIII веках в контексте развития европейской цивилизации						
5.1.	Развитие России и стран Европы в XVIII в.	Лекции	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5
5.2.	Развитие России и стран Европы в XVIII в.	Сам. работа	1	6	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5
5.3.	Реформы Петра I.	Практические	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
5.4.	Реформы Петра I.	Сам. работа	1	4	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5
Раздел 6. Раздел 6. Россия и мир в XIX в. Опыт европейской модернизации						
6.1.	Основные тенденции развития всемирной истории в XIX в.	Лекции	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5
6.2.	Основные тенденции развития всемирной истории в XIX в.	Сам. работа	1	4	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5
6.3.	Российская империя в XIX в.	Лекции	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5
6.4.	Российская империя в XIX в.	Сам. работа	1	4	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5
6.5.	Декабризм в истории России	Практические	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5
6.6.	Декабризм в истории России	Сам. работа	1	4	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1
Раздел 7. Раздел 7. Россия и мир в XX – XXI веках.						
7.1.	Основные тенденции развития российской и мировой истории в первой половине XX в.	Лекции	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5
7.2.	Основные тенденции развития российской и мировой истории в первой половине XX в.	Сам. работа	1	4	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5
7.3.	Вторая мировая война	Практические	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
7.4.	Вторая мировая война	Сам. работа	1	4	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5
7.5.	Россия и мир в второй половине XX века (до 1991 г.)	Лекции	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5
7.6.	Россия и мир в второй половине XX века (до 1991 г.)	Сам. работа	1	4	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5
7.7.	Россия и мир на рубеже XX и XXI веков (до 2012 г.)	Лекции	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5
7.8.	Россия и мир на рубеже XX и XXI веков (до 2012 г.)	Сам. работа	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5
7.9.	Россия в 1990-х – начале 2000-х гг.: международное положение и проблемы становления государственности	Практические	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5
7.10.	Россия в 1990-х – начале 2000-х гг.: международное положение и проблемы становления государственности	Сам. работа	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л2.5

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ» – <https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=11208>

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

ВОПРОС 1. Исторический метод, выявляющий различия и сходство общественных явлений, называется:

- а) ретроспективный;
- б) описательно-повествовательный;
- в) сравнительно-исторический;

г) биографический.

ОТВЕТ:в

ВОПРОС 2:Одно действие, локализованное в историческом пространстве и историческом времени называется...

- а) историческим фактом
- б) историческим событием
- в) историческим экспериментом
- г) историческим процессом

ОТВЕТ:а

ВОПРОС 3:Несколько исторических действий произошедших примерно в одно время и в одном месте называется ...

- а) историческим фактом
- б) историческим событием
- в) историческим экспериментом
- г) историческим процессом

ОТВЕТ:б

ВОПРОС 4:Анализ исторического источника, проводимый с помощью методов исторического исследования, направленный на извлечение исторических фактов называется...

- а) историческим экспериментом
- б) историческим процессом
- в) историческим событием
- г) историческим фактом

ОТВЕТ:а

ВОПРОС 5:Методологический подход, положивший в основу изучения истории тот или иной способ производства, который характеризуется определенным уровнем и характером развития производительных сил и соответствующими этому уровню и характеру производственными отношениями, получил название...

- а) цивилизационный подход
- б) формационный подход
- в) многофакторный подход
- г) теория локальных цивилизаций

ОТВЕТ:б

ВОПРОС 6:Какое утверждение является верным?

- а) Ледовое побоище является событием XII в.
- б) Ледовое побоище является событием XIII в.

ОТВЕТ:б

ВОПРОС 7:Какая пара исторических деятелей были современниками?

- а) Петр I и Екатерина Дашкова
- б) Александр I и Михаил Сперанский
- в) князь Игорь и хан Батый
- г) Борис Годунов и патриарх Никон

ОТВЕТ:б

ВОПРОС 8:Какое утверждение является НЕ верным?

- а) Коллегии – центральные органы государственного управления, ведавшие отдельными отраслями хозяйства и жизни государства. В России были образованы в 1802 г., существовали до 1917 г.
- б) Коллегии – центральные органы отраслевого управления в Российской империи, сформированные в петровскую эпоху взамен утратившей своё значение системы приказов.

ОТВЕТ:а

ВОПРОС 9:Какой ряд исторических событий относится к XVII в.?

- а) Полтавская битва, учреждение Сената
- б) Смута, церковный раскол
- в) "стояние на р.Угра", феодальная война в Московском княжестве
- г) учреждение Земского собора, введение "урочных лет"

ОТВЕТ:б

ВОПРОС 10:Какой из приведенных исторических источников является законодательным источником?

- а)Повесть временных лет
- б)Слово о законе и благодати
- в)Соборное уложение
- г)Задонщина

ОТВЕТ:в

ВОПРОС 11:Какой из приведенных исторических источников повествует о Куликовской битве?

- а)Хождение за три моря
- б)Сказание о Мамаевом побоище
- в)Слово о полку Игореве
- г)Покон вирный

ОТВЕТ:

ВОПРОС 12:Какое утверждение является НЕ верным?

- а)Александр III, вступив на престол, под давлением общественности избрал курс на либеральные преобразования в стране.
- б)Александр I в 1801 г. заявил о приверженности внутривластическому курсу Екатерины II.

ОТВЕТ:а

ВОПРОС 13:Какое утверждение является верным?

- а)Континентальная блокада – введенный Наполеоном I в 1806 г. запрет поддерживать отношения с Британской империей. Россия по Тильзитскому миру 1807 г. вынуждена была присоединиться к блокаде.
- б)Континентальная блокада – это запрет на присутствие военного флота в водах Черного моря по итогам Крымской войны.

ОТВЕТ:а

ВОПРОС 14:Историческая хронология изучает

- а)системы летосчисления и календари разных народов и государств, помогает устанавливать даты исторических событий и время создания исторических источников
- б)гербы, а также традиций и практики их использования
- в)печати (матрицы) и их оттиски на различных материалах
- г)историю монетной чеканки и монетного обращения

ОТВЕТ:а

ВОПРОС 15:Первые берестяные грамоты были обнаружены на территории _____

- а)Москвы
- б)Новгорода
- в)Пскова
- г)Киева

ОТВЕТ:б

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

«отлично» – верно выполнено 85-100% заданий; «хорошо» – верно выполнено 70-84% заданий; «удовлетворительно» – верно выполнено 51-69% заданий; «неудовлетворительно» – верно выполнено 50% или менее 50% заданий.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

ВОПРОС 1:Прочтите отрывок из Манифеста и укажите имя автора.

«Тяжкое бремя возложено на Меня волею Брата Моего, передавшего Мне Императорский Всероссийский Престол в годину беспримерной войны и волнений народных.

Одушевленный единою со всем народом мыслью, что выше всего благо Родины нашей, принял я твердое решение в том лишь случаи воспринять Верховную власть, если такова будет воля народа нашего, которому надлежит всенародным голосованием, чрез представителей своих в Учредительном собрании, установить образ правления и новые Основные Законы Государства Российского.

Посему, призывая благословение Божие, прошу всех граждан Державы Российской подчиняться Временному правительству, по почину Государственной Думы возникшему и обличенному всей полнотой власти, впредь до того, в возможно кратчайший срок, на основании всеобщего, прямого, равного и тайного голосования, Учредительное собрание своим решением об образе правления выразит волю народа.»

ОТВЕТ: Михаил Романов

ВОПРОС 2: Прочтите отрывок из сочинения историка В.О. Ключевского, назовите имя князя о котором идет речь:

«Молодость (умер в 39 лет), исключительные обстоятельства, с 11 лет посадившие его на боевого коня, четырехсторонняя борьба с Тверью, Литвой, Рязанью и Ордой, наполнявшая шумом и тревогами его 30-летнее княжение, и более всего великое побоище на Дону положили на него яркий отблеск Александра Невского».

ОТВЕТ: Дмитрий Донской

ВОПРОС 3: Прочтите отрывок из труда историка и напишите имя царя, при котором происходили указанные в отрывке события.

«Но недовольство народа не переходило в общее открытое сопротивление <царю>. Народ, правда, уходил от тяжести государственной жизни целыми массами — в казаки, в Сибирь, даже в Польшу. Однако обаяние грозной личности <царя>, отсутствие самостоятельных общественных союзов, наконец, отсутствие единодушного отношения к <царю> и реформе привели к тому, что против реформ были лишь отдельные местные вспышки. В ... году произошёл бунт в Астрахани, не имевший ни твердой организации, ни ясно сознанный цели. Бунтовщики объявили, что встали за веру, но не против <царя>, а против бояр, воевод и немцев, утеснителей и веры, и народа. Перед бунтом в Астрахани ходили самые нелепые слухи о положении дел в государстве: так, астраханцы спешили выдать замуж дочерей, боясь, что будут присланы казенные женихи-немцы из Казани. Бунт был подавлен... В ... году вспыхнул один бунт среди инородцев (башкир), в другой — на Дону у казаков под предводительством атамана Булавина. Казацье движение было очень серьезно и охватило обширный район: казаки штурмовали неудачно Азов и приближались к Тамбову. Направлялось недовольствие казаков против той государственной опеки, которой с течением времени все более и более подпадали прежде вольные казацкие общины. Не знавшие прежде такого крутого отношения со стороны Москвы, казаки восстали против государства за свою отжившую вольность, но были усмирены...»

ОТВЕТ: Петр I

ВОПРОС 4: Прочтите отрывок из записок современника и укажите название войны, о которой в нем говорится.

«Грустно... я болен Севастополем... Мученик – Севастополь!.. Что стало с нашими морями?.. Кого поражаем мы? Кто внимает нам? Наши корабли потоплены, сожжены или заперты в наших гаванях. Неприятельские флоты безнаказанно опустошают наши берега... Друзей и союзников у нас нет»

ОТВЕТ: Крымская

ВОПРОС 5: Прочтите отрывок из письма правительству СССР (1930 гг.) и напишите фамилию автора письма

«... Борьба с цензурой, какая бы она ни была и при какой бы власти она не существовала – мой писательский долг... Последние мои черты в погубленных пьесах «Дни Турбиных», «Бег» и в романе «Белая гвардия»: упорное изображение творческой интеллигенции как лучшего слоя в нашей стране»

ОТВЕТ: Булгаков Михаил

ВОПРОС 6: _____ – русская дипломатическая миссия 1697–1698 гг. в Западную Европу с целью расширения союза для борьбы с Турцией, приглашения на русскую службу специалистов, закупку и заказа вооружения. Официально возглавлялась Ф. Лефортом, Ф.А. Головиным, а фактически руководилась Петром I, путешествующим под именем Петра Михайлова.

ОТВЕТ: Великое посольство

ВОПРОС 7: Назовите два этапа источниковедческой критики:

ОТВЕТ: внешняя и внутренняя критика

ВОПРОС 8: Назовите виды письменных исторических источников.

ОТВЕТ: летописи, законодательные, делопроизводственные, статистические, документы личного происхождения (мемуары, дневники, письма)

ВОПРОС 9: _____ — весь комплекс документов и предметов материальной культуры, непосредственно отразивших исторический процесс и запечатлевших отдельные факты и свершившиеся события, на основании которых воссоздается представление о той или иной исторической эпохе, выдвигаются гипотезы о причинах или последствиях, повлекших за собой те или иные исторические события.

ОТВЕТ: Исторический источник

ВОПРОС 10: _____ — это последовательная череда сменяющих друг друга событий, в которых проявилась деятельность многих поколений людей.

ОТВЕТ: Исторический процесс

ВОПРОС 11: На основе анализа извлечения из статьи западного историка Б.Л. Гарта укажите город о котором идет речь:

«Трехмесячная борьба за овладение городом в тактическом плане для немцев свелась к таранным лобовым ударам... Чем глубже немцы втягивались в жилые районы города с их многочисленными домами, тем медленнее развивалось их наступление.

На последнем этапе осады линия фронта проходила в нескольких сотнях метров от западного берега Волги, но к этому времени немецкий натиск в результате исключительно тяжёлых потерь стал ослабевать. Каждый шаг вперед обходился им всё дороже и приносил всё меньше результатов. Сложные условия уличных боев с упорно обороняющимся противником более благоприятствовали русским, хотя они также находились в трудном положении. В сложившейся обстановке им приходилось перевозить подкрепления и боеприпасы на паромах и баржах через Волгу под артиллерийским огнем. Это ограничивало размеры сил, которые русские могли держать и обеспечивать снабжением на западном берегу реки для обороны города. В силу этого защитники города неоднократно подвергались тяжелым испытаниям...

Напряжение сил героических защитников достигло предела, но они выстояли».

ОТВЕТ: Сталинград

ВОПРОС 12: Прочтите отрывок из выступления в Государственной Думе государственного деятеля начала XX в. и напишите его фамилию.

«В основу закона 9 ноября положена определенная мысль, определенный принцип... В тех местностях России, где личность крестьянина получила уже определенное развитие, где община как принудительный союз ставит преграду для его самостоятельности, там необходимо дать ему свободу трудиться, богатеть, распоряжаться своей собственностью; надо дать ему власть над землей, надо избавить его от кабалы отжившего общинного строя»

ОТВЕТ: Столыпин

ВОПРОС 13: _____ — период российской истории с 1725 г. по 1762 г., когда в Российской империи смена власти происходила в основном путем переворотов, совершавшихся дворянскими группировками при содействии гвардейских полков. В переносном значении термин обозначает «тихий» переворот, смену власти, произведенную обычно ближайшими сподвижниками правителя или лидера партии, группы.

ОТВЕТ: Дворцовые перевороты

ВОПРОС 14: Прочтите отрывок из «Повести временных лет» и назовите имя князя, о котором идет речь: «Отпустил дружину свою домой, а сам с малой частью дружины вернулся, желая большего богатства. Древляне же, услышав, что идет снова, держали совет с князем своим Малом: «Если повадится волк к овцам, то вынесет все стадо, пока не убьют его; так и этот: если не убьем его, то всех нас погубит». И послали к нему, говоря: "Зачем идешь опять? Забрал уже всю дань". И не послушал их...»

ОТВЕТ: Игорь

ВОПРОС 15: Прочтите отрывок из летописи и укажите, в чье правление произошли описываемые события:

«В том же году пришла весть к великому князю, что царь Ахмат идет со всею Ордою... Князь же великий послал своего сына и брата и воевод со всеми войсками на Угру. И придя, они стали на Угре и заняли броды и перевозы... Ахмат пришел к Угре со всем войском, желая перейти реку. И пришли татары и начали стрелять в наших, а наши в них... И отбили татар от берега, и много дней они подступали и не могли перейти реку, и стояли, ожидая, когда замерзнет река...».

ОТВЕТ: Ивана III

ВОПРОС 16: Прочтите отрывок из выступления Л.И. Брежнева на заседании Политбюро ЦК КПСС и напишите фамилию автора книги, о которой идет речь.

«Во Франции и США, по сообщениям наших представителей за рубежом и иностранной печати, выходит новое сочинение... — "Архипелаг ГУЛАГ"... Секретариат принял решение о развертывании в нашей печати работы по разоблачению писаний [этого автора] и буржуазной пропаганды в связи с выходом этой книги. Пока что этой книги никто не читал, но содержание ее уже известно. Это грубый антисоветский пасквиль... По нашим законам, мы имеем все основания посадить [автора] в тюрьму, ибо он посягнул на самое святое — ...на наш советский строй, на советскую власть, на все, что нам дорого».

ОТВЕТ:Солженицын

ВОПРОС 17:Прочтите отрывок из ноты Верховному правителю России А. В. Колчаку и напишите название упомянутой в тексте коалиции.

«Державы союзной коалиции желают формально заявить, что целью их политики является восстановление мира внутри России путём предоставления возможности русскому народу добиться контроля над своими внутренними делами при помощи свободно избранного Учредительного собрания, восстановить мир путём достижения соглашения в спорах, касающихся границ Русского государства»

ОТВЕТ:Антанта

ВОПРОС 18:Прочтите отрывок из воспоминаний современника, о каком правители Российской империи идет речь?

«<...>, сперва враг французской революции, готовый на все пожертвования для её подавления, раздосадованный своими недавними союзниками, которым справедливо приписывал неудачи, испытанные его войсками – поражение генералов Римского-Корсакова в Швейцарии и Германа в Голландии – после славной кампании Суворова в Италии, вдруг совершенно изменяет свою политическую систему. Он не только мирится с первым консулом Французской республики, умевшим ловко польстить ему, но и становится его восторженным почитателем и угрожает войною Англии. Разрыв с ней наносил неизлечимый вред нашей заграничной торговле. Англия снабжала нас произведениями мануфактурными, и колониальными за сырые произведения нашей почвы. Разрыв с Англией, нарушая материальное благосостояние дворянства, усиливал в нём ненависть к <...>, и без того возбуждённую его жестоким деспотизмом».

ОТВЕТ:Павел I

ВОПРОС 19:Прочтите отрывок из послания руководителя СССР и укажите его фамилию.

«Советское правительство считает, что нарушение свободы пользования международными водами и международным воздушным пространством – это акт агрессии, толкающий человечество к пучине мировой ракетно-ядерной войны. Поэтому Советское правительство не может дать инструкции капитанам советских судов, следующих на Кубу, соблюдать предписания американских военно-морских сил, блокирующих этот остров... Конечно, мы не будем просто наблюдателями пиратских действий американских кораблей в открытом море. Мы будем тогда вынуждены со своей стороны предпринять меры, которые сочтём нужными и достаточными для того, чтобы оградить свои права».

ОТВЕТ:Хрущёв

ВОПРОС 20:_____ – название крупной операции советских партизан в августе – сентябре 1943 г. во время Великой Отечественной войны по выводу из строя железнодорожных коммуникаций противника на оккупированной территории ряда областей СССР.

ОТВЕТ:«Рельсовая война»

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ.

«Отлично» (зачтено): Ответ полный, развернутый. Вопрос точно и исчерпывающе передан, терминология сохранена, студент превосходно владеет основной и дополнительной литературой, ошибок нет.

«Хорошо» (зачтено): Ответ полный, хотя краток, терминологически правильный, нет существенных недочетов. Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.

«Удовлетворительно» (зачтено): Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.

«Неудовлетворительно» (не зачтено): Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен. Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ УК-5:Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

ВОПРОС 1: Что такое местничество:

- а) иерархический порядок государственных должностей представителями всех сословий
- б) иерархический порядок воинских чинов;
- в) иерархический порядок знатных фамилий по старшинству и знатности родов;
- г) иерархический порядок распределения мест в Государственной Думе.

ОТВЕТ:в

ВОПРОС 2: Как назывался коллектив единомышленников Ивана IV, помогавший ему в проведении реформ 1550-х гг.:

- а) земский собор;
- б) государственный совет;
- в) тайный комитет;
- г) Избранная Рада.

ОТВЕТ:д

ВОПРОС 3: Венская модель системы международных отношений получила название:

- а) «марлезонского балета»;
- б) «концерта Европы»;
- в) «весны народов»;
- г) «Европы без границ».

ОТВЕТ:б

ВОПРОС 4: Кто, по мнению Екатерины II, мог даровать народу «правильные» законы:

- а) сам народ посредством бессословного законодательного органа
- б) дворянство посредством законосовещательного органа
- в) духовенство посредством религиозного воспитания
- г) самодержавное государство в лице просвещенного монарха

ОТВЕТ:г

ВОПРОС 5: С чем связан отказ Екатерины II от политики «просвещенного абсолютизма»:

- а) с массовыми акциями протеста со стороны дворянства
- б) с крестьянским восстанием под предводительством Емельяна Пугачева
- в) с «королевской» революцией во Франции 1770 – 1774 гг.
- г) с войной за независимость в Северной Америке 1775 – 1783 гг.

ОТВЕТ:б

ВОПРОС 6:Реформа управления государственными крестьянами была проведена П.Д. Киселёвым в...:

- а) 1801-1803 гг.
- б) 1837-1841 гг.
- в) 1861-1863 гг.
- г) 1881-1884 гг.

ОТВЕТ:б

ВОПРОС 7:В первой четверти XIX в. с понятием «аракчеевщина» современниками связывали...:

- а) разработку проектов, ограничивших власть царя
- б) ослабление цензурного гнёта, распространение иностранных книг
- в) возвращение из ссылки тех, кто попал в опалу при Павле I
- г) создание военных поселений, ужесточение дисциплины в армии

ОТВЕТ:г

ВОПРОС 8:В Крымской войне 1853-1856 гг. Россия противостояла коалиции государств, в которую входили...

- а) Пруссия, Венгрия, Англия
- б) Персия, Турция, Англия
- в) Турция, Англия, Франция
- г) Франция, Персия, Греция

ОТВЕТ:в

ВОПРОС 9: Внешнеполитическое событие в период царствования Александра III:

- а) присоединение Средней Азии
- б) сближение с Францией
- в) сближение с Германией и Австро-Венгрией
- г) заключение Сан-Стефанского мира

ОТВЕТ:а

ВОПРОС 10:С каким министром Временного правительства связан апрельский правительственный кризис 1917 г.:

- а) Гучков;
- б) Керенский;

- в) Милюков;
г) Некрасов.
ОТВЕТ:в

ВОПРОС 11: В годы «военного коммунизма» в Советской России существовала...

- а) плата за коммунальные услуги (жильё, свет и пр.)
б) свобода рыночной торговли
в) продразвёрстка
г) оплата труда на предприятиях в денежной форме

ОТВЕТ:в

ВОПРОС 12: В декабре 1922 г. ...

- а) подписан Договор об образовании СССР
б) принята Конституция СССР
в) подписан сепаратный мирный договор с Германией
г) принята Декларация прав народов России

ОТВЕТ:а

ВОПРОС 13: В каком ряду названы выдающиеся военачальники Великой Отечественной войны?

- а) М.В. Фрунзе, М.Н. Тухачевский
б) В.И. Чапаев, С.С. Каменев
в) С.М. Киров, А.А. Брусилов
г) А.М. Василевский, К.К. Рокоссовский

ОТВЕТ:г

ВОПРОС 14: Понятия «перестройка», «гласность» связаны с именем руководителя СССР ...

- а) Н.С. Хрущева
б) Ю.В. Андропова
в) Л.И. Брежнева
г) М.С. Горбачева

ОТВЕТ:г

ВОПРОС 15: Внешнеполитический курс М. С. Горбачева назывался

- а) «оттепель»
б) «новое политическое мышление»
в) «разрядка»
г) «перезагрузка»

ОТВЕТ:б

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

«отлично» – верно выполнено 85-100% заданий; «хорошо» – верно выполнено 70-84% заданий;
«удовлетворительно» – верно выполнено 51-69% заданий; «неудовлетворительно» – верно выполнено 50% или менее 50% заданий.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

ВОПРОС 1: На экономическое и общественно-политическое развитие восточных славян повлиял проходивший через Восточно-Европейскую равнину «путь _____».

ОТВЕТ: из варяг в греки

ВОПРОС 2: В Московском государстве совещательным органом при государе была _____, состоявшая в XV в. из представителей двух чинов: бояр и окольничьих.

ОТВЕТ: Боярская дума

ВОПРОС 3: Система чрезвычайных мероприятий, применённых русским царем Иваном IV Грозным в 1565–1572 во внутренней политике для разгрома боярско-княжеской оппозиции и укрепления Русского централизованного государства, называлась _____

ОТВЕТ: опричина

ВОПРОС 4: Сословно-представительный орган в России в XVI – XVII вв., созываемый по инициативе царя для решения государственно важных вопросов, назывался _____.

ОТВЕТ: Земский собор

ВОПРОС 5: После свержения Василия Шуйского в России у власти находилось боярское правительство, вошедшее в историю под названием _____

ОТВЕТ: семибоярщина

ВОПРОС 6: Прочтите отрывок из сочинения историка В. О. Ключевского и укажите имя русского царя, о котором идёт речь.

«При доброте и мягкости характера это уважение к человеческому достоинству в подданном производило обаятельное действие на своих и чужих и заслужило ему прозвище «тишайшего царя». Иностранцы не могли надивиться тому, что этот царь при беспредельной власти своей над народом, привыкшим к полному рабству, не посягнул ни на чье имущество, ни чью жизнь, ни на чью честь».

ОТВЕТ: Алексей Михайлович

ВОПРОС 7: Система содержания должностных лиц (наместников, волостелей и др.) за счёт местного населения называется _____

ОТВЕТ: кормления

ВОПРОС 8: Служилые люди, составлявшие первое постоянное войско в России в XVI – XVII вв., имевшие на вооружении огнестрельное оружие, назывались _____

ОТВЕТ: стрельцы

ВОПРОС 9: Прочтите отрывок из работы современного историка и напишите имя правителя, к которому он относится.

«На весь XVIII в. и шире – петербургский период русской истории – ложится одна гигантская тень. И пусть он действовал в том направлении, которое вполне определилось при его отце, пусть его реформы были рождены самой логикой исторического развития XVII века... – все равно нельзя отрицать, что именно он стал создателем новой России.»

ОТВЕТ: Петр I

ВОПРОС 10: Прочтите отрывок из записок декабриста Н.И. Лорера и напишите фамилию участника движения декабристов, о котором идет речь.

«...Во всю длину его немногих комнат тянулись полки с книгами, более политическими, экономическими и вообще ученого содержания... Не знаю, чего этот человек не прочел на своем веку на многих иностранных языках. 12 лет писал он свою «Русскую правду»

ОТВЕТ: Пестель Павел

ВОПРОС 11: Прочтите отрывок из труда историка и назовите войну, о завершении которой идет речь в тексте.

«13 февраля 1856 г. в Париже для подведения итогов войны открылся конгресс представителей великих европейских держав. Это был самый грандиозный европейский форум после 1815 г. В работе конгресса принимали участие представители Франции, Англии, России, Австрии, Турции и Сардинии. Позднее были приглашены и представители Пруссии.

Первым актом Парижского конгресса было заключение перемирия с прекращением военных действий. После семнадцати заседаний конгресса, 18 марта, в Париже был подписан мирный договор, главные постановления которого заключались в следующем. Восстанавливается довоенный территориальный статус-кво. В мирное время Турция закрывает Проливы для всех военных судов, независимо от их принадлежности, за исключением стационаров в Стамбуле. Черное море объявляется нейтральным и открытым для торговых судов всех наций. Россия и Турция обязуются не иметь на его берегах военно-морских arsenалов».

ОТВЕТ: Крымская

ВОПРОС 12: Как называлось объединение российских художников, существовавшее в последней трети XIX века, основателями которого были И. Н. Крамской, Г. Г. Мясоедов, Н. Н. Ге и В. Г. Перов?

ОТВЕТ: Товарищество передвижных художественных выставок

ВОПРОС 13: Выборные органы самоуправления, учрежденные земской реформой 1864 года, назывались _____

ОТВЕТ: земства

ВОПРОС 14: Прочтите отрывок из международного договора и напишите название государства, с которым Россия подписала данный договор.

«Русское императорское правительство уступает в вечное и полное владение... южную часть острова

Сахалина и все прилегающие к последней острова, равно как и все общественные сооружения и имущества, там находящиеся».

ОТВЕТ:Япония

ВОПРОС 15:Представительное учреждение, избранное в конце 1918 г. для установления формы правления и выработки конституции, которое было распущено в январе 1918 г., называлось _____ собрание.

ОТВЕТ:Учредительное

ВОПРОС 16:Массовое создание коллективных сельских хозяйств в конце 1920-х – начале 1930-х гг. в СССР, сопровождавшееся ликвидацией единоличных хозяйств, называется _____

ОТВЕТ:коллективизация

ВОПРОС 17:Прочтите отрывок из исторического источника и укажите название международной конференции, о которой идет речь. «Встреча руководителей антигитлеровской коалиции – Ф.Д. Рузвельта (США), У. Черчилля (Великобритания) и И.В. Сталина (СССР) проходила с 4 по 11 февраля 1945 г. На конференции шла речь об окончательной победе над врагом, об устройстве границ в послевоенной Европе. Участники конференции заявили, что их непреклонной целью является уничтожить германский милитаризм и нацизм и создать гарантии того, что «Германия никогда больше не будет в состоянии нарушить мир».

ОТВЕТ:Ялтинская/Крымская

ВОПРОС 18:Резкое обострение международной обстановки в ходе противостояния между СССР и США по поводу размещения ядерных ракет на Кубе получило название " _____ кризис"

ОТВЕТ:Карибский/Кубинский

ВОПРОС 19:Соглашение о создании Содружества Независимых Государств, подписанное руководителями РСФСР, Белоруссии и Украины в декабре 1991 г., ознаменовавшее прекращение существования СССР, по месту подписания получило название _____ соглашение

ОТВЕТ:Беловежское

ВОПРОС 20:Процесс передачи (полной или частичной) государственной или муниципальной собственности (промышленных предприятий, земельных участков, банков, средств транспорта, массовой информации, зданий и т.д.) в частные руки

ОТВЕТ:приватизация

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ.

«Отлично» (зачтено): Ответ полный, развернутый. Вопрос точно и исчерпывающе передан, терминология сохранена, студент превосходно владеет основной и дополнительной литературой, ошибок нет.

«Хорошо» (зачтено): Ответ полный, хотя краток, терминологически правильный, нет существенных недочетов. Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.

«Удовлетворительно» (зачтено): Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.

«Неудовлетворительно» (не зачтено): Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен. Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

не предусмотрено

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра экзамена по всему изученному курсу.

Тест размещен в разделе «Промежуточная аттестация по дисциплине» онлайн-курса на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ».

Количество заданий в контрольно-измерительном материале (тесте) для промежуточной аттестации, составляет 30 вопросов.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ в целом:

«отлично» – верно выполнено 85-100% заданий;
«хорошо» – верно выполнено 70-84% заданий;
«удовлетворительно» – верно выполнено 51-69% заданий;
«неудовлетворительно» – верно выполнено 50% и менее 50% заданий.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Кириллов, В. В.	История России : учебное пособие для академического бакалавриата :	М. : Издательство Юрайт, , 2016	www.biblio-online.ru/book/2403A02B-BA75-4C85-AD78-982A9E6AAB57
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	К. А. Пожарская, Н. Ю. Колокольцева	История: Россия и мир: учеб. пособие для бакалавров непрофильных направлений подготовки:	Изд-во АлтГУ, 2013	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/1186
Л2.2	под ред. В. Н. Разгона	История России XX – начало XXI в.: учеб. пособие	Барнаул : Изд-во АлтГУ, 2013	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/790
Л2.3	Колокольцева, Наталья Юрьевна; Пожарская, Ксения Александровна	Учебная программа курса "История": для бакалавров непрофильных направлений подготовки:	Барнаул: Изд-во АлтГУ, 2015	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/936
Л2.4	науч. ред. и сост. В. А. Скубневский, Т. Н. Соболева	История России (с древнейших времен до конца XIX в.): Курс лекций	Барнаул : Изд-во АлтГУ // ЭБС АлтГУ, 2013 г.	http://elibrary.asu.ru/xmlui/handle/asu/445
Л2.5	Л. Г. Мокроусова, А. Н. Павлова.	История России: учебное пособие для вузов	М. : Издательство Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/D4977FBF-4F9C-45B2-8A9F-CE9D823E8EDC
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название	Эл. адрес		
Э1	Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета	http://elibrary.asu.ru/		
Э2	курс на moodle	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8490		
Э3	Образовательная платформа «Юрайт»	https://urait.ru/book/		

Э4	Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека online»	http://www.biblioclub.ru/
6.3. Перечень программного обеспечения		
<p>Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно); Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно); Chrome (http://www.chromium.org/chromium-os/licenses), (бессрочно); 7-Zip (http://www.7-zip.org/license.txt), (бессрочно); AcrobatReader (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно); ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно); LibreOffice (https://ru.libreoffice.org/), (бессрочно); Веб-браузер Chromium (https://www.chromium.org/Home/), (бессрочно); Антивирус Касперский (https://www.kaspersky.ru/), (до 23 июня 2024); Архиватор Ark (https://apps.kde.org/ark/), (бессрочно); Okular (https://okular.kde.org/ru/download/), (бессрочно); Редактор изображений Gimp (https://www.gimp.org/), (бессрочно)</p>		
6.4. Перечень информационных справочных систем		
не требуется		

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
Помещение для самостоятельной работы	помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

<p>Основу теоретического обучения студентов по дисциплине "История (история России, всеобщая история)" составляют лекции. Они представляют систематизированные знания студентам о наиболее сложных и актуальных проблемах изучаемой дисциплины.</p> <p>На лекциях особое внимание уделяется не только усвоению студентами изучаемых проблем, но и стимулированию их познавательной деятельности, творческого мышления, формированию мировоззрения, профессионально-значимых свойств и качеств.</p> <p>Подготовка к практическим занятиям состоит из 2 этапов:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. организационный, 2. закрепление и углубление теоретических знаний. <p>Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение</p>

практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов.

В процессе этой работы студент должен овладеть основными положениями рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, разобраться в иллюстративном материале, задачах.

Рекомендации по подготовке к ТЕСТАМ.

Перед прохождением тестов студент должен повторить материал лекций, практических занятий.

Баллы за тест начисляются только, если вы набрали проходной балл - 2.

Тест представляет собой 10 тестовых заданий разного типа (выбор одиночный или множественный, вопросы на соответствие, верно/неверно, вписать ответ). На прохождение одного теста обычно отводится 10 минут. Количество попыток неограниченно, но в итоговую оценку за конкретный тест попадает средняя между выполненными попытками. ВАЖНО! При повторной попытке вопросы в тесте могут измениться (!!!), выставлен параметр случайный выбор вопроса.

Чтобы начать прохождение каждого теста вы обязательно должны ознакомиться (просмотреть) определенные разделы курса, в каждом тесте настройки разные (см. вступление к тесту).

Методические рекомендации по подготовке к ЗАЧЕТУ.

Подготовка к зачету заключается в изучении и тщательной проработке студентом учебного материала дисциплины с учётом рекомендованной литературы, лекционных и практических занятий. Необходимо учесть, что выполнение заданий предполагает комплексное осмысление материала всего курса и требует от студента творческого подхода и самостоятельной аргументации собственной позиции.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Философия

рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра философии и политологии
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты:	2
аудиторные занятия	36		
самостоятельная работа	72		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (2)		Итого	
	18			
Неделя	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	20	20	20	20
Практические	16	16	16	16
Сам. работа	72	72	72	72
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
к.фи.н., Доцент, Бутина А.В.

Рецензент(ы):
д.филол.н., Профессор, И.В. Черданцева

Рабочая программа дисциплины
Философия

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра философии и политологии

Протокол от 01.06.2023 г. № 9
Срок действия программы: 2023-2024 уч. г.

Заведующий кафедрой
Черданцева Инна Владимировна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра философии и политологии

Протокол от 01.06.2023 г. № 9
Заведующий кафедрой *Черданцева Инна Владимировна*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Целью и задачами освоения учебной дисциплины «Философия» являются формирование представления о специфике философии как способе познания и духовного освоения мира, основных разделах современного философского знания, философских проблемах и методах их исследования; овладение базовыми принципами и приемами философского познания; введение в круг философских проблем, связанных с областью будущей профессиональной деятельности, выработка навыков работы с оригинальными и адаптированными философскими текстами. Изучение дисциплины направлено на развитие навыков критического восприятия и оценки источников информации, умения логично формулировать, излагать и аргументировано отстаивать собственное видение проблем и способов их разрешения; овладение приемами ведения дискуссии, полемики, диалога
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.О.01**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
УК-1.1	Знает основные теоретико методологические положения системного подхода как научной и философской категории
УК-1.2	Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов
УК-1.3	Сопоставляет разные источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений
УК-1.4	Анализирует информацию и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
УК-5.1	Знает основные подходы к изучению культурных явлений; многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии во временной ретроспективе, формы межкультурного взаимодействия; особенности и этапы развития духовной и материальной культуры народов мира
УК-5.2	Применяет знания особенно о межкультурном взаимодействии в практической деятельности; критически осмысливает и формирует собственную позицию по отношению к явлениям современной жизни с учетом их культурно-исторической обусловленности
УК-5.3	Владеет нормами взаимодействия и толерантного поведения в условиях культурного, религиозного, этнического, социального многообразия современного общества
УК-5.4	Владеет приемами презентации результатов собственных теоретических изысканий в области межкультурного взаимодействия

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	<ul style="list-style-type: none">- основные принципы сбора, отбора и обобщения информации;- основные приемы работы с первоисточниками (философскими текстами) в учебном процессе и процессе научного исследования;- специфику философии как способа познания и духовного освоения мира;- основные разделы философского знания и этапы его развития;- основные философские категории и особенности их понимания в различных исторических

	<p>типах философии и авторских подходах.</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные направления и проблематику современной философии; - круг философских проблем, связанных с областью будущей профессиональной деятельности.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	<ul style="list-style-type: none"> - использовать положения и категории философии для оценивания и анализа различных социальных тенденций, фактов и явлений; - систематизировать и соотносить разнородные идеи в процессе работы с философским текстом; - раскрывать смысл выдвигаемых идей, представить рассматриваемые философские проблемы в развитии; - анализировать проблемную ситуацию с применением положений и категории философии для оценивания и анализа различных социальных тенденций, фактов и явлений; - выявлять практическую ценность определенных философских положений и основания, на которых строится философская концепция или система; - применять навыки самостоятельной работы и развития своих творческих способностей и логического мышления; - формулировать и аргументировано отстаивать собственную позицию по различным проблемам философии в коммуникации с представителями иных национальностей и конфессий; применять этические и межкультурные нормы в общении с представителями иных национальностей и конфессий.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	<ul style="list-style-type: none"> - навыками восприятия и анализа текстов, имеющих философское содержание; - навыками ведения дискуссии и полемики; - навыками аналитической оценки социально-гуманитарного материала; - навыками выражения и обоснования собственной позиции относительно современных социогуманитарных проблем и конкретных философских позиций; - навыками работы с информационными объектами и сетью Интернет; - навыками создания научных текстов; - навыками восприятия и анализа философских текстов, содержащих оценку социокультурных и исторических фактов; - приемами эстетической оценки явлений культуры, концепций и эпох с применением философских идей и категорий.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Философские идеи Востока как основа формирования межкультурного взаимодействия.						
1.1.	<p>Предмет философии. Место и роль философии в культуре. Структура философского знания. Функции философии. Структура философского знания. Границы научного и философского знания. Отношения философии и религии. Понятие культуры. Место и роль философии в культуре. Понятие мировоззрения. Структура</p>	Практические	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	мировоззрения. Типы мировоззрения: мифологическое, религиозное, философское, научное.					
1.2.	Предмет философии. Место и роль философии в культуре. Структура философского знания. Функции философии. Структура философского знания. Границы научного и философского знания. Отношения философии и религии. Понятие культуры. Место и роль философии в культуре. Понятие мировоззрения. Структура мировоззрения. Типы мировоззрения: мифологическое, религиозное, философское, научное.	Сам. работа	2	4	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
1.3.	Проблема генезиса древнеиндийской философской мысли. Природные условия Индии. Социально-экономический строй и культура рабовладельческого общества древней Индии. Этапы развития древнеиндийской философии. Ортодоксальные и неортодоксальные философские течения и школы. Специфические черты философии древней Индии. Проблема генезиса и развития китайской философской мысли. Вопрос о происхождении школ. Специфические черты древнекитайской философии. Географические и экономические условия древнего Китая. Особое отношение к сельскому хозяйству. Идеализация природы. Специфика семейной системы.	Лекции	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	Место философии в древнекитайской цивилизации, ее отношение к искусству и поэзии. Проблемы китайской философии, специфика форм их выражения.					
1.4.	<p>Проблема генезиса древнеиндийской философской мысли. Природные условия Индии. Социально-экономический строй и культура рабовладельческого общества древней Индии. Этапы развития древнеиндийской философии. Ортодоксальные и неортодоксальные философские течения и школы. Специфические черты философии древней Индии.</p> <p>Проблема генезиса и развития китайской философской мысли. Вопрос о происхождении школ. Специфические черты древнекитайской философии. Географические и экономические условия древнего Китая. Особое отношение к сельскому хозяйству. Идеализация природы. Специфика семейной системы.</p> <p>Место философии в древнекитайской цивилизации, ее отношение к искусству и поэзии. Проблемы китайской философии, специфика форм их выражения.</p>	Сам. работа	2	6	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
1.5.	<p>Место Конфуция в китайской философии. «Лунь юй» о личности Конфуция. Специфика этико-политического учения Конфуция. Учение о небе как высшем духовном существе и</p>	Лекции	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	<p>нравственном начале, идея мировой закономерности. Значение и смысл этических категорий справедливости («и») и гуманности («жэнь»), принципы «чжун» и «шу». Нравственный идеал и образ жизни совершенномудрого. Учение о благородном муже. Категория «вэнь» (культура, цивилизация) в конфуцианстве. Этапы истории даосизма. Первый этап даосизма: учение Ян Чжу. Ранние даосы и отшельники. Фундаментальные идеи Ян Чжу, представленные в «Дао Дэ цзине» и «Чжуан-цзы». Второй этап даосизма: Лао-цзы. Философские смыслы Дао. Принцип разворачивания Дао в мир. Категории простоты и естественности, принцип пустоты. Проблема достижения совершенства. Концепция «у вэй» («недеяние») как основа политической доктрины. Третий этап даосизма: Чжуан-цзы. Путь к достижению относительного счастья. Ограниченный взгляд. Знание высшего уровня и проблема абсолютного счастья. Методология мистицизма.</p>					
1.6.	<p>Место Конфуция в китайской философии. «Лунь юй» о личности Конфуция. Специфика этико-политического учения Конфуция. Учение о небе как высшем духовном существе и нравственном начале, идея мировой закономерности. Значение и смысл этических категорий</p>	Сам. работа	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	<p>справедливости («и») и гуманности («жэнь»), принципы «чжун» и «шу». Нравственный идеал и образ жизни совершенномудрого. Учение о благородном муже. Категория «вэнь» (культура, цивилизация) в конфуцианстве. Этапы истории даосизма. Первый этап даосизма: учение Ян Чжу. Ранние даосы и отшельники. Фундаментальные идеи Ян Чжу, представленные в «Дао Дэ цзине» и «Чжуан-цзы». Второй этап даосизма: Лао-цзы. Философские смыслы Дао. Принцип разворачивания Дао в мир. Категории простоты и естественности, принцип пустоты. Проблема достижения совершенства. Концепция «у вэй» («недеяние») как основа политической доктрины. Третий этап даосизма: Чжуан-цзы. Путь к достижению относительного счастья. Ограниченный взгляд. Знание высшего уровня и проблема абсолютного счастья. Методология мистицизма.</p>					
1.7.	<p>Специфика культурного развития Востока и Запада как фактор многообразия философских учений. Философия Древнего Востока. основополагающие принципы древнеиндийской философии. Основные школы и направления древнеиндийской философии. Философия Древнего Китая, ее основные черты и особенности. Основные школы древнекитайской философии.</p>	Практические	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.8.	Специфика культурного развития Востока и Запада как фактор многообразия философских учений. Философия Древнего Востока. Основополагающие принципы древнеиндийской философии. Основные школы и направления древнеиндийской философии. Философия Древнего Китая, ее основные черты и особенности. Основные школы древнекитайской философии.	Сам. работа	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
Раздел 2. Особенности классического западноевропейского типа мышления.						
2.1.	Понятие Нового времени и его временные рамки. Специфика социально-исторических условий эпохи и ее ценностно-мировоззренческих ориентаций. Специфика проблематики нововременной философии. Особое место философии Нового времени в истории философии. Главные направления нововременной философии.	Лекции	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
2.2.	Понятие Нового времени и его временные рамки. Специфика социально-исторических условий эпохи и ее ценностно-мировоззренческих ориентаций. Специфика проблематики нововременной философии. Особое место философии Нового времени в истории философии. Главные направления нововременной философии.	Сам. работа	2	6	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
2.3.	Исторические предпосылки возникновения новых методов познания.	Лекции	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2,	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	Ф.Бэкон о переходе от умозрения к опытному знанию. Идолы разума – причины заблуждений в процессе познания. Индукция как путь познания истины. Рационализм Р.Декарта. Правила постижения истины сомневающимся умом. Методологическое сомнение Декарта. Отношение индукции и дедукции. Интуиция и ее роль в процессе познания.				УК-1.3, УК-1.4	
2.4.	Исторические предпосылки возникновения новых методов познания. Ф.Бэкон о переходе от умозрения к опытному знанию. Идолы разума – причины заблуждений в процессе познания. Индукция как путь познания истины. Рационализм Р.Декарта. Правила постижения истины сомневающимся умом. Методологическое сомнение Декарта. Отношение индукции и дедукции. Интуиция и ее роль в процессе познания.	Сам. работа	2	6	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
2.5.	Философские взгляды Ф. Бэкона в работе «Новый Органон» Учение об идолах: обоснование основных предрассудков, затемняющих свет истины. Характеристика индуктивного метода познания.	Практические	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
2.6.	Философские взгляды Ф. Бэкона в работе «Новый Органон» Учение об идолах: обоснование основных предрассудков, затемняющих свет истины. Характеристика индуктивного метода познания.	Сам. работа	2	6	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.7.	<p>Общая характеристика философии Просвещения. Социально-политические и идейные предпосылки Просвещения. Деизм, механицизм и антиисторизм французских философов XVIII в. Возможность познания мира и природы. Сенсуализм и рационализм деятелей Просвещения. Общество и закономерности природы. Решающая роль знаний и наук (прежде всего естественных) для исправления социальных отношений и нравов. Вера в разум и прогресс. Критика церкви, религии и феодального строя. Детерминированность человеческого сознания и воли объективным миром. Концепция неизменности «человеческой природы». Критическая направленность философии Ф.М.Вольтера. Вольтер (Франсуа Мари Аруэ). Жизненный путь. Борьба против клерикализма и приверженность ньютоновской механике, локковскому сенсуализму и деизму. Переход к пантеистическим воззрениям. Обоснование существования бога как гаранта социального порядка. Сенсуализм. Механистически-материалистический подход к психофизической проблеме и допущение свободы воли человека.</p>	Лекции	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
2.8.	<p>Общая характеристика философии Просвещения. Социально-</p>	Сам. работа	2	8	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2,	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	<p>политические и идейные предпосылки Просвещения. Деизм, механицизм и антиисторизм французских философов XVIII в. Возможность познания мира и природы. Сенсуализм и рационализм деятелей Просвещения. Общество и закономерности природы. Решающая роль знаний и наук (прежде всего естественных) для исправления социальных отношений и нравов. Вера в разум и прогресс. Критика церкви, религии и феодального строя. Детерминированность человеческого сознания и воли объективным миром. Концепция неизменности «человеческой природы». Критическая направленность философии Ф.М.Вольтера. Вольтер (Франсуа Мари Аруэ). Жизненный путь. Борьба против клерикализма и приверженность ньютоновской механике, локковскому сенсуализму и деизму. Переход к пантеистическим воззрениям. Обоснование существования бога как гаранта социального порядка. Сенсуализм. Механистически-материалистический подход к психофизической проблеме и допущение свободы воли человека.</p>				УК-1.3, УК-1.4	
Раздел 3. Характерные черты неклассического и современного философствования.						
3.1.	<p>Специфические черты философии А.Шопенгауэра. Метафизика А.Шопенгауэра: мир как</p>	Лекции	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2,	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	<p>воля и представление. Априорные формы представления: пространство, время, каузальность, деление мира на субъект и объект познания. Воля как иррациональная основа мира. Основные характеристики воли. Ступени объективации воли. «Война всех против всех». Проблема освобождения человека от воли к жизни и поиск путей освобождения. Созерцание «идей» как объектов искусства, этика сострадания, аскетический образ жизни. Философия Фр. Ницше. Периоды творчества Фр. Ницше, основные произведения. Учение о «дионисийском» и «аполлоническом» началах мира и культуры. Проблема интерпретации факта. «Становление», «жизнь» как основные онтологические категории, «воля к власти», идея «вечного возвращения». «Смерть Бога» и критика морали, программа переоценки религиозных и моральных ценностей. Ницше и нигилизм. «Последний человек» и идеал «сверхчеловека».</p>				УК-1.3, УК-1.4	
3.2.	<p>Специфические черты философии А.Шопенгауэра. Метафизика А.Шопенгауэра: мир как воля и представление. Априорные формы представления: пространство, время, каузальность, деление мира на субъект и объект познания. Воля как иррациональная основа мира. Основные характеристики воли. Ступени объективации</p>	Сам. работа	2	8	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	воли. «Война всех против всех». Проблема освобождения человека от воли к жизни и поиск путей освобождения. Созерцание «идей» как объектов искусства, этика сострадания, аскетический образ жизни. Философия Фр. Ницше. Периоды творчества Фр. Ницше, основные произведения. Учение о «дионисийском» и «аполлоническом» началах мира и культуры. Проблема интерпретации факта. «Становление», «жизнь» как основные онтологические категории, «воля к власти», идея «вечного возвращения». «Смерть Бога» и критика морали, программа переоценки религиозных и моральных ценностей. Ницше и нигилизм. «Последний человек» и идеал «сверхчеловека».					
3.3.	Философия Ф. Ницше (работа «Антихристианин») Жизнь и творчество Ф. Ницше. Критика Ницше христианской морали. Обоснование жизни как проявления воли к власти	Практические	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
3.4.	Философия Ф. Ницше (работа «Антихристианин») Жизнь и творчество Ф. Ницше. Критика Ницше христианской морали. Обоснование жизни как проявления воли к власти	Сам. работа	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
3.5.	Феноменология М. Хайдеггера. Критика классической метафизики и принципы экзистенциально-феноменологического анализа. Переход от	Лекции	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	представления к пред- стоянию вещи. Категориальная «четверица» и пластика языка у М. Хайдеггера. Язык как «дом бытия» Проблема ничто и «говорящего молчания». Со-временное и со- пространственное измерение человеческого бытия. Проблематика «Бытия и времени». Идея «усредненной понятливости» категории бытия и проблема «герменевтического круга». «Es-sentia» и «Existentia» «Dasein» и «Das Man».					
3.6.	Феноменология М. Хайдеггера. Критика классической метафизики и принципы экзистенциально- феноменологического анализа. Переход от представления к пред- стоянию вещи. Категориальная «четверица» и пластика языка у М. Хайдеггера. Язык как «дом бытия» Проблема ничто и «говорящего молчания». Со-временное и со- пространственное измерение человеческого бытия. Проблематика «Бытия и времени». Идея «усредненной понятливости» категории бытия и проблема «герменевтического круга». «Es-sentia» и «Existentia» «Dasein» и «Das Man».	Сам. работа	2	4	УК-5.1, УК- 5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК- 1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК- 1.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
3.7.	Социокультурные предпосылки и философские основания неклассической философии, а также ее основные особенности. Научная революция	Лекции	2	2	УК-5.1, УК- 5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК- 1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК- 1.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	начала XX века и философия науки. З.Фрейд и возникновение психоанализа. Позитивизм и его исторические формы					
3.8.	Социокультурные предпосылки и философские основания неклассической философии, а также ее основные особенности. Научная революция начала XX века и философия науки. З.Фрейд и возникновение психоанализа. Позитивизм и его исторические формы	Сам. работа	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
3.9.	Философия Х. Ортега-и-Гассета (работа «Восстание масс»). Главные характеристики массы. Социальные предпосылки формирования массы. Роль либерализма в формировании массы. Насилие как средство самопрезентации масс. Тоталитарное сознание и тоталитарный режим – причина и следствие.	Практические	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
3.10.	Философия Х. Ортега-и-Гассета (работа «Восстание масс»). Главные характеристики массы. Социальные предпосылки формирования массы. Роль либерализма в формировании массы. Насилие как средство самопрезентации масс. Тоталитарное сознание и тоталитарный режим – причина и следствие.	Сам. работа	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
3.11.	Человек абсурдный в работе А. Камю «Бунтующий человек». Основные определения абсурда. Формы проявления чувства абсурда. Основные	Практические	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	исходы (следствия) абсурда.					
3.12.	Человек абсурдный в работе А. Камю «Бунтующий человек». Основные определения абсурда. Формы проявления чувства абсурда. Основные исходы (следствия) абсурда.	Сам. работа	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
3.13.	Проект постчеловеческого будущего Ф. Фукуямы. Проблемы в развитии биотехнологий революции. Взаимосвязь между религиозными убеждениями и развитием биотехнологий. Ключевые изменения природы человека.	Практические	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
3.14.	Проект постчеловеческого будущего Ф. Фукуямы. Проблемы в развитии биотехнологий революции. Взаимосвязь между религиозными убеждениями и развитием биотехнологий. Ключевые изменения природы человека.	Сам. работа	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
Раздел 4. Учение о бытии и познании						
4.1.	Бытие и небытие. Проблема ничто в истории философии. Концепция бытия и небытия у Парменида. Небытие как проблема схоластики. Небытие и простое отрицание. Решение проблемы небытия в формальной логике. Диалектическая версия проблемы ничто. Феноменологическая версия проблемы небытия. Экзистенциальная версия проблемы небытия. Понятие субстанции. Типы субстанциальной	Лекции	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	<p>онтологии. Субстанция как единая первооснова качественного многообразия мира. Понятие субстанциальной основы бытия в истории философии. Категории субстанциальной онтологии.</p>					
4.2.	<p>Бытие и небытие. Проблема ничто в истории философии. Концепция бытия и небытия у Парменида. Небытие как проблема схоластики. Небытие и простое отрицание. Решение проблемы небытия в формальной логике. Диалектическая версия проблемы ничто. Феноменологическая версия проблемы небытия. Экзистенциальная версия проблемы небытия. Понятие субстанции. Типы субстанциальной онтологии. Субстанция как единая первооснова качественного многообразия мира. Понятие субстанциальной основы бытия в истории философии. Категории субстанциальной онтологии.</p>	Сам. работа	2	4	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
4.3.	<p>Постановка проблемы человека в экзистенциализме Ж.-П. Сартра (работа «Экзистенциализм – это гуманизм»). Принципиальное различие в оценке сущности и существования в экзистенциализме и предшествующих ему философских школах и направлениях. Свобода, забота, тревога, выбор, ответственность в экзистенциализме.</p>	Практические	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
4.4.	<p>Постановка проблемы человека в экзистенциализме Ж.-П. Сартра (работа «Экзистенциализм – это гуманизм»).</p> <p>Принципиальное различие в оценке сущности и существования в экзистенциализме и предшествующих ему философских школах и направлениях. Свобода, забота, тревога, выбор, ответственность в экзистенциализме.</p>	Сам. работа	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
4.5.	<p>Учение об истине. Онтологическое и гносеологическое измерения истины. Истина как истинное бытие. Истина как отношение к бытию. Истина как экзистенциальное переживание бытия. Социально-этическое измерение истины: правда и кривда. Классические концепции истины (корреспондентская, семантическая, конвенциональная, априористская), ее парадоксы и критика. Неклассические концепции истины (когерентная, прагматистская, диалектико-материалистическая, волюнтаристская, экономическая). Проблема критериев истины: «внутреннее совершенство и внешнее оправдание» (логические, эмпирические, практические, теоретические и др. аспекты). Парадокс Нельсона. Истина как оценка знания; истина как состояние, как акт и как процесс. Соотношение истины и</p>	Лекции	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	мнения, истины и веры, истины и заблуждения, истины и познавательной ошибки. Истина и истинность. Истина как ценность.					
4.б.	Учение об истине. Онтологическое и гносеологическое измерения истины. Истина как истинное бытие. Истина как отношение к бытию. Истина как экзистенциальное переживание бытия. Социально-этическое измерение истины: правда и кривда. Классические концепции истины (корреспондентская, семантическая, конвенциональная, априористская), ее парадоксы и критика. Неклассические концепции истины (когерентная, прагматистская, диалектико-материалистическая, волюнтаристская, экономическая). Проблема критериев истины: «внутреннее совершенство и внешнее оправдание» (логические, эмпирические, практические, теоретические и др. аспекты). Парадокс Нельсона. Истина как оценка знания; истина как состояние, как акт и как процесс. Соотношение истины и мнения, истины и веры, истины и заблуждения, истины и познавательной ошибки. Истина и истинность. Истина как ценность.	Сам. работа	2	4	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Оценочные материалы для текущего контроля размещены в онлайн-курсе Курс: Философия (универсальное ядро) (asu.ru) на образовательном портале

УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

Тестовые задания (выбор одного ответа)

1. Ключевой категорией в философии А. Шопенгауэра является

1. воля
2. либидо
3. парадигма
4. экзистенция
5. вещь-в-себе

2. Философия А. Бергсона относится к направлению

1. философия жизни
2. философия Просвещения
3. неопозитивизм
4. аналитическая философия
5. структурализм

3. Кто из родоначальников философии первым назвал себя «философом», т.е. любящим мудрость, испытывающим к ней влечение?

1. Фалес;
2. Будда;
3. Гераклит;
4. Пифагор;

4. Какие из перечисленных школ, сформировавшихся в течение эпического периода древнеиндийской философии, отрицали авторитет вед?

1. веданта;
2. буддизм;
3. йога;
4. ньяя

5. Кто считается основателем джайнизма?

1. Конфуций;
2. Будда;
3. Махавира Вардхамана;
4. Кришна;

6. Определите содержание важнейшего философского понятия древнекитайской философии – сяо:

1. сыновняя почтительность и почитание старшего брата;
2. гуманность, милосердие, человечность;
3. совершенный, благородный человек;
4. ритуал, церемония, этикет;

7. Представителем экзистенциальной философии является:

1. Ж.-П. Сартр
2. О. Конт
3. З. Фрейд
4. Г. Риккерт

8. Важнейшей категорией в философии Ф. Ницше является:

1. воля к власти
2. экзистенция
3. парадигма
4. деконструкция
5. понимание

9. Важнейшей работой М. Хайдеггера является

1. «Бытие и время»
2. «Бытие и ничто»
3. «Истина и метод»
4. «Логико-философский трактат»

10. Мыслитель, полагавший, что человек движим, прежде всего, сексуальными инстинктами:

1. Г.В.Ф. Гегель;
2. Ф. Ницше;
3. З. Фрейд;
4. Ж.-П. Сартр.

11. Понятие общественно-экономической формации принадлежит:
1. позитивизму;
 2. марксизму;
 3. фрейдизму;
 4. экзистенциализм
12. Философ – представитель направления «философия жизни»:
1. А. Бергсон;
 2. И. Кант;
 3. Г.В.Ф. Гегель;
 4. Р. Декарт.
13. Впервые понятие «бытие» в философии использовал:
1. Бэций;
 2. Плотин;
 3. Парменид;
 4. Г.В.Ф. Гегель.
14. Основная проблема, решавшаяся философами милетской школы:
1. проблема познаваемости мира;
 2. проблема первичности материи или духа;
 3. проблема первоначала;
 4. проблема природы человеческой души.
15. Философ, автор «Феноменологии духа», «Науки логики», «Философии истории», «Философии права»:
1. Г.В.Ф. Гегель;
 2. И. Кант;
 3. Б. Спиноза;
 4. Р. Декарт.

Ключ к тестам

№ ответ

- 1 1
2 1
3 4
4 2
5 3
6 1
7 1
8 1
9 1
10 3
11 2
12 1
13 3
14 3
15 1

Критерии оценивания:

Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ:

«зачтено» – верно выполнено более 60% заданий.

«не зачтено» – верно выполнено менее 60% задании

Контрольные вопросы

1. Что является первоосновой всего сущего согласно Анаксимену?

Ответ – воздух.

2. Что лежит в основе бытия по мнению античного философа Демокрита?

Ответ – атомы.

3. Метод в философии, согласно которому истина «рождается» в диалоге?

Ответ – майевтика.

4. Основаная работа Конфуция?

Ответ - «Лунь-юй».

5. Кому принадлежит тезис «человек есть мера всех вещей»?

Ответ – Протагор.

9. Какие ситуации выдвигаются на первый план экзистенциалистами в понимании человеческого бытия?

Ответ - пограничные ситуации.

10. «Философская позиция, отрицающая возможность достоверного познания сущности окружающей человека действительности, – это позиция ...»

Ответ – агностицизма.

11. Кого из древнегреческих философов называли «учителями мудрости»?

Ответ – софистов.

12. Раздел философии исследующий проблемы познания?

Ответ – гносеология.

13. Исторической формой социально-культурных и жизненных регулятивов наряду с мифологией и философией является?

Ответ – религия.

14. Аристотель определяет человека как разумное и ... животное?

Ответ – политическое.

15. Заключительной философской частью вед являются?

Ответ – упанишады.

16. Философское направление, разработавшее учение о четырёх благородных истинах?

Ответ – буддизм.

17. Господствующая в философии средневековья концепция творения мира и соотношения Бога и мира?

Ответ – креационизм.

18. Общественная модель, разработанная Т. Гоббсом?

Ответ – теория общественного договора.

19. Какие формы правления выделял французский философ эпохи Просвещения Ш. Монтескье?

Ответ – республиканская, монархическая, деспотическая.

20. Как И. Кант охарактеризовал воспринимаемую человеком действительность?

Ответ – мир явлений.

УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

1. Направление современной философии, являющееся материалистическим:

1. неотомизм;
2. марксизм;
3. экзистенциализм;
4. феноменология.

2. В марксизме главным в развитии общества считается:

1. народонаселение;
2. географическая среда;
3. воля личности;
4. способ производства материальных благ.

3. Школа в древнекитайской философии, полагавшее главными принципами управления государством награды и наказания:

1. легизм;
 2. даосизм;
 3. моизм;
 4. конфуцианство.
4. «Ошибка выжившего» впервые описана в работе этого философа:

1. Р.Декарт;
2. Вольтер;
3. Р.Бэкон;
4. Ф.Бэкон.

5. Исчезновение субъекта провозгласили представители этого философского направления:

1. постмодернизм;
2. метамодернизм;
3. модернизм;
4. домодернизм.

6. Одним из ключевых понятий, с помощью которого Ж.Бодрийяр описывает социальную реальность является:

1. ризома;
2. символ;
3. означающее;
4. симулякр.

7. К представителям философии 20 века относится:

1. Г.Миллер;

2. Ф.Кафка;
3. Ж.Делез;
4. Ж.Ламетри.
8. Основной объект исследования, мера вещей и отношений в эпоху Возрождения:
 1. человек;
 2. Бог;
 3. природа;
 4. космос.
9. Философия в середине века занимала подчиненное положение по отношению к:
 1. богословию;
 2. науке;
 3. психологии;
 4. этике.
10. Основным методом научного познания, согласно Ф. Бэкону, должен стать:
 1. апофатический;
 2. индуктивный;
 3. дедуктивный;
 4. диалектический.
11. Согласно психоаналитическому учению З.Фрейда, жизнь в целом и большинство конкретных поступков человека определяется:
 1. разумом;
 2. мышлением;
 3. рассудком;
 4. бессознательным.
12. С именем какого философа связана традиция европейского рационализма:
 1. Ф. Бэкон;
 2. Р. Декарт;
 3. Т. Гоббс;
 4. Б. Спиноза.
 5. Дж. Локк.
13. Кто из философов считал естественным состоянием «войну всех против всех»:
 1. Д. Бруно;
 2. Т. Мор;
 3. Т. Гоббс.
 4. Д. Дидро;
14. . Назовите форму бытия, находящуюся в центре проблематики экзистенциализма:
 1. бытие природы;
 2. индивидуальное бытие человека;
 3. бытие абсолютного;
 4. бытие общества.
15. Объектом философии является:
 1. мир в целом
 2. мир природы
 3. общество
 4. трансцендентное

Ключ к тестам

№ ответ

- 1 2
- 2 4
- 3 1
- 4 4
- 5 1
- 6 4
- 7 3
- 8 1
- 9 1
- 10 2
- 11 4
- 12 2
- 13 3

14 2
15 1

Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ:
«зачтено» – верно выполнено более 60% заданий.
«не зачтено» – верно выполнено менее 60% заданий

Контрольные вопросы:

1. Назовите философскую школу, к которой относятся Сенека, Марк Аврелий, Эпиктет.
Ответ – стоицизм.
2. Этический принцип, согласно которому основным мотивом и смыслом человеческой жизни является наслаждение?
Ответ – гедонизм.
3. Учение о сотворении мира Богом.
Ответ – креационизм.
4. Установка, согласно которой универсалии существуют до, вне и помимо единичных вещей.
Ответ – номинализм.
5. Учение, согласно которому реально существует лишь единичное, в то время как общие понятия есть не более, чем имена, звуки.
Ответ – реализм.
6. Учение средневековой философии об истолковании исторического процесса как осуществлении замысла Бога?
Ответ – провиденциализм.
7. Какой принцип лежал в основе философии Дж. Беркли?
Ответ – «существовать – значит быть воспринимаемым».
8. Основоположителем какого гносеологического учения является Р. Декарт?
Ответ – рационализм.
9. Материалистические концепции утверждают, что ... является способом существования материи.
Ответ – движение.
10. Что античный философ Гераклит полагал в качестве образа вечного движения?
Ответ – огонь.
11. Главный фактор общественного развития в концепции К. Маркса?
Ответ – производственные силы.
12. Современное направление в науке, изучающее нестабильность самоорганизующихся систем?
Ответ – синергетика.
13. Объективная, существенная, необходимая, внутренняя, повторяющаяся, устойчивая связь (отношение) между явлениями и процессами?
Ответ – закон.
14. Согласно определению В.И. Ленина ... – это «большие группы людей, различающиеся их местом в исторически определенной системе общественного производства...».
Ответ – классы.
15. Течение средневековой философии, согласно которому общее существует реально в виде некой сущности?
Ответ – реализм.
16. Какую формулу определения права предложил немецкий философ И. Кант?
Ответ – «равенство в свободе по всеобщему закону».
17. Совокупностью исторически сложившихся форм совместной деятельности людей является?
Ответ – общество.
18. Что понимается под общественной формацией в марксистской философии?
Ответ – исторический тип общества.
19. Наука об отношениях, существующих между людьми, и об обязанностях, вытекающих из этих отношений.
Ответ – этика.
20. Система неписаных законов, являющихся регуляторами поведения человека в обществе.
Ответ – мораль.

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Не предусмотрено.

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

1. Предмет философии. Функции философии. Место философии в духовной жизни общества.
2. Проблема генезиса древнеиндийской философской мысли.
3. Этапы развития древнеиндийской философии. Ортодоксальные и неортодоксальные философские течения и школы.
4. Специфические черты философии древней Индии.
5. Проблема генезиса и развития китайской философской мысли. Вопрос о происхождении школ.
6. Специфические черты древнекитайской философии.
7. Философские идеи Конфуция и основные категории даосской философии Основные школы древнекитайской философии: даосизм, конфуцианство, дзен-буддизм.
8. Место философии Нового времени в истории философии.
9. Главные направления нововременной философии.
10. Эмпиризм Фр. Бэкона. Рационализм Р. Декарта.
11. Общая характеристика философии Просвещения: деизм, механицизм и антиисторизм французских философов XVIII в.
12. Сенсуализм и рационализм деятелей Просвещения.
13. Критическая направленность философии Ф.М.Вольтера. Вольтер (Франсуа Мари Аруэ).
14. Специфические черты философии А.Шопенгауэра.
15. Метафизика А.Шопенгауэра: мир как воля и представление.
16. Философия Фр. Ницше: учение о «дионисийском» и «аполлоническом» началах мира и культуры.
17. Программа переоценки религиозных и моральных ценностей в философии Фр. Ницше.
18. Феноменология М. Хайдеггера: критика классической метафизики и принципы экзистенциально-феноменологического анализа.
19. Категориальная «четверица» и пластика языка у М. Хайдеггера. Язык как «дом бытия» Проблема ничто и «говорящего молчания».
20. Идея «усредненной понятливости» категории бытия в философии М. Хайдеггера и проблема «герменевтического круга». «Essentia» и «Existentia» «Dasein» и «Das Man».
21. Социокультурные предпосылки и философские основания неклассической философии, а также ее основные особенности.
22. Научная революция начала XX века и философия науки.
23. З.Фрейд и возникновение психоанализа.
24. Позитивизм и его исторические формы.
25. Бытие, сущее и существующее: критический анализ.
26. Субстанция как единая первооснова качественного многообразия мира. Понятие субстанциальной основы бытия в истории философии.
27. Человеческая жизнь как экзистенция. Феноменологические концепции бытия.
28. Знание и познание. Понятия субъекта и объекта познания.
29. Понятие истины. Абсолютная истина. Относительность истины. Абстрактная и конкретная истины.
30. Критерии истинности знаний.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Гуревич П.С.	Философия: учебник для академического бакалавриата	Издательство Юрайт,, 2021	https://urait.ru/book/filosophiya-475529
Л1.2	Родзинский Д. Л.	Философия: учебное пособие для академического бакалавриата	М. : Издательство Юрайт, 2021	https://urait.ru/book/filosophiya-472382
Л1.3	Ивин А. А., Никитина И. П.	ФИЛОСОФИЯ. Учебник для академического бакалавриата: Гриф УМО ВО	М.:Издательство Юрайт, 2019	https://biblio-online.ru/book/54A6E2E0-CE4B-4DB5-9B81-03BBA71B54B3

Л1.4	Светлов, В. А.	Философия : учебное пособие для вузов	Издательство Юрайт, 2020	https://biblio-online.ru/bcode/453120
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Гриненко, Г. В.	История философии в 2 ч. Часть 1. От древнего мира до эпохи просвещения : учебник для академического бакалавриата	М. : Издательство Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/6ABD6C1A-A2C5-4F9B-B75D-802C7016B0E5
Л2.2	Гриненко, Г. В.	История философии в 2 ч. Часть 2. : учебник для академического бакалавриата	М. : Издательство Юрайт, , 2018	https://urait.ru/bcode/470524
Л2.3	Бессонов Б.Н.	История философии: Учебное пособие	М : Издательство Юрайт, 2018	http://www.biblio-online.ru/book/DD2FBCA9-239B-42C9-AC53-9C9CEAD9941C?
Л2.4	Лебедев С.А.	Философия науки : Учебное пособие	М.:ЮРАЙТ, 2018	www.biblio-online.ru/book/96CAA82F-C430-46E9-B517-257F5DA6567A.
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название	Эл. адрес		
Э1	Сайт «Философия без границ»	http://platonanet.org.ua/		
Э2	Журнал «Вопросы философии»	http://vphil.ru/		
Э3	Библиотека по философии	http://lib.ru/FILOSOF/		
Э4	Сайт «Философы древности»	http://www.philosoma.ru/		
Э5	Институт философии РАН: философия в России	www.philosophy.ru		
Э6	Научная электронная библиотека ФГБОУ ВПО «АлтГУ»	http://www.lib.asu.ru		
Э7	ЭБС АлтГУ	http://elibrary.asu.ru/		
Э8	ЭБС «Лань»	http://www.e.lanbook.com		
Э9	Университетская библиотека ONLINE	http://www.biblioclub.ru		
Э10	ЭБС издательства «Юрайт»	https://www.biblio-online.ru/		
Э11	Научная электронная библиотека	http://www.elibrary.ru		
Э12	Курс на ЕОП	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=4023		
6.3. Перечень программного обеспечения				
MS Office 10: Word, Excel, PowerPoint Microsoft Windows				

7-Zip
AcrobatReader

6.4. Перечень информационных справочных систем

Сайт «Философия без границ». Режим доступа: <http://platonanet.org.ua/>
Журнал «Вопросы философии». Режим доступа: <http://vphil.ru/>
Библиотека по философии. Режим доступа: <http://lib.ru/FILOSOF/>
Сайт «Философы древности». Режим доступа: <http://www.philosoma.ru/>
Институт философии РАН: философия в России (www.philosophy.ru)
LIBRARY.RU Информационно-справочный портал при поддержке Министерства культуры РФ (<http://www.library.ru/>)
<http://www.lib.asu.ru> – Научная электронная библиотека ФГБОУ ВПО «АлтГУ»;
<http://elibrary.asu.ru/> - ЭБС АлтГУ;
<http://www.e.lanbook.com> – ЭБС «Лань»;
<http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека ONLINE;
<https://www.biblio-online.ru/> - ЭБС издательства «Юрайт»;
<http://www.elibrary.ru> – Научная электронная библиотека.
Электронная библиотека по философии: <http://rilosof.historic.ru>;
Интернет-библиотека Института философии РАН <http://www.philosophy.ru/library/library.html>
Электронная база данных «Scopus» (<http://www.scopus.com>)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
Помещение для самостоятельной работы	помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов.

В процессе освоения данного курса студенты должны усвоить его категориальный аппарат. Для наиболее эффективного усвоения материала в процессе изучения курса особое место уделяется развитию творческих способностей студентов. Учебный процесс ориентируется на саморазвивающуюся личность, которая стремится к самопознанию и принятию самостоятельных решений.

Самостоятельная работа студентов проводится с целью:

1. закрепления знаний обучающегося по изучаемой дисциплине;
2. углубления и расширения общекультурного уровня студента;
3. формирования умений подбирать и использовать научную, справочную и др. литературу;
4. развития познавательных способностей студента, а также его творческого потенциала;
5. формирования навыков научно-исследовательской работы.

Для достижения указанных целей студент должен решать следующие задачи:

1. изучить рекомендованную литературу, уделяя особое внимание первоисточникам;
2. выполнять предлагаемые задания;
3. выполнять требования, предъявляемые преподавателем при подготовке к практическим занятиям.

Методическое описание порядка проведения (процедуры) оценивания усвоенных компетенций в процессе практических занятий.

Практическое занятие проводится по оригинальному философскому источнику. Студенту для прочтения и анализа предлагается не более 30 страниц текста, а также учебная литература для оптимального его усвоения. Предлагаемые в плане практического занятия контрольные вопросы детализируют основные вопросы практического занятия и помогают студенту подготовить ответы на них. Основные вопросы практического занятия формулируются по оригинальному источнику и предполагают его анализ и аргументированную критику, а не комментирование или пассивное воспроизведение. Практическое занятие проходит в форме диалога и полилога. После ответа предлагаются дополнения, задаются вопросы на углубление материала, обсуждаются спорные моменты, расставляются необходимые акценты. Для формирования и закрепления умений и навыков студентам предлагается решение практических заданий по теме занятия. За практическое занятие студент по 4-балльной шкале может получить оценку «удовлетворительно», «хорошо» или «отлично» либо при условии отличного ответа на основной вопрос и решении практического задания, либо в случае непрерывного участия в работе практического занятия. По итогам практических занятий, при условии постоянной работы на них, студент может по 4-балльной шкале получить оценку «удовлетворительно», «хорошо» или «отлично» (медианная оценка), которая учитывается при проведении зачета.

Методическое описание порядка проведения (процедуры) оценивания усвоенных компетенций на зачете.

Студент может сдать зачет либо по итогам практических занятий, либо по вопросам к зачету в исключительно дистанционной форме.

По итогам практических занятий, студент может по 4-балльной шкале оценку «удовлетворительно», «хорошо» или «отлично», что соответствует оценке «зачтено».

По вопросам к зачету в исключительно дистанционной форме. В вопросы к зачету включены теоретические и практические вопросы по тематике курса. Данные вопросы определяют для студентов те основные дидактические единицы курса, которые будут вынесены на зачет и в рамках которых будут предложены теоретические и практические задания, соответствующие тематике и структуре курса, направленные на реализацию содержания формируемых компетенций.

Зачет в дистанционной форме проводится в электронном курсе «Философия (универсальное ядро)», размещенном на Едином образовательном портале АлтГУ <https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=4023>.

Контрольно-измерительный материал зачета включает 2 типа заданий: тестирование и индивидуальное практическое задание в виде эссе, требующее развернутого и аргументированного ответа с опорой на изученные в течение семестра философские концепции и источники.

Тест включает 20 конкретных теоретических и практических заданий по всем разделам курса, соответствующих списку общих вопросов к зачету. На ответ на вопросы теста студенту отводится 30 минут. По итогам тестирования студент может получить от 50 до 100 баллов, что соответствует оценке «зачтено», либо от 0 до 49 баллов, что соответствует оценке «не зачтено».

На выполнение индивидуального практического задания в форме эссе студенту отводится 30 минут. По итогам выполнения этого задания студент может получить от 50 до 100 баллов, что соответствует оценке «зачтено», либо от 0 до 49 баллов, что соответствует оценке «не зачтено».

Общий порядок проведения процедур оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций определены в «Положении о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования в ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный университет» от 29.09.2017, №1181/п.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Человек в современном мире рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра экономики и эконометрики
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	6 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	216	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	2
аудиторные занятия	72		
самостоятельная работа	117		
контроль	27		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (2)		Итого	
	Неделя	18		
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	40	40	40	40
Практические	32	32	32	32
Сам. работа	117	117	117	117
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	216	216	216	216

Программу составил(и):
д.э.н., Профессор, Шваков Евгений Евгеньевич

Рецензент(ы):
к.э.н., Доцент, Деркач Н.О.

Рабочая программа дисциплины
Человек в современном мире

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра экономики и эконометрики

Протокол от 07.06.2023 г. № 9
Срок действия программы: 2023-2024 уч. г.

Заведующий кафедрой
Шваков Евгений Евгеньевич

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра экономики и эконометрики

Протокол от 07.06.2023 г. № 9
Заведующий кафедрой *Шваков Евгений Евгеньевич*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	<p>формирование знаний об основных сферах жизнедеятельности человека и роли в них экономики, формирование умений и навыков умений и навыков поиска необходимой информации для изучения проблем и практических ситуаций, с которыми сталкивается человек в своей жизнедеятельности, на основе системного подхода, умений и навыков их анализа (включая проведение необходимых экономических расчетов) и выстраивание коммуникаций при их обсуждении с учетом культурного, религиозного, этнического, социального многообразия современного общества. Каждый из разделов курсов предполагает приобретение знаний, а также формирование умений и навыков умений и навыков поиска необходимой информации для изучения проблем и практических ситуаций, с которыми сталкивается человек в следующих сферах своей жизнедеятельности:</p> <ul style="list-style-type: none"> - в системе хозяйствования как первичной сфере жизнедеятельности человека; - в сфере экономики; - в системе права; - в системе политических и властных отношений; - в сфере культуры в части ее влияние на экономическое поведение человека.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.01

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
УК-1.1	Знает основные теоретико методологические положения системного подхода как научной и философской категории
УК-1.2	Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов
УК-1.3	Сопоставляет разные источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений
УК-1.4	Анализирует информацию и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки
УК-10	Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности
УК-10.1	Знает основные понятия экстремизма, терроризма, коррупционного поведения, их основные признаки, актуальные направления государственной политики в сфере противодействия экстремизму, терроризму, коррупции; о негативных последствиях, наступающих в случае привлечения к ответственности за подобные нарушения
УК-10.2	Умеет критически оценивать и выбирать правомерные инструменты формирования нетерпимого отношения к проявлениям экстремизма, терроризма и коррупционного поведения, в том числе в профессиональной деятельности
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-3.1	Знает концепции, принципы и методы построения эффективной работы в команде с учетом правовых и этических принципов и норм социального взаимодействия, существенные характеристики и типологию лидерства
УК-3.2	Участвует в обмене информацией, знаниями и опытом в интересах выполнения командной задачи, презентуя профессиональные задачи
УК-3.3	Владеет способами самодиагностики определения своего ролевого статуса в команде, приемами эффективного социального взаимодействия и способами их правовой и этической оценки, коммуникативными навыками

УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
УК-5.1	Знает основные подходы к изучению культурных явлений; многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии во временной ретроспективе, формы межкультурного взаимодействия; особенности и этапы развития духовной и материальной культуры народов мира
УК-5.2	Применяет знания особенно стей межкультурного взаимодействия в практической деятельности; критически осмысливает и формирует собственную позицию по отношению к явлениям современной жизни с учетом их культурно-исторической обусловленности
УК-5.3	Владеет нормами взаимодействия и толерантного поведения в условиях культурного, религиозного, этнического, социального многообразия современного общества
УК-5.4	Владеет приемами презентации результатов собственных теоретических изысканий в области межкультурного взаимодействия
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
УК-9.1	Знает базовые экономические понятия, объективные основы функционирования экономики и поведения домохозяйств и его субъектов; ресурсные ограничения экономического развития и особенности циклического развития рыночной экономики; понятие общественных благ, роль государства в их обеспечении и возможностях их получения домохозяйствами, основы функционирования финансовых рынков и принятия домохозяйствами инвестиционных решений
УК-9.2	Умеет использовать понятийный аппарат экономической науки для описания экономических и финансовых процессов функционирования домохозяйств; искать и собирать финансовую и экономическую информацию для принятия обоснованных решений; анализировать финансовую и экономическую информацию, необходимую для принятия обоснованных решений в сфере экономики домохозяйства; оценивать процентные, кредитные, курсовые, рыночные, операционные, общеэкономические, политические риски неблагоприятных экономических и политических событий для экономики домохозяйства; решать типичные задачи, связанные с личным финансовым планированием
УК-9.3	Владеет методами оценки будущих доходов и расходов домохозяйства, сравнение условий различных финансовых продуктов и условий инвестирования личных доходов; навыками решения типичных задач в сфере личного экономического и финансового планирования

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	<p>УК-1.1. Знает основные теоретико-методологические положения системного подхода как научной и философской категории.</p> <p>УК-3.1. Знает концепции, принципы и методы построения эффективной работы в команде с учетом правовых и этических принципов и норм социального взаимодействия, существенные характеристики и типологию лидерства.</p> <p>УК-5.1. Знает основные подходы к изучению культурных явлений; многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии во временной ретроспективе, формы межкультурного взаимодействия; особенности и этапы развития духовной и материальной культуры народов мира.</p> <p>УК-9.1. Знает базовые экономические понятия, объективные основы функционирования экономики и поведения домохозяйств и его субъектов; ресурсные ограничения экономического развития и особенности циклического развития рыночной экономики; понятие общественных благ, роль государства в их обеспечении и возможностях их получения домохозяйствами, основы функционирования финансовых рынков и принятия домохозяйствами инвестиционных решений,</p> <p>УК-10: Рассказывает о действующих правовых нормах российского законодательства, обеспечивающих борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности</p>
3.2.	Уметь:

3.2.1.	<p>УК-1.2. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов.</p> <p>УК-3.2. Участвует в обмене информацией, знаниями и опытом в интересах выполнения командной задачи, презентуя профессиональные задачи.</p> <p>УК-5.2. Применяет знания особенностей межкультурного взаимодействия в практической деятельности; критически осмысливает и формирует собственную позицию по отношению к явлениям современной жизни с учетом их культурно-исторической обусловленности.</p> <p>УК-9.2. Умеет использовать понятийный аппарат экономической науки для описания экономических и финансовых процессов функционирования домохозяйств; искать и собирать финансовую и экономическую информацию для принятия обоснованных решений; анализировать финансовую и экономическую информацию, необходимую для принятия обоснованных решений в сфере экономики домохозяйства; оценивать процентные, кредитные, курсовые, рыночные, операционные, общеэкономические, политические риски неблагоприятных экономических и политических событий для экономики домохозяйства; решать типичные задачи, связанные с личным финансовым планированием.</p> <p>УК- 10. Умеет применять законодательство РФ в различных областях жизнедеятельности в т.ч. по борьбе с коррупцией</p>
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	<p>УК-1.3. Сопоставляет разные источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений.</p> <p>УК-1.4. Анализирует информацию и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки</p> <p>УК-3.3. Владеет способами самодиагностики определения своего ролевого статуса в команде, приемами эффективного социального взаимодействия и способами их правовой и этической оценки, коммуникативными навыками.</p> <p>УК-5.3. Владеет нормами взаимодействия и толерантного поведения в условиях культурного, религиозного, этнического, социального многообразия современного общества.</p> <p>УК-5.4. Владеет приемами презентации результатов собственных теоретических изысканий в области межкультурного взаимодействия.</p> <p>УК-9.3. Владеет методами оценки будущих доходов и расходов домохозяйства, сравнение условий различных финансовых продуктов и условий инвестирования личных доходов; навыками решения типичных задач в сфере личного экономического и финансового планирования.</p> <p>УК-10. Способен выявлять коррупционные признаки</p>

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. ХОЗЯЙСТВОВАНИЕ КАК ПЕРВИЧНАЯ СФЕРА ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЧЕЛОВЕКА						
1.1.	Жизнедеятельность человека и хозяйствование	Лекции	2	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.2.	Жизнедеятельность человека и хозяйствование	Практические	2	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.3.	Жизнедеятельность человека и хозяйствование	Сам. работа	2	6		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.4.	Сущность хозяйственной деятельности человека	Лекции	2	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.5.	Сущность хозяйственной деятельности человека	Практические	2	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.6.	Сущность хозяйственной деятельности человека	Сам. работа	2	6		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.7.	Модели поведения человека в мире хозяйствования	Лекции	2	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.8.	Модели поведения человека в мире хозяйствования	Практические	2	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.9.	Модели поведения человека в мире хозяйствования	Сам. работа	2	6		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
Раздел 2. ПОВЕДЕНИЕ И ВЫБОР ЧЕЛОВЕКА В СФЕРЕ ЭКОНОМИКИ						
2.1.	Человек на рынке труда	Лекции	2	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.2.	Человек на рынке труда	Практические	2	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.3.	Человек на рынке труда	Сам. работа	2	6		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.4.	Человек на рынке товаров и услуг	Лекции	2	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.5.	Человек на рынке товаров и услуг	Практические	2	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.6.	Человек на рынке товаров и услуг	Сам. работа	2	7		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.7.	Человек рациональный и его экономическое поведение	Лекции	2	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.8.	Человек рациональный и его экономическое поведение	Практические	2	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.9.	Человек рациональный и его экономическое поведение	Сам. работа	2	6		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.10.	Человек в мире современных денег	Лекции	2	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.11.	Человек в мире современных денег	Практические	2	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.12.	Человек в мире современных денег	Сам. работа	2	7		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.13.	Человек в мире кредита и на финансовом рынке	Лекции	2	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.14.	Человек в мире кредита и на финансовом рынке	Практические	2	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.15.	Человек в мире кредита и на финансовом рынке	Сам. работа	2	7		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.16.	Человек и его взаимоотношения с государством	Лекции	2	4		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.17.	Человек и его взаимоотношения с государством	Практические	2	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.18.	Человек и его взаимоотношения с государством	Сам. работа	2	7		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.19.	Современная мировая экономика и человек	Лекции	2	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.20.	Современная мировая экономика и человек	Практические	2	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.21.	Современная мировая экономика и человек	Сам. работа	2	6		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
Раздел 3. ЧЕЛОВЕК В СИСТЕМЕ ПРАВА						
3.1.	Человек в системе хозяйственного права	Лекции	2	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.2.	Человек в системе хозяйственного права	Практические	2	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.3.	Человек в системе хозяйственного права	Сам. работа	2	7		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.4.	Собственность как правовое отношение	Лекции	2	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.5.	Собственность как правовое отношение	Практические	2	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.6.	Собственность как правовое отношение	Сам. работа	2	6		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 4. ЧЕЛОВЕК В СИСТЕМЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ И ВЛАСТНЫХ ОТНОШЕНИЙ						
4.1.	Человек как субъект политики и власти	Лекции	2	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
4.2.	Человек как субъект политики и власти	Практические	2	1		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
4.3.	Человек как субъект политики и власти	Сам. работа	2	7		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
4.4.	Человек и власть государства	Лекции	2	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
4.5.	Человек и власть государства	Практические	2	1		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
4.6.	Человек и власть государства	Сам. работа	2	6		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
4.7.	Реализация экономической политики	Лекции	2	4		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
4.8.	Реализация экономической политики	Практические	2	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
4.9.	Реализация экономической политики	Сам. работа	2	7		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
Раздел 5. СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ СРЕДА И РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕКА						
5.1.	Человек как личность: формирование и самореализация	Лекции	2	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
5.2.	Человек как личность: формирование и самореализация	Практические	2	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
5.3.	Человек как личность: формирование и самореализация	Сам. работа	2	7		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
5.4.	Место и роль культуры в развитии человека	Лекции	2	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
5.5.	Место и роль культуры в развитии человека	Практические	2	1		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
5.6.	Место и роль культуры в развитии человека	Сам. работа	2	7		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
5.7.	Общество и взаимоотношения человека с ним	Лекции	2	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
5.8.	Общество и взаимоотношения человека с ним	Практические	2	1		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
5.9.	Общество и взаимоотношения человека с ним	Сам. работа	2	6		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн - курсе на образовательном портале " Цифровой Университет АлтГУ" - <https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8750> - ссылка на общий курс "Человек в современном мире"

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ УК – 1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (направления подготовки бакалавриата)/ УК – 1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий (направления подготовки специалитета)

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА:

Вопрос 1:

К безработным, охваченным циклической безработицей, относится...

- 1) молодая неработающая женщина, ведущая домашнее хозяйство
- 2) архитектор на пенсии, ищущий работу в фирме в связи с желанием получить большой заработок
- 3) инженер-конструктор в связи с переездом на новое место жительства
- 4) молодой безработный бухгалтер, находящийся в процессе поиска места работы не по специальности (правильный ответ)

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА:

Вопрос 1:

Если функция спроса на товар описывается уравнением $QD = 80 - 2P$, а предложения – $QS = 10 + 3P$, то равновесная цена составит _____. (ответ введите в виде целого числа).

Ответ: 14

Вопрос 2:

Если функция спроса на товар описывается уравнением $QD = 80 - 2P$, а предложения – $QS = 10 + 3P$, то равновесный объем продаж составит _____. (ответ введите в виде целого числа).

Ответ: 52

Вопрос 3:

Если функция спроса на землю описывается уравнением $QD = 1000 - 4R$, где R – рента, то при предложении земли в 500 га величина ренты будет составлять _____. (ответ введите в виде целого числа).

Ответ: 125

Вопрос 4:

Ниже приведенное утверждение: «Банкноты и монеты Банка России обязательны к приему по нарицательной стоимости при осуществлении всех видов платежей, для зачисления на счета, вклады и для перевода на всей территории Российской Федерации» описывает функцию денег, как средства

_____.
Ответ: платежа

Вопрос 5:

Ниже приведенное утверждение: «Банки предлагают множество продуктов, позволяющих вкладчику не только управлять своими финансами, но и получить от этого выгоду» описывает функцию денег, как средства _____..

Ответ: накопления.

Вопрос 6 :

Ниже приведенное утверждение: «Плохой альтернативой денежным расчетам является бартер» описывает функцию денег, как средства _____..

Ответ: обращения.

Вопрос 7:

Эмиссионная ценная бумага, доля владения компанией, закрепляющая права её владельца (акционера) на получение части прибыли акционерного общества в виде дивидендов – это _____.

Ответ: акция

Вопрос 8:

Доходом по акциям является _____.

Ответ: дивиденд

Вопрос 9:

Полгода назад Иван заложил в ломбарде золотые часы. В этих отношениях ломбард выдал Ивану _____

_____.
Ответ: заем.

УК – 3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА:

Вопрос 1:

В игровой модели индивид обладает чертами «экономического человека», поскольку:

- 1) действует в условиях неопределенности
- 2) взаимодействует с большим количеством игроков
- 3) максимизирует целевой показатель (правильный ответ)
- 4) подвергается воздействию «невидимой руки»

Вопрос 2:

К безработным, охваченным фрикционной формой безработицы, и имеющим право на получение пособия по безработице, относится:

- 1) инженер-конструктор, ищущий работу в связи с переездом на новое место жительства (правильный ответ);
- 2) архитектор на пенсии, ищущий работу в другой фирме в связи с желанием получить больший заработок
- 3) молодой безработный бухгалтер, находящийся в процессе поиска места работы не по специальности
- 4) молодая неработающая женщина, ведущая домашнее хозяйство

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА:

Вопрос 1:

Стратегия поведения, наиболее выгодная в игре «Дилемма заключенных» называется _____.

Ответ: солидарной

Вопрос 2:

Работник просит у директора материальной помощи в связи с непредвиденными семейными обстоятельствами, а директор тут же сообщает, что фирме требуется сотрудник, который дежурил бы в офисе в ближайшие выходные. Работник соглашается остаться на дежурство. Такая реакция работника

определяется эффектом _____.

Ответ: якоря

Вопрос 3:

Межличностные отношения, в которые человек вступает в процессе трудовой деятельности – это _____ отношения.

Ответ: деловые

Вопрос 4:

Стратегия урегулирование межличностного конфликта путем взаимных уступок – это _____.

Ответ: компромисс

Вопрос 5:

Человек, работающий удаленно с одним или несколькими заказчиками по гражданско-правовому договору или на основе других договоренностей в рамках фриланса – это _____.

Ответ: фрилансер

Вопрос 6:

Человек, работающий в организации по трудовому договору является _____ работником.

Ответ: наемным

Вопрос 7:

С сотрудником, работающим в организации по основному месту работы и на условиях постоянной занятости заключается _____ договор.

Ответ: трудовой.

Вопрос 8:

Выпускнику вуза, впервые ищущему работу и признанному безработным, назначается минимальное пособие сроком на _____ месяца (ответ введите в виде целого числа).

Ответ: 3.

УК – 5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (направления подготовки бакалавриата)/УК – 5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия (направления подготовки специалитета)

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА:

Вопрос 1:

В традиционной экономике проблема экономического выбора при ограниченных ресурсах зависит от ...

- 1) традиций и обычаев (правильный ответ)
- 2) воли правящей элиты
- 3) количества денег
- 4) рыночной конъюнктуры

Вопрос 2:

Командно-административная система экономики основывается на ...

- 1) традициях
- 2) конкуренции
- 3) частной собственности
- 4) централизованном распределении благ (правильный ответ)

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА:

Вопрос 1:

Основными понятиями, характеризующими человека, являются индивид, индивидуальность и личность. Совокупность социальных качеств характеризует человека как _____.

Ответ личность.

Вопрос 2:

Основными понятиями, характеризующими человека, являются индивид, индивидуальность и личность. Пол человека характеризует его как _____.

Ответ: индивид.

Вопрос 3:

Основными понятиями, характеризующими человека, являются индивид, индивидуальность и личность. Характер человека определяет его _____.

Ответ: индивидуальность.

Вопрос 4:

Основными понятиями, характеризующими человека, являются индивид, индивидуальность и личность. Трудовая деятельность человека определяет его _____.

Ответ: индивидуальность

Вопрос 5:

Основными понятиями, характеризующими человека, являются индивид, индивидуальность и личность. Религия человека характеризует его как _____.

Ответ: индивидуальность.

Вопрос 6:

Религия, нормы которой положены в основу исламского банкинга, как способа ведения банковской деятельности – это _____.

Ответ: ислам.

Вопрос 7:

В исламском банкинге, как способе ведения банковской деятельности, запрещено получение дохода в виде _____.

Ответ: процента

Вопрос 8:

Государство, в котором система пожизненного найма, как форма трудовых отношений с наемными работниками, является основной – это _____.

Ответ: Япония

УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА:

Вопрос 1:

Полгода назад Иван заложил взял заём в ломбарде под залог золотых часов. Дела у него в это время шли не очень хорошо, и долг отдать не получалось. Спустя полтора месяца после истечения срока займа Ивану позвонили из ломбарда и сообщили, что большая часть долга погашена за счет реализации часов, ему осталось заплатить лишь небольшой остаток долга и проценты. Прав ли ломбард:

- 1) да, Ивану придется заплатить всю требуемую сумму;
- 2) нет, Иван должен заплатить только остаток долга;
- 3) нет, Иван должен заплатить только проценты;
- 4) нет, Иван ничего не должен ломбарду. (правильный ответ).

Вопрос 2:

Какие расходы, включенные в декларацию для получения налогового вычета, позволят уменьшить сумму налога на доходы физических лиц. (Отметьте все варианты):

- 1) Приобретение автомобиля в многодетной семье.
- 2) Расходы на образование налогоплательщика и его детей. (правильный ответ)
- 3) Расходы на благотворительность. (правильный ответ)
- 4) Проценты по потребительскому кредиту.
- 5) Оплата стоматологических услуг для детей налогоплательщика. (правильный ответ)
- 6) Приобретение подарков для пожилых родственников.

- 7) Строительство гаража на даче. (правильный ответ)
- 8) Оплата пребывания ребенка в детском летнем лагере.
- 9) Расходы на заочные подготовительные курсы.
- 10) Расходы на обучение в вузе. (правильный ответ)

Вопрос 3:

Выберите способы защиты от интернет-мошенников (несколько вариантов):

- 1) Никогда и никому не сообщать пароли (правильный ответ)
- 2) Сообщать пароли только сотрудникам банка
- 3) Никогда не делать копий файлов с секретной информацией
- 4) Не открывать сайты платежных систем по ссылке (например, в письмах) (правильный ответ)
- 5) При поиске удаленной работы не реагировать на просьбы оплаты каких-либо регистрационных взносов (правильный ответ)

Вопрос 4:

Социальными целями домохозяйства могут выступать:

1. воспитание детей
2. повышение образовательного уровня
3. обеспечение условий для полноценного отдыха
4. всё вышеперечисленное (правильный ответ)

Вопрос 5:

Что не относится к доходам семьи?

- 1) зарплата мамы и папы;
- 2) стипендия, которую получает старший брат;
- 3) деньги, полученные от сдачи квартиры в аренду;
- 4) деньги от продажи кабачков которые бабушка вырастила на огороде;
- 5) проценты от вклада в банк;
- 6) кредит на холодильник; (правильный ответ)
- 7) пенсия бабушки и дедушки;
- 8) прибыль от предпринимательской деятельности.

Вопрос 6:

Укажите неверное суждение о налогах:

- 1) Налоги — это обязательные платежи;
- 2) Налоги — это необязательные платежи; (правильный ответ)
- 3) Налоги уплачиваются из доходов физических и юридических лиц;
- 4) Налоги используются государством для выполнения своих общих задач и функций;
- 5) Налоги идут на финансирование деятельности государственных органов и социальную помощь

Вопрос 7:

Что такое дисконт?

- 1) доход
- 2) скидка (правильный ответ)
- 3) надбавка

Вопрос 8:

Кредит, выдаваемый под залог объекта, который приобретается (земельный участок, дом, квартира), называется:

- а) ипотечный (правильный ответ)
- б) потребительский
- в) целевой

Вопрос 9:

Фондовый рынок — это место, где:

- а) продаются и покупаются строительные материалы
- б) продаются и покупаются ценные бумаги (правильный ответ)
- в) продаются и покупаются продукты питания

Вопрос 10:

Такие обязательства как: банковский кредит, долги друзьям, алименты, квартплата, относят к:

- а) активам
- б) накоплениям
- в) пассивам (правильный ответ)

Вопрос 11:

Верны ли следующие суждения об источниках доходов?

А. К источникам доходов относятся заработная плата, премия, стипендия.

Б. Одним из источников дохода является покупка товаров длительного пользования.

- 1) верно только А (правильный ответ)
- 2) верно только Б
- 3) верны оба суждения
- 4) оба суждения неверны

Вопрос 12:

Техническое устройство, с помощью которого осуществляется прием или выдача наличных средств с использованием банковских карт называется

- 1) касса
- 2) монета
- 3) банкнота
- 4) банкомат (правильный ответ)

Вопрос 13:

Процент, который начисляется на первоначальную сумму депозита в банке, называется:

- а) простой (правильный ответ)
- б) средний
- в) сложный

Вопрос 14:

Неспособность заемщика (эмитента долговых ценных бумаг) выполнять свои обязанности по займу (погашение, выплата текущего дохода и др.) называется:

- а) дефолт (правильный ответ)
- б) коллапс
- в) девальвация

Вопрос 15:

Выплачиваемая нынешним пенсионерам и формируемая пенсионерам будущим трудовая пенсия по старости, выплачиваемая государством:

- а) страховая (правильный ответ)
- б) единовременная
- в) основная

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА:

Вопрос 1:

Банк России установил официальный курс доллара США 64 руб. В банке «Выгодный» установлены следующие курсы: покупка — 64,5 руб., продажа — 65,5 руб., комиссия банка за осуществление операции составляет 200 руб. независимо от суммы сделки. Вам необходимо приобрести 100 долларов США. Для приобретения 100 долларов США в данном банке у Вас должно быть _____ рублей (ответ введите в виде целого числа).

Ответ: 6750 руб.

Вопрос 2:

При продаже моторной лодки (если вы не освобождены от налогообложения) в соответствии с российским законодательством Вы должны оплатить _____.

Ответ: НДФЛ.

Вопрос 3:

Если вы являетесь владельцем моторной лодки, то в соответствии с российским законодательством Вы являетесь плательщиком _____ налога.

Ответ: транспортного

Вопрос 4:

4. Если вы являетесь владельцем легкового автомобиля, то в соответствии с российским законодательством Вы должны оплатить транспортный налог до _____ следующего года.

Ответ: 1 декабря

Вопрос 5:

Заёмщик решил погасить часть долга досрочно, но не может определиться, что ему выбрать: уменьшить платеж или уменьшить срок. Для уменьшения при прочих равных общей переплаты по кредиту заемщику необходимо уменьшить _____.

Ответ: срок.

Вопрос 6:

На оборотной стороне вашей пластиковой карты указывается код, который обозначается как _____

Ответ: CVV или CVC

Вопрос 7:

Вы нашли в зимней куртке купюру достоинством 500 руб., которая окрасилась после стирки. После того как ее не приняли у вас в магазине, вы для ее обмена обратитесь в _____.

Ответ: банк

Вопрос 8:

Вы купили годовой абонемент в фитнес-центр. С целью оптимизации своих расходов решили получить налоговый _____.

Ответ: вычет.

Вопрос 9:

Вы купили годовой абонемент в фитнес-центр. С целью оптимизации своих расходов решили получить налоговый вычет. Срок, в течение которого вы можете подать декларацию по форме 3-НДФЛ на получение налогового вычета, исчисляемый в последующих годах составляет _____ года (ответ введите в виде целого числа).

Ответ: 3

Вопрос 10:

Участник срочного рынка, который желает установить цены на активы, по которым в перспективе планируется сделка, а также застраховать на срочном рынке уже приобретенные активы на спотовом рынке - это _____.

(хеджер)

Вопрос 11:

Финансовое учреждение, предоставляющее финансовые средства под залог движимого имущества (изделия из драгоценных металлов и камней, ковры, носильные вещи, электроника, радиоаппаратура, компьютерная техника и др.), в ряде случаев — под заклад ценных бумаг – это _____.

(ломбард)

Вопрос 12:

Если сумма начисленной заработной платы 30000 руб., то сумма налога на доходы физических лиц (НДФЛ) составит _____ руб. (дать ответ в виде целого числа).

(3900)

Вопрос 13:

Стоимость минимальной потребительской корзины, включающей продовольственные и непродовольственные товары, 10000 руб. в месяц на одного человека. Доля расходов на питание в данной корзине составляет 70%. Сумма расходов на приобретение непродовольственных товаров равна _____ руб. (дать ответ в виде целого числа).

(3000)

Вопрос 14:

Минимальная, необходимая для обеспечения жизнедеятельности сумма доходов гражданина Российской Федерации, называется прожиточный _____.

(минимум)

Вопрос 15:

На купонном поле банкноты кто-то ручкой написал номер телефона. Можно ли оплатить покупку в магазине такой банкнотой? (да или нет)

Ответ: _____
(да)

Вопрос 16:

Гражданин, зарегистрированный в качестве самозанятого, в течение года получил доход в сумме 500000 руб. от контрагентов физических лиц. Сумма налога с профессионального дохода, которую должен заплатить данный гражданин, составит _____ руб. (дать ответ в виде целого числа).
(20000)

Вопрос 17:

Работающий гражданин, который оплатил собственное лечение в частной клинике, может получить налоговый _____.
(вычет)

Вопрос 18:

Стоимость автомобиля 400000 руб. Мощность двигателя автомобиля 106 л.с., ставка налога 20 руб. /л.с. Сумма транспортного налога, которую обязан уплатить собственник, составит _____ руб. (дать ответ в виде целого числа).
(2120 руб.)

Вопрос 19:

Обязательный, индивидуально безвозмездный платёж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности средств, в целях финансового обеспечения деятельности государства и муниципальных образований - это _____.
(налог)

Вопрос 20:

Документ, удостоверяющий, с соблюдением установленной формы и обязательных реквизитов, имущественные права, осуществление или передача которых возможны только при его предъявлении - это _____ бумага.
(ценная)

УК-10.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА:

Вопрос 1:

Реквизиты вашей карты, которые могут позволить мошенникам получить доступ ко всем хранящимся на счете средствам:

- а) номер карты и имя владельца;
- б) номер карты, имя владельца, срок действия и CVC/CVV-код;
- в) номер карты, имя владельца и CVC/CVV-код;
- г) мошенники не могут получить доступ к средствам по написанным на карте реквизитам.

Вопрос 2:

Под термином «коррупция» понимается правонарушение в виде

- 1) получения взятки
- 2) получения и дачи взятки (правильный ответ)
- 3) дачи взятки

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА:

Вопрос 1:

За ложное сообщение о террористическом акте установлена _____ ответственность.

Ответ: уголовная

Вопрос 2:

Глава муниципальной администрации назначил руководителем подведомственного учреждения своего близкого родственника. В соответствии с Федеральным законом РФ «О противодействии коррупции» он создал ситуацию, которая называется _____

Ответ: конфликт интересов

Вопрос 3:

Как называется заинтересованность государственного служащего, возникающая в рамках конфликта интересов?

Ответ: личная

Вопрос 4:

Уголовная ответственность за заведомо ложное сообщение об акте терроризма распространяется на несовершеннолетних лиц, достигшие возраста ____ лет (ответ введите в виде целого числа).

Ответ: 14

Вопрос 5:

Приверженность к крайним взглядам, позициям и мерам в общественной деятельности – это _____.

Ответ: экстремизм

Вопрос 6:

Наказание, назначаемое за совершение проступка, в виде денежного взыскания, как правило, в пользу государства – это _____.

Ответ: штраф.

Вопрос 7:

Принимаемые должностным лицом материальные ценности (предметы или деньги) или какая-либо имущественная выгода или услуги за действие (или бездействие) – это _____.

Ответ: взятка

Вопрос 8:

Перейдя дорогу в неполюженном месте, вы нарушили правила дорожного движения. Ваше действие является основанием для привлечения вас к _____ ответственности.

Ответ: административной

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

- «зачтено» – верно выполнено более 50% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 50% и менее 50% заданий;
- «отлично» – верно выполнено 85-100% заданий; «хорошо» – верно выполнено 70-84% заданий; «удовлетворительно» – верно выполнено 51-69% заданий; «неудовлетворительно» – верно выполнено 50% или менее 50% заданий.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ.

«Отлично» (зачтено): Ответ полный, развернутый. Вопрос точно и исчерпывающе передан, терминология сохранена, студент превосходно владеет основной и дополнительной литературой, ошибок нет.

«Хорошо» (зачтено): Ответ полный, хотя краток, терминологически правильный, нет существенных недочетов. Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.

«Удовлетворительно» (зачтено): Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.

«Неудовлетворительно» (не зачтено): Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен. Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

не предусмотрено

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра экзамена по всему изученному курсу.

Тест размещен в разделе «Промежуточная аттестация по дисциплине» онлайн-курса на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ». <https://portal.edu.asu.ru/mod/quiz/view.php?id=507847>

Количество заданий в контрольно-измерительном материале (тесте) для промежуточной аттестации, составляет 25.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ в целом:

Для экзамена: «отлично» – верно выполнено 85-100% заданий;

«хорошо» – верно выполнено 70-84% заданий;

«удовлетворительно» – верно выполнено 51-69% заданий;

«неудовлетворительно» – верно выполнено 50% и менее 50% заданий.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	В. В. Коршунов	Экономическая теория (для не-экономистов): учебник для вузов	М. : Издательство Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/F05B8F27-4A19-407C-815D-C66502D059C2
Л1.2	Г. А. Маховикова, Г. М. Гукасьян, В. В. Амосова	Экономическая теория : учебник и практикум для академического бакалавриата	М. : Издательство Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/594305EC-4C94-4162-985C-DC8C5646DDF0
Л1.3	Гребенников, П. И.	Экономика: учебник для академического бакалавриата	М. : Издательство Юрайт, 2018, 2018	www.biblio-online.ru/book/D55C6954-C1D5-4B31-9C5F-F595181A9B94

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Борисов, Е. Ф.	Экономика: учебник и практикум	М.: Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/13E2B33A-FA69-4D05-A998-4098FBBC1EA E
Л2.2	Жеребин В.М., Романов А.Н.	Экономика домашних хозяйств:: монография	Научная мысль, 2016	http://znanium.com/catalog/product/503877

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

	Название	Эл. адрес
Э1	Человек в современном мире	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=11355

6.3. Перечень программного обеспечения

Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно);
 Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно);
 Chrome (<http://www.chromium.org/chromium-os/licenses>), (бессрочно);
 7-Zip (<http://www.7-zip.org/license.txt>), (бессрочно);
 AcrobatReader

(http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/ Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно);
 ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (<https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/>), (бессрочно);
 LibreOffice (<https://ru.libreoffice.org/>), (бессрочно);
 Веб-браузер Chromium (<https://www.chromium.org/Home/>), (бессрочно);
 Антивирус Касперский (<https://www.kaspersky.ru/>), (до 23 июня 2024);
 Архиватор Ark (<https://apps.kde.org/ark/>), (бессрочно);
 Okular (<https://okular.kde.org/ru/download/>), (бессрочно);
 Редактор изображений Gimp (<https://www.gimp.org/>), (бессрочно)

6.4. Перечень информационных справочных систем

Информационная справочная система:

СПС КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс АлтГУ или <http://www.consultant.ru/>).

Профессиональные базы данных:

1. Электронная база данных «Scopus» (<http://www.scopus.com/>);
2. Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (<http://elibrary.asu.ru/>);
3. Научная электронная библиотека elibrary (<http://elibrary.ru>)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
Помещение для самостоятельной работы	помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ
103С	лаборатория информационных технологий - компьютерный класс – учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 16 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска маркерная; марка ASUSTeK Computer INC модель P8B75-M - 15 единиц; мониторы: марка Asus модель VW224 - 15 единиц

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Основу дисциплины составляют лекции, которые представляются систематически в сочетании с практическими занятиями. Аудиторные занятия (лекции и практические занятия) объединены с самостоятельной внеаудиторной работой обучающихся над рекомендуемой литературой, заданиями, представленными в данной рабочей программе, а также заданиями, которые выдаёт преподаватель.

Преподаватель, читающий дисциплину, ведет учет посещаемости и осуществляет контроль за выполнением самостоятельной работы. Текущий контроль заключается в мониторинге выполнения учебной программы дисциплины на аудиторных занятиях и оценке работы на практических занятиях. В рамках текущего контроля работа обучающихся оценивается по следующим критериям:

- полнота ответов на теоретические вопросы дисциплины;
- верное решение задач;
- эффективное участие в работе команды при обсуждении проблемных ситуаций;
- использование дополнительных материалов.

Промежуточная аттестация по дисциплине проходит в устной форме.

ЭУМК представлен на платформе Moodle

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Культура и креативность рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра искусств
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты:	3
аудиторные занятия	36		
самостоятельная работа	72		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (3)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Практические	36	36	36	36
Сам. работа	72	72	72	72
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

канд. иск., Зав.каф., Черняева И.В.; канд.иск., Доцент, Комарова О.С.

Рецензент(ы):

д-р иск., Дир. инст., Нехвядович Л.И.

Рабочая программа дисциплины

Культура и креативность

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра искусств

Протокол от 26.05.2023 г. № 6

Срок действия программы: 2023-2024 уч. г.

Заведующий кафедрой

Черняева Ирина Валерьевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра искусств

Протокол от 26.05.2023 г. № 6

Заведующий кафедрой *Черняева Ирина Валерьевна*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Целью дисциплины является формирование у студентов знаний о сущности культуры и особенностях ее развития на разных исторических этапах, формирование профессиональных навыков и умений в области креативных технологий мышления, способности ориентироваться в трендах креативных индустрий, а также получение опыта индивидуальной или командной работы над проектом в сфере культуры.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.О.01.ДВ.01**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
УК-1.1	Знает основные теоретико методологические положения системного подхода как научной и философской категории
УК-1.2	Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов
УК-1.3	Сопоставляет разные источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений
УК-1.4	Анализирует информацию и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-3.1	Знает концепции, принципы и методы построения эффективной работы в команде с учетом правовых и этических принципов и норм социального взаимодействия, существенные характеристики и типологию лидерства
УК-3.2	Участвует в обмене информацией, знаниями и опытом в интересах выполнения командной задачи, презентуя профессиональные задачи
УК-3.3	Владеет способами самодиагностики определения своего ролевого статуса в команде, приемами эффективного социального взаимодействия и способами их правовой и этической оценки, коммуникативными навыками
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
УК-5.1	Знает основные подходы к изучению культурных явлений; многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии во временной ретроспективе, формы межкультурного взаимодействия; особенности и этапы развития духовной и материальной культуры народов мира
УК-5.2	Применяет знания особенно о межкультурном взаимодействии в практической деятельности; критически осмысливает и формирует собственную позицию по отношению к явлениям современной жизни с учетом их культурно-исторической обусловленности
УК-5.3	Владеет нормами взаимодействия и толерантного поведения в условиях культурного, религиозного, этнического, социального многообразия современного общества
УК-5.4	Владеет приемами презентации результатов собственных теоретических изысканий в области межкультурного взаимодействия

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
------	---------------

3.1.1.	<p>УК-1.1. Знает основные теоретико-методологические положения системного подхода как научной и философской категории.</p> <p>УК-3.1. Знает концепции, принципы и методы построения эффективной работы в команде с учетом правовых и этических принципов и норм социального взаимодействия, существенные характеристики и типологию лидерства.</p> <p>УК-5.1. Знает основные подходы к изучению культурных явлений; многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии во временной ретроспективе, формы межкультурного взаимодействия; особенности и этапы развития духовной и материальной культуры народов мира.</p>
3.2.	Уметь:
3.2.1.	<p>УК-1.2. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов.</p> <p>УК-3.2. Участвует в обмене информацией, знаниями и опытом в интересах выполнения командных задач, презентуя профессиональные задачи.</p> <p>УК-5.2. Применяет знания особенностей межкультурного взаимодействия в практической деятельности; критически осмысливает и формирует собственную позицию по отношению к явлениям современной жизни с учетом их культурно- исторической обусловленности.</p>
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	<p>УК-1.3. Сопоставляет разные источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений.</p> <p>УК-1.4. Анализирует информацию и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки</p> <p>УК-5.3. Владеет нормами взаимодействия и толерантного поведения в условиях культурного, религиозного, этнического, социального многообразия современного общества.</p>

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Культура и креативные технологии мышления						
1.1.	Введение в курс. Базовые понятия курса. Культура: понятие, типология. Творчество и креативность: сравнительная характеристика.	Практические	3	2		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л3.1
1.2.	Культура как источник традиций. Первобытная эпоха. Креативное переосмысление.	Практические	3	2		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л3.1
1.3.	Знакомство с базовыми понятиями курса. Наполнение словаря.	Сам. работа	3	6		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л3.1
1.4.	Креативные технологии мышления. Мозговой	Практические	3	2		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л3.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	штурм. Разновидности мозгового штурма.					
1.5.	Культура как источник традиций. Древний мир. Креативное переосмысление.	Практические	3	2		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л3.1
1.6.	Знакомство с базовыми понятиями курса. Продолжение работы по наполнению словаря.	Сам. работа	3	6		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л3.1
1.7.	Культура и межкультурное разнообразие общества.	Практические	3	2		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л3.1
1.8.	Сравнительный анализ традиций разных культур.	Практические	3	2		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л3.1
1.9.	Знакомство с базовыми понятиями курса. Продолжение работы по наполнению словаря.	Сам. работа	3	6		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л3.1
1.10.	Поиск и аналитика современных культурных проектов, ориентированных на изучение, популяризацию и переосмысление культурных традиций прошлого.	Сам. работа	3	6		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л3.1
Раздел 2. Креативные индустрии в мировом и российском пространстве						
2.1.	Креативные индустрии: характеристика, тематическое разнообразие.	Практические	3	2		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л3.1
2.2.	Креативные индустрии. Драйверы роста. Тренды.	Практические	3	2		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л3.1
2.3.	Переосмысление отечественных и мировых традиций в креативных индустриях	Сам. работа	3	8		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л3.1
2.4.	Креативные индустрии и развитие территорий	Практические	3	2		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л3.1
2.5.	Креативные индустрии в эпоху технологического развития	Практические	3	2		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л3.1
2.6.	Механизмы финансирования в креативных индустриях. Инвестиции и франчайзинг	Сам. работа	3	8		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л3.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 3. Креативный проект как способ решения профессиональных задач						
3.1.	Проектная деятельность и ее специфика	Сам. работа	3	2		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л3.1
3.2.	Генерация идеи будущего проекта	Практические	3	2		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л3.1
3.3.	Визуализация идеи проекта	Практические	3	2		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л3.1
3.4.	Поиск аналогов. Анализ рынка	Сам. работа	3	8		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л3.1
3.5.	Разработка требований к продукту. Заполнение брифа	Практические	3	2		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л3.1
3.6.	Разработка проектного решения	Практические	3	2		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л3.1
3.7.	Разработка проектного решения	Сам. работа	3	10		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л3.1
3.8.	Оформление презентации и подготовка к защите	Сам. работа	3	8		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л3.1
3.9.	Защита креативного проекта. Взаимное оценивание проектов	Практические	3	4		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л3.1
3.10.	Итоги курса. Рефлексия Перспективы работы над креативным проектом. Фонды, гранты, конкурсы	Практические	3	4		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л3.1
3.11.	Итоги курса. Рефлексия	Сам. работа	3	4		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л3.1

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
<p>Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ» https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8035</p> <p>ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.</p> <p>ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА</p> <p>1. Креативность - это А. способность к генерации идей В. умение следовать инструкциям С. правильность суждений D. умение использовать алгоритмы Ответ: А - способность к генерации идей</p> <p>2. Деятельность человека, направленная на создание какого-либо нового и оригинального продукта в</p>

сфере идей, науки, искусства, производства - это

- A. Творчество
- B. Креативность
- C. Высокопарность
- D. Метафоричность

Ответ: А - творчество

3. Мозговой штурм нацелен:

- A. на развитие системного мышления
- B. на подробную проработку найденной версии
- C. на получение максимального количества идей
- D. на проведение критического анализа ситуации

Ответ: С – на получение максимального количества идей

4. Поиск метафор и аналогий лежит в основе метода:

- A. мозгового штурма
- B. ТРИЗ
- C. системного анализа
- D. синектики

Ответ: D - синектики

5. Сочетание несовместимых качеств - это буквальный перевод с греческого термина:

- A. синкретичность
- B. синектика
- C. сакральность
- D. символизм

Ответ: В – синектика

6. Способность человека к созиданию и приобщению к высоким общечеловеческим ценностям – это

- A. Материальная культура
- B. Духовная культура
- C. Коммуникативная культура
- D. Цифровая культура

Ответ: В – духовная культура

7. Синтез лучших достижений всех национальных культур различных народов, населявших и населяющих Землю, - это

- A. Мировая культура
- B. Национальная культура
- C. Региональная культура
- D. Коммуникативная культура

Ответ: А – мировая культура

8. Многозначность трактовок и смысловых интерпретаций – это

- A. Полигамность
- B. Полиметричность
- C. Полисемантичесность
- D. Поливалентность

Ответ: С- полисемантичесность

9. Субъектом культуры является:

- A. Человек
- B. Природа
- C. Солнечная система
- D. Животные

Ответ: А - человек

10. Согласно трактовке Э.Тайлора, комплекс, включающий знания, верования, искусства, законы, мораль, обычаи и другие способности и привычки, обретенные человеком как членом общества, - это

- A. Религия
- B. Генетический код
- C. Природа

D. Культура

Ответ: D - культура

11. Разновидность культуры, сознательно ориентирующая свои материальные и духовные ценности на усредненного потребителя – это

- A. Элитарная культура
- B. Массовая культура
- C. Коммуникативная культура
- D. Религиозная культура

Ответ: B – массовая культура

12. Включение индивида в общество - это

- A. Национализация
- B. Индивидуализация
- C. Акультурация
- D. Социализация

Ответ: D - социализация

13. Социальное и культурное наследие, передающееся от поколения к поколению и воспроизводящееся на протяжении длительного времени, – это

- A. Гедонизм
- B. Прогресс
- C. Традиция
- D. Интерпретация

Ответ: C - традиция

14. Креативность направлена:

- A. На поиск компромиссов
- B. На решение поставленной задачи
- C. На реализацию коммуникативной функции культуры
- D. На разработку универсальных алгоритмов

Ответ: B – на реализацию коммуникативной функции культуры

15. Индустрии, нацеленные на создание аналоговых и цифровых продуктов и сервисов, в основе которых лежит творческий подход, талант и профессиональные навыки автора или команды – это

- A. Креативные индустрии
- B. Легкие индустрии
- C. Тяжелые индустрии
- D. Цифровые индустрии

Ответ: A – Креативные индустрии

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

1. Дайте определение понятия культура

Ответ: определенная совокупность социально приобретенных и транслируемых из поколения в поколение значимых символов, ценностей, обычаев, верований, традиций, норм и правил поведения, по средствам которых люди организуют свою жизнедеятельность.

2. Как буквально с латинского переводится термин культура? Назовите два любых значения

Ответ: 1. Возделывание, обработка, уход, разведение, улучшение. 2. земледелие, сельское хозяйство. 3. воспитание, образование, развитие. 4. Почитание, культ. (любые два из значений)

3. Что такое мировая культура

Ответ: синтез лучших достижений всех национальных культур различных народов, населяющих Землю

4. Деятельность человека, направленная на создание какого-либо нового оригинального продукта в сфере идей, науки, искусства и производства – это _____

Ответ - творчество

5. Готовность к генерации принципиально новых идей, отклоняющихся от традиционных схем мышления, - это _____

Ответ - креативность

6. Назовите любые два критерия креативности.

Ответ – беглость, оригинальность, метафоричность, восприимчивость, гибкость. (любые два из списка).

7. Что такое беглость мышления?

Ответ – способность к легкому генерированию большого числа идей

8. Что такое метафоричность мышления?

Ответ – способность находить неожиданные сравнения, мыслить образами

9. Что такое гибкость мышления?

Ответ – способность переключаться, менять угол зрения, создавать что-то на стыке разных областей

10. Потребность в эмоциональном одобрении публики, стремление к самореализации, интровертность и субъективизм – всё это характерные черты, отличающие одну из сфер человеческой деятельности, какую именно?

Ответ – творчество.

11. Нацеленность на решение задачи, необходимость в совершении волевых усилий, поиск аргументации найденного решения и экстравертность являются признаками какого вида мышления?

Ответ: креативного мышления

12. Как буквально с латинского переводится термин «конвергентное»?

Ответ: сходиться к центру

13. Как буквально с латинского переводится термин «дивергентное»?

Ответ: расходиться, отклоняться

14. Назовите метод креативного мышления, который считается исторически первым и до сих пор является наиболее популярным.

Ответ: мозговой штурм

15. Назовите любые две разновидности технологии мозгового штурма.

Ответ: классический (другое название - прямой), теневой, корабельный совет, теневой, обратный, визуальный (любые два из списка).

16. Назовите одну из разновидностей технологии мозгового штурма, которая предполагает выражение идеи через изображение.

Ответ: визуальный мозговой штурм

17. Назовите имя американского изобретателя и психолога, являющегося автором метода синектики.

Ответ: Уильям Гордон

18. Как буквально с греческого переводится термин «синектика»

Ответ: совмещение разнородных элементов, сочетание несовместимых качеств

19. Для какого вида синектики характерно отождествление человека с объектом исследования.

Ответ: личная или телесная аналогия

20. Назовите две любые разновидности синектики

Ответ: прямая или реальная аналогия, личная или телесная аналогия, символическая или абстрактная аналогия, фантастическая или нереальная аналогия (любые два из списка)

21. Назовите общие черты двух технологий креативного мышления – синектики и мозгового штурма.

Ответ: эвристическая основа методов, генерирование максимального количества решений.

22. Что такое креативные индустрии?

Ответ: индустрии, предполагающие создание аналоговых или цифровых продуктов и сервисов, в основе которых лежит творческий подход, талант и профессиональные навыки автора или команды.

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ УК-3 Способен осуществлять социальное

взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

1. Состав команды для работы над проектом определяется:

- A. Компетентностным подходом
- B. Датой рождения
- C. Территориальным принципом
- D. Национальной принадлежностью

Ответ: А Компетентностным подходом

2. Работу команды над проектом отличает:

- A. Заданность траектории
- B. Следование алгоритмам
- C. Тиражирование
- D. Эффективность в условиях неопределенности

Ответ: D – Эффективность в условиях неопределенности

3. Командная проектная деятельность нацелена:

- A. На создание типового результата
- B. На создание уникального продукта или услуги
- C. На обеспечение показателей плановой экономики
- D. На обеспечение массового производства

Ответ: B – На создание уникального продукта или услуги

4. Первым этапом в работе команды над проектом является:

- A. Поиск решения
- B. Тестирование решения
- C. Поиск проблемы
- D. Тиражирование результата

Ответ: C – Поиск проблемы

5. Этап проверки разработанного командой проектного решения – это:

- A. Исследование
- B. Тестирование
- C. Тиражирование
- D. Совершенствование

Ответ: B - тестирование

6. Умение работать в команде относится:

- A. К «жестким» навыкам
- B. К «мягким» навыкам
- C. К безусловным рефлексам
- D. К двигательным навыкам

Ответ: B – К «мягким» навыкам

7. К «гибким» или «soft-skills», необходимым в командной проектной деятельности, относится:

- A. Умение принимать верные решения
- B. Умение точно рассчитать экономику проекта
- C. Умение грамотно оформлять налоговые документы
- D. Наличие профессиональных навыков в сфере IT

Ответ: A - Умение принимать верные решения

8. Начальный этап командной работы над проектом, это –

- A. Реформация
- B. Типизация
- C. Консолидация
- D. Инициация

Ответ: D – Инициация

9. Способность давать объективную оценку эффективности найденного решения, а также слаженности работы команды, - это

- A. Эмоциональный интеллект
 - B. Креативность
 - C. Критическое мышление
 - D. Обучаемость
- Ответ: C – критическое мышление

10. Командная работа над проектом отличается от работы трудового коллектива в рамках стандартных бизнес-процессов -

- A. Четкой датой начала и окончания проекта
- B. Наличием большого бюджета
- C. Отсутствием рисков
- D. Нормированностью рабочего дня

Ответ: A – Четкой датой начала и окончания проекта

11. По теории исследователя Р.М.Белбина, в команде есть люди, которые способны много, успешно и результативно работать, эту роль в команде он назвал:

- A. Генератор идей
- B. Мотиватор
- C. Аналитик
- D. Рабочая пчелка

Ответ: D – Рабочая пчелка

12. По теории исследователя Р.М.Белбина, член команды, которому в большей степени свойственны креативность, воображение, оригинальность мышления, - это:

- A. Генератор идей
- B. Мотиватор
- C. Аналитик
- D. Рабочая пчелка

Ответ: A – Генератор идей

13. По теории исследователя Р.М.Белбина, человек, способный активизировать работу команды, это –

- A. Генератор идей
- B. Мотиватор
- C. Аналитик
- D. Рабочая пчелка

Ответ: B – Мотиватор

14. Проблемное интервью с потенциальным пользователем продукта или услуги является частью:

- A. Исследовательского этапа работы над проектом
- B. Этапа формирования команды
- C. Этапа разработки решения
- D. Этапа завершения работы над проектом

Ответ: A – исследовательского этапа работы над проектом

15. Этические нормы и правила взаимодействия в команде:

- A. Определяются в одностороннем порядке руководителем
- B. Всегда зафиксированы юридически
- C. Складываются стихийно и эволюционируют в процессе совместной работы над проектом
- D. Вовсе отсутствуют

Ответ C - Складываются стихийно и эволюционируют в процессе совместной работы над проектом

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

1. Группа лиц, объединенная общими мотивами, интересами, идеалами и несущая коллективную ответственность за результат совместной деятельности – это _____

Ответ: команда

2. Совместный ресурс, состоящий из профессиональных компетенций, навыков и способностей людей, имеющих близкие ценностные ориентиры, а также принятые всеми членами команды принципами, правилами и нормами взаимодействия – это _____

Ответ: социальный капитал команды

3. Авторитетный член группы, организации, общества, выполняющий роль организатора, инициатора группового взаимодействия, принимаемый группой благодаря его способности решать важные для всего проекта задачи – это _____

Ответ: лидер команды

4. Что такое командный дух?

Ответ: это атмосфера согласия и взаимовыручки, общая мотивация участников команды для совместного выполнения поставленных задач.

5. Совокупность чувств, настроений, обычаев и традиций, влияющих на манеру взаимодействия, эмоциональное состояние и удовлетворенность участников команды – это _____

Ответ: психологический климат команды.

6. Проектные команды как правило организованы на основе горизонтальной системы управления. В чем ее суть?

Ответ: в распределении работ и ответственности на одном и том же уровне

7. Неопределенное событие или условие, которое в случае реализации будет иметь положительное или отрицательное влияние на цели командного проекта – это _____

Ответ: риски проекта

8. Назовите две любых характеристики командной работы над проектом:

Ответ: уникальность, мобильность траектории, вариативность ресурсов, неопределенность, работа с рисками (любые две характеристики)

9. Дайте определение проектной деятельности

Ответ: Целенаправленное, ограниченное во времени мероприятие, направленное на создание уникального результата (продукта или услуги), позволяющего решать проблему пользователя

10. Назовите два любых «мягких» навыка, которые формируются посредством командной работы над проектом

Ответ: умение работать в команде, коммуникативность, креативность и творческий подход, эмоциональный интеллект, критическое мышление, умение принимать решение, работа с рисками, обучаемость (любые два из списка)

11. Как можно назвать навык, который заключается в умении выстраивать оптимальную последовательность действий команды для достижения наилучшего результата

Ответ: планирование

12. Что такое тайм-менеджмент?

Ответ: Это технологии организации и оптимизации собственным временем и временем членов команды

13. Завершите фразу: Способность человека распознавать свои и чужие эмоции, понимать намерения собеседника, мотивацию его действий, а также умение использовать эти знания для более эффективной работы команды – это _____

Ответ: эмоциональный интеллект

14. Дайте определение роли в команде.

Ответ: Ожидаемое поведение человека, в основе которого его индивидуальные способности, задающие условия его участия в командной работе.

15. Исследователь Р.М.Белбин выделил восемь ключевых ролей в команде. Назовите три из них.

Ответ: рабочая пчелка, руководитель команды, генератор идей, снабженец, мотиватор, вдохновитель, аналитик, контролер (любые три из списка)

16. Согласно исследованиям И.Адизеса, существует четыре стиля поведения у членов команды. Назовите два из них.

Ответ: труженник, администратор, инноватор, интегратор (любые два из списка)

17. Согласно теории Р.М.Белбина, в команде должен быть человек, который способен к скупуплезному доведению до конца всего, что начато, он имеет высоко развитое чувство самоконтроля и самодисциплины. Назовите эту роль в команде

Ответ: контролер

18. Завершите фразу: Работа команды над проектом начинается с поиска _____

Ответ: проблемы

19. Как называется этап проверки разработанного командой проектного решения. Ответ: тестирование.

20. Что такое «масштабирование» решения в командной работе над проектом?

Ответ: Процесс увеличения объема, функциональности и возможности проекта с целью удовлетворения растущих потребностей пользователей и рынка.

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этническом и философском контекстах

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

1. «Колыбелью» западноевропейской культуры принято считать:

- A. Первобытную культуру
- B. Индийскую культуру
- C. Античную культуру
- D. Русскую культуру

Ответ: C – Античную культуру

2. Антропоцентризм присущ культуре:

- A. Западноевропейской
- B. Первобытной
- C. Древнекитайской
- D. Древнеегипетской

Ответ: A – Западноевропейской

3. К мировым религиям относится:

- A. Иудаизм
- B. Брахманизм
- C. Христианство
- D. Конфуцианство

Ответ: C – Христианство

4. К конфессиям христианства относится:

- A. Даосизм
- B. Православие
- C. Индуизм
- D. Тотемизм

Ответ: B – Православие

5. Главным символом христианства является:

- A. Крест
- B. Круг
- C. Солнце
- D. Земля

Ответ: A – Крест

6. Молитвенное сооружение мусульман – это

- A. Часовня
- B. Мечеть
- C. Хурдэ
- D. Иглу

Ответ: B - Мечеть

7. Вера в родственную связь людей с каким-либо видом животных, птиц, растений, который считается покровителем, - это

- A. Анимизм
- B. Фетишизм

С. Тотемизм
D. Брахманизм
Ответ: С – Тотемизм

8. Вера в магические свойства неодушевленных предметов – это
A. Анимизм
B. Фетишизм
C. Тотемизм
D. Брахманизм
Ответ: B - Фетишизм

9. Экстравертными считаются:
A. культуры Запада
B. культуры Востока
C. культуры первобытного времени
D. все культуры без исключения
Ответ: A – культуры Запада

10. Интровертными считаются:
A. культуры Запада
B. культуры Востока
C. культуры первобытного времени
D. все культуры без исключения
Ответ: B – культуры Востока

11. Традиции, обычаи, явления культуры, быта и т.п., получаемые от предыдущих эпох и являющиеся базой для дальнейшего развития культуры – это
A. Прогресс
B. Наследие
C. Модернизация
D. Метафора
Ответ: B - Наследие

12. Перенесение ценностей одной культуры на почву другой – это
A. Культурное заимствование
B. Культурная диффузия
C. Культурные универсалии
D. Культурный кризис
Ответ: A – культурное заимствование

13. Культура-реципиент – это культура, которая
A. Заимствует чужое
B. Предоставляет свои достижения для заимствования
C. Индифферентна к достижениям других культур
D. Перестала существовать
Ответ: A – Заимствует чужое

14. Процесс, при котором культура теряет больше культурных черт, чем приобретает новых – это
A. Культурная аккумуляция
B. Культурная диффузия
C. Культурная трансмиссия
D. Культурное истощение
Ответ: D – Культурное истощение

15. Самобытность русской культуры определяется:
A. Только следованием традициям западноевропейской культуры
B. Только следованием традициям восточных культур
C. Синтезом достижений Востока и Запада, православием и собственными славянскими истоками
D. Только славянскими истоками
Ответ: C - Синтезом достижений Востока и Запада, православием и собственными славянскими истоками

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

1. Что такое антропоцентризм?

Ответ: представление, согласно которому человек – это центр и высшая цель мироздания.

2. Что такое теоцентризм?

Ответ: философская концепция, в основе которой лежит понимание Бога как высшего бытия, источника всей жизни и любого блага.

3. Определённая система взглядов, обусловленная верой в сверхъестественное, включающая в себя свод моральных норм и типов поведения, обрядов, культовых действий и объединение людей в организацию – это _____

Ответ: Религия

4. Назовите три основных типа первобытных религиозных представлений:

Ответ: тотемизм, анимизм, фетишизм.

5. Назовите три мировые религии

Ответ: христианство, индуизм, ислам

6. Назовите три основные конфессии христианства:

Ответ: православие, католицизм, протестантизм

7. Что такое тотемизм?

Ответ: вера в родственную связь людей с каким-либо видом животных, птиц, растений, который считается покровителем.

8. Что определило самобытность русской культуры?

Ответ: синтез традиций Запада и Востока, собственные славянские истоки, православие

9. Сумма всех культурных достижений данного общества, получаемых от предшествующих поколений и сохраняемых в общественной памяти с целью критического использования их для дальнейшего развития культуры последующих поколений человечества – это _____

Ответ: культурное наследие

10. Что такое селективность культуры?

Ответ: избирательное отношение к переносу ценностей из одной культуры в другую

11. Как называется культура, которая предоставляет другим культурам собственные достижения для заимствования?

Ответ: культура-донор

12. Как буквально переводится с латинского термин «реципиент»?

Ответ: получающий, принимающий

13. Что такое «культурная диффузия»?

Ответ: Это взаимное и стихийное распространение культурных черт и комплексов между культурами

14. Назовите несколько (любых два) канала, по которым может осуществляться процесс культурной диффузии.

Ответ: миграция, туризм, миссионерство, торговля, война, научные конференции, торговые выставки и ярмарки, обмен студентами и специалистами (любые два из списка)

15. Ускорение интеграции наций в мировую систему в связи с развитием современных транспортных средств и экономических связей, а также благодаря цифровизации и формированию единого информационного пространства – это _____

Ответ: глобализация

16. Что такое «культурная трансмиссия»?

Ответ: процесс, благодаря которому культура передается от предшествующих поколений к последующим через обучение.

17. Накопление культурного потенциала, благодаря которому культурному наследию добавляется

большее количество новых элементов, чем отбрасывается старых – это _____

Ответ: культурная аккумуляция

18. Черты, присущие всем известным человеческим культурам, - это _____

Ответ: культурные универсалии

19. Глубинные характеристики культуры, укорененные в сознании и поведении многих поколений людей, отличающиеся устойчивостью и неподверженности внешнему воздействию, объединяются понятием _____

Ответ: ментальность культуры

20. Гармоничное и уважительное сосуществование человеческих групп из разных культурных слоев (религиозных, языковых и социальных) в рамках доминирующей культуры большинства – это _____

Ответ: культурное разнообразие (мультикультурализм) – допустим любой из ответов

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАКРЫТЫХ ВОПРОСОВ:

Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

- «зачтено» – верно выполнено более 50% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 50% и менее 50% заданий;
- «отлично» – верно выполнено 85-100% заданий; «хорошо» – верно выполнено 70-84% заданий; «удовлетворительно» – верно выполнено 51-69% заданий; «неудовлетворительно» – верно выполнено 50% или менее 50% заданий.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ.

- «Отлично» (зачтено): Ответ полный, развернутый. Вопрос точно и исчерпывающе передан, терминология сохранена, студент превосходно владеет основной и дополнительной литературой, ошибок нет.
- «Хорошо» (зачтено): Ответ полный, хотя краток, терминологически правильный, нет существенных недочетов. Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.
- «Удовлетворительно» (зачтено): Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.
- «Неудовлетворительно» (не зачтено): Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен. Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Не предусмотрено

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра зачета.

Обучающиеся, выполнившие в срок задания текущего контроля и набравшие не менее 60 баллов, получают зачет автоматически.

Для обучающихся, не получивших зачет по результатам текущей успеваемости, организуется зачет в форме письменного опроса по всему изученному курсу.

Контрольно-измерительный материал для письменного опроса формируется из заданий открытого типа текущего контроля, размещенных в Контрольных вопросах и заданиях для проведения текущей аттестации по дисциплины, а также заданий текущего контроля в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ». Количество заданий в письменном опросе для промежуточной аттестации - 5.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:

Каждое задание оценивается 1 баллом.

Оценивание КИМ в целом: «зачтено» – верно выполнено более 50% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 50% и менее 50% заданий.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Браун, Т	Дизайн-мышление: от разработки новых продуктов до проектирования бизнес-моделей:	Манн, Иванов и Фербер, 2013	https://e.lanbook.com/book/62246
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Коноплева, Н. А.	Сервис в современной культуре: учебное пособие	Директ-Медиа, 2020	
Л2.2	О'Кифф, Д.	Нешаблонное мышление. Проверенная методика достижения амбициозных целей:	Манн, Иванов и Фербер, 2014	https://e.lanbook.com/book/62203
6.1.3. Дополнительные источники				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л3.1	Коленько, С. Г.	Менеджмент в сфере культуры и искусства: учебник и практикум	Издательство Юрайт, 2018	https://urait.ru/bcode/413356
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Арт-азбука. Словарь современного искусства		http://azbuka.gif.ru	
Э2	Артревью - рейтинг деятелей художественной сферы		https://artreview.com	
Э3	Арт-менеджер - журнал для профессионалов		http://www.artmanager.ru	
Э4	Премия "Инновация"		http://artinnovation.ru	
Э5	Центр современного искусства «Винзавод»		http://www.winzavod.ru	
Э6	Культура и креативность		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8035	
6.3. Перечень программного обеспечения				
1. Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно); 2. Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно); 3. Chrome (http://www.chromium.org/chromium-os/licenses), (бессрочно); 4. 7-Zip (http://www.7-zip.org/license.txt), (бессрочно); 5. AcrobatReader (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно); 6. ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно); 7. LibreOffice (https://ru.libreoffice.org/), (бессрочно); 8. Веб-браузер Chromium (https://www.chromium.org/Home/), (бессрочно);				

9. Антивирус Касперский (<https://www.kaspersky.ru/>), (до 23 июня 2024);
10. Архиватор Ark (<https://apps.kde.org/ark/>), (бессрочно);
11. Okular (<https://okular.kde.org/ru/download/>), (бессрочно);
12. Редактор изображений Gimp (<https://www.gimp.org/>), (бессрочно)

6.4. Перечень информационных справочных систем

Информационная справочная система:

СПС КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс АлтГУ или <http://www.consultant.ru/>).

Профессиональные базы данных:

1. Электронная база данных «Scopus» (<http://www.scopus.com/>);
2. Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (<http://elibrary.asu.ru/>);
3. Научная электронная библиотека elibrary (<http://elibrary.ru/>).

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
Помещение для самостоятельной работы	помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В процессе изучения курса большое внимание уделяется самостоятельной работе студентов, изучению материалов, представленных в разделах курса, а также рекомендованных в качестве дополнительного материала.

Сквозным заданием всего курса является работа над индивидуальным или групповым проектом. В завершении первого раздела курса студентам необходимо определиться к темой проекта и командой, а также ключевыми идеями проекта.

В ходе освоения курса студентам необходимо изучить термины и понятия по проблематике курса.

Все темы ориентированы на практическое освоение – просмотр видеоматериалов, прочтение статей и иных материалов, на основе которых необходимо выполнить предложенные задания.

При выполнении заданий рекомендуется использовать современные цифровые инструменты для индивидуальной и групповой работы. Ряд практических заданий предполагает обязательное использование таких инструментов.

Дисциплина обеспечена учебно-методической и справочной литературой в объеме, достаточном для обеспечения выполнения студентами всех видов самостоятельной работы.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Основы современной социологии рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра социологии и конфликтологии
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты:	3
аудиторные занятия	36		
самостоятельная работа	72		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (3)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Практические	36	36	36	36
Сам. работа	72	72	72	72
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

к.с.н., Доцент, А.Н. Шрайбер; к.с.н., доцент, В.А. Артюхина

Рецензент(ы):

к.с.н., Зав. каф., В.В. Нагайцев

Рабочая программа дисциплины

Основы современной социологии

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра социологии и конфликтологии

Протокол от 26.04.2023 г. № 9

Срок действия программы: 2023-2027 уч. г.

Заведующий кафедрой

Нагайцев Виктор Валентинович

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра социологии и конфликтологии

Протокол от 26.04.2023 г. № 9

Заведующий кафедрой *Нагайцев Виктор Валентинович*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Целью курса является формирование у студентов системных теоретических и практических знаний об обществе, его структуре и элементах, социальных закономерностях его развития, социальной сущности личности и социальных общностей. Это обеспечит формирование навыков концептуального анализа социальных явлений и процессов, динамики развития социальных институтов и организаций, характеристик личности; умения прогнозировать социальные последствия деятельности личности и общественных движений, определять социальную эффективность деятельности организаций.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.01.ДВ.01

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
УК-1.1	Знает основные теоретико методологические положения системного подхода как научной и философской категории
УК-1.2	Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов
УК-1.3	Сопоставляет разные источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений
УК-1.4	Анализирует информацию и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-3.1	Знает концепции, принципы и методы построения эффективной работы в команде с учетом правовых и этических принципов и норм социального взаимодействия, существенные характеристики и типологию лидерства
УК-3.2	Участвует в обмене информацией, знаниями и опытом в интересах выполнения командной задачи, презентуя профессиональные задачи
УК-3.3	Владет способами самодиагностики определения своего ролевого статуса в команде, приемами эффективного социального взаимодействия и способами их правовой и этической оценки, коммуникативными навыками

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	УК-1.1. Знает основные теоретико-методологические положения системного подхода как научной и философской категории. УК-3.1. Знает концепции, принципы и методы построения эффективной работы в команде с учетом правовых и этических принципов и норм социального взаимодействия, существенные характеристики и типологию лидерства. УК-5.1. Знает основные подходы к изучению культурных явлений; многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии во временной ретроспективе, формы межкультурного взаимодействия; особенности и этапы развития духовной и материальной культуры народов мира.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	УК-1.2. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов.

	<p>УК-3.2. Участвует в обмене информацией, знаниями и опытом в интересах выполнения командной задачи, презентуя профессиональные задачи.</p> <p>УК-5.2. Применяет знания особенностей межкультурного взаимодействия в практической деятельности; критически осмысливает и формирует собственную позицию по отношению к явлениям современной жизни с учетом их культурно-исторической обусловленности.</p>
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	<p>УК-1.3. Сопоставляет разные источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений.</p> <p>УК-1.4. Анализирует информацию и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки</p> <p>УК-3.3. Владеет способами самодиагностики определения своего ролевого статуса в команде, приемами эффективного социального взаимодействия и способами их правовой и этической оценки, коммуникативными навыками.</p> <p>УК-5.3. Владеет нормами взаимодействия и толерантного поведения в условиях культурного, религиозного, этнического, социального многообразия современного общества.</p> <p>УК-5.4. Владеет приемами презентации результатов собственных теоретических изысканий в области межкультурного взаимодействия.</p>

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. СОЦИОЛОГИЯ КАК НАУКА						
1.1.	Социология как наука	Сам. работа	3	0	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.2.	Базовые подходы к пониманию общества	Практические	3	2	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.3.	Теоретические и социальные предпосылки возникновения социологии как науки. О.Конт – основатель социологии	Сам. работа	3	4	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.4.	Основные этапы становления и развития социологии как науки	Практические	3	2	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.5.	Объект и предмет социологии, ее основные функции. Связь социологии с другими науками	Сам. работа	3	4	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.6.	Методологический анализ актуальных социальных проблем	Практические	3	2	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
					1.2, УК-1.3, УК-1.4	
1.7.	Структура социологического знания. Отрасли социологии и их типология	Практические	3	2	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
Раздел 2. ОБЩЕСТВО И ЛИЧНОСТЬ						
2.1.	Общество и личность	Сам. работа	3	0	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.2.	Концептуальный анализ основных факторов, способствующих становлению и развитию общественной системы	Практические	3	2	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.3.	Теоретико-методологические подходы к рассмотрению понятия «Общество». Признаки, структура основные подсистемы общества. Типологии обществ	Сам. работа	3	7	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.4.	Методологический анализ понятий социальная группа, государство, общество, страна, гражданское общество	Практические	3	2	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.5.	Личность как субъект общественных отношений. Основные характеристики личности и ее структура	Сам. работа	3	5	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.6.	Ценностный анализ личностных свойств индивида	Практические	3	2	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.7.	Социальные статусы и роли. Процесс социализации личности	Сам. работа	3	5	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.8.	Анализ сущности и основных различий понятий «индивид» и «личность»	Практические	3	2	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 3. СОЦИАЛЬНЫЕ ОБЩНОСТИ И ГРУППЫ						
3.1.	Социальные общности и группы	Сам. работа	3	0	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.2.	Понятие социальной нормы. Виды социальных норм	Практические	3	2	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.3.	Виды социальных общностей и их характерные черты. Виды социальных групп. Социальные квазигруппы	Сам. работа	3	5	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.4.	Общие и отличительные черты социально-исторических общностей и групп	Практические	3	2	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.5.	Понятие толпы и ее виды. Специфика поведения индивида в толпе	Сам. работа	3	5	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.6.	Виды социальных общностей и групп. Их актуальность на современном этапе развития общественной системы	Сам. работа	3	2	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.7.	Социальные отношения как основа для образования социальных общностей и групп	Сам. работа	3	5	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.8.	Основные признаки и функции социальных групп. Факторы объединения индивидов в группы	Практические	3	2	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
Раздел 4. СОЦИАЛЬНЫЕ ИНСТИТУТЫ						
4.1.	Социальные институты	Сам. работа	3	0	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
4.2.	Анализ социальных феноменов относительно их	Практические	3	2	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	соответствия основным признакам институционализации				1.2, УК-1.3, УК-1.4	
4.3.	Теоретико-методологические основы институционального подхода. Процесс институционализации и его стадии	Сам. работа	3	5	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
4.4.	Концептуальный анализ основных социальных явлений и институтов	Практические	3	2	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
4.5.	Классификация социальных институтов. Основные признаки социальных институтов	Сам. работа	3	5	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
4.6.	Специфика функционирования социальных институтов в обществе	Практические	3	2	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
4.7.	Подходы к анализу сущности организации. Типы организаций. Связь социальных институтов и социальных организаций	Сам. работа	3	5	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
Раздел 5. СОЦИАЛЬНАЯ СТРАТИФИКАЦИЯ И МОБИЛЬНОСТЬ						
5.1.	Социальная стратификация и мобильность	Сам. работа	3	0	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
5.2.	Феномен социального неравенства и дифференциация общества	Практические	3	2	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
5.3.	Понятие социальной стратификации и страты. Четыре измерения социальной стратификации. Социальная стратификация современного российского общества	Сам. работа	3	5	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
5.4.	Эмпирический анализ сегментации населения России	Практические	3	2	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
5.5.	Понятие социальной мобильности и ее разновидности	Сам. работа	3	5	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
5.6.	Анализ основных видов социальной мобильности и их актуальность на различных этапах развития общества	Практические	3	2	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
5.7.	Дистанция и объем социальной мобильности. Основные каналы социальной мобильности	Сам. работа	3	5	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
5.8.	Основные факторы и проблемы дифференциации общества	Практические	3	2	УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
<p>УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p> <p>1. Тестовые задания, предполагающие выбор одного из вариантов:</p> <p>1) Укажите метод сбора социологических данных, в котором источниками информации выступают текстовые сообщения</p> <p>а) опрос б) анализ документов в) наблюдение г) эксперимент</p> <p>2) Укажите метод сбора социологических данных, в котором источниками информации выступают люди, их мнения и оценки</p> <p>а) опрос б) анализ документов в) наблюдение г) эксперимент</p> <p>3) Укажите метод сбора социологических данных, который предполагает целенаправленное, планомерное, определенным образом фиксируемое восприятия исследуемого объекта</p> <p>а) опрос б) анализ документов в) наблюдение г) эксперимент</p>

- 4) Укажите метод сбора социологических данных, который предполагает наблюдение за изменением социального объекта под воздействием факторов, которые контролируют и направляют его развитие
- а) опрос
 - б) анализ документов
 - в) наблюдение
 - г) эксперимент
- 5) Определите тип информации, который передается в процессе общения людей и отражает знания, эмоции, волевые и управленческие возможности
- а) социальная информация
 - б) коммуникативная информация
 - в) культурно-историческая информация
 - г) опосредованная информация
- 6) Определите разновидность информации, включающую в себя сведения о состоянии экономической сферы; об интересующих значительное количество людей событиях общественной жизни внутри страны и за рубежом; о деятельности политических партий и движений т.д.
- а) пропаганда
 - б) идеологическая информация
 - в) социально значимая информация
 - г) государственная информация
- 7) Укажите как в социологии называется первичная информация, полученная в результате социологического исследования
- а) данные
 - б) материалы
 - в) коммуниканты
 - г) каталог
- 8) Укажите какой признак общественной системы включает в себя возможность изменения с течением времени как общества в целом, так и отдельных его элементов
- а) эмпиризм
 - б) системность
 - в) структурность
 - г) динамизм
- 9) Укажите видного представителя системного подхода в социологии
- а) Аристотель
 - б) К. Маркс
 - в) Т. Киллмен
 - г) А.П. Андреев
- 10) Укажите вид социальной системы, состоящий из одинаковых по своим свойствам элементов
- а) первичный
 - б) вторичный
 - в) гомогенный
 - г) гетерогенный

Ответы:

- 1) б
- 2) а
- 3) в
- 4) г
- 5) а
- 6) в
- 7) а
- 8) г
- 9) б
- 10) в

Критерии оценивания:

Каждый верный ответ оценивается одним баллом
«зачтено» - 50% и более правильных ответов (5 баллов и более)
«не зачтено» - менее 50% и более правильных ответов (менее 5 баллов)

2. Тестовые задания открытого типа, предполагающие ответ в виде слова:

- 1) Укажите название приема изучения сложных социальных систем, предполагающий разбиение системы на элементы
- 2) Укажите название приема изучения сложных социальных систем, предполагающий объединение некоторых классов элементов в общую структуру и систему.
- 3) Вставьте пропущенный термин: «В зависимости от цели, социологические данные можно разделить на первичные и ...».
- 4) Укажите как в социологии называется респондент, компетентный в проблемах, непосредственно связанных с предметом исследования
- 5) Вставьте пропущенный термин: «... и прикладная социология не противостоят друг другу, не отгорожены друг от друга, а представляют собой неразрывное единство, взаимно обогащают и дополняют друг друга».
- 6) Укажите метод сбора социологических данных, в котором источниками информации выступают текстовые сообщения
- 7) Укажите метод сбора социологических данных, в котором источниками информации выступают люди, их мнения и оценки
- 8) Укажите метод сбора социологических данных, который предполагает целенаправленное, планомерное, определенным образом фиксируемое восприятие исследуемого объекта
- 9) Укажите метод сбора социологических данных, который предполагает наблюдение за изменением социального объекта под воздействием факторов, которые контролируют и направляют его развитие
- 10) Укажите какой признак общественной системы включает в себя возможность изменения с течением времени как общества в целом, так и отдельных его элементов
- 11) Укажите понятие, характеризующее совокупность приемов и способов, используемых для получения научных знаний об обществе
- 12) Вставьте пропущенный термин: «... отвечает конкретным целям и задачам исследования, содержит в себе описание объекта и процедур изучения, способов фиксации и обработки полученных данных.»
- 13) Укажите принцип в теоретической социологии, согласно которому все события, совершающиеся в действительности, вызываются при данных условиях определенными причинами
- 14) Вставьте пропущенный термин: «Социальная система представляет собой общество в развитии, одновременно его статика и».
- 15) Вставьте пропущенный термин: «С уменьшением размеров групп, а следовательно, с увеличением влияния ... фактора неточность социологических исследований возрастает»

Ответы:

- 1) декомпозиция
- 2) агрегирование
- 3) вторичные
- 4) эксперт
- 5) теоретическая
- 6) анализ документов
- 7) опрос
- 8) наблюдение
- 9) эксперимент
- 10) динамизм
- 11) метод
- 12) методика
- 13) детерминизм
- 14) динамика
- 15) субъективного

Критерии оценивания:

Каждое задание, выполненное в полном объеме, оценивается одним баллом
«зачтено» - 50% и более правильных ответов (8 баллов и более)
«не зачтено» - менее 50% и более правильных ответов (менее 8 баллов)

УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

1. Тестовые задания, предполагающие выбор одного из вариантов:

- 1) Укажите отрасль социологии, которая изучает закономерности дифференциации мужских и женских

социальных ролей в рамках социального взаимодействия

- а) феминосоциология
 - б) гендерная социология
 - в) геронтосоциология
 - г) социальная психология
- 2) Определите чем для социологии выступает совокупность свойств, связей и отношений, которые носят название социальных
- а) объект социологии
 - б) предмет социологии
 - в) метод социологии
 - г) предназначение социологии
- 3) Укажите что является основными детерминантами поведения личности в рамках социального взаимодействия
- а) желания и интересы
 - б) потребности и стимулы
 - в) потребности и интересы
 - г) желания и стимулы
- 4) Укажите понятие, обозначающее совокупность моделей поведения, которая должна отвечать предписанным нормам и ожиданиям окружающих
- а) система социальных статусов
 - б) система социальных ролей
 - в) социальная мобильность
 - г) предписанная система ожиданий
- 5) Какая система (сфера) общества является совокупностью взаимодействий индивидов и социальных групп, организованной на единой нормативно-ценностной основе и связанной с осуществлением власти и управления обществом?
- а) социальная
 - б) политическая
 - в) идеологическая
 - г) процедурная
- 6) Укажите понятие, определяемое как различные социальные взаимосвязи, возникающие в социальном взаимодействии, связанные с положением людей и функциями, выполняемыми ими в обществе?
- а) социальные отношения
 - б) социальные коммуникации
 - в) социальный обмен
 - г) социальная продукция
- 7) Укажите понятие, характеризующее спонтанное, неустойчивое образование с кратковременным взаимодействием какого-либо вида
- а) толпа
 - б) квазигруппа
 - в) массовое общество
 - г) социальное объединение
- 8) Укажите понятие, которое характеризует социальную квазигруппу, создаваемую в целях личного удовольствия ее членов
- а) обусловленная толпа
 - б) случайная толпа
 - в) экспрессивная толпа
 - г) устойчивая толпа
- 9) Укажите термин, обозначающий заранее планирующееся и относительно структурированное собрание людей
- а) обусловленная толпа
 - б) случайная толпа
 - в) экспрессивная толпа
 - г) действующая толпа
- 10) Укажите термин, обозначающий переход человека из одной социальной группы в другую
- а) социальное поведение
 - б) социальная девиация
 - в) общественная коммуникация
 - г) социальная мобильность

Ответы:

- 1) б

- 2) б
- 3) в
- 4) б
- 5) б
- 6) а
- 7) б
- 8) в
- 9) а
- 10) г

Критерии оценивания:

Каждый верный ответ оценивается одним баллом

«зачтено» - 50% и более правильных ответов (5 баллов и более)

«не зачтено» - менее 50% и более правильных ответов (менее 5 баллов)

2. Тестовые задания открытого типа, предполагающие ответ в виде слова:

- 1) Укажите название социальной группы, которая служит для индивида своеобразным эталоном или стандартом, системой отсчета для себя и других
- 2) Укажите название социальной группы, которая отличается непреднамеренностью, в которой между членами отсутствуют устойчивые связи и социальная структура
- 3) Укажите вид социальной общности людей, которая внешне не организована, отличается высшей степенью конформизма и действует крайне эмоционально и единодушно
- 4) Вставьте пропущенный термин: «По степени включенности в межличностные отношения социальные группы разделяются на реальные и ...»
- 5) Вставьте пропущенный термин: «По степени длительности существования социальные группы разделяются на постоянные и ...»
- 6) Вставьте пропущенный термин: «По степени регламентации деятельности социальные группы разделяются на формальные и ...»
- 7) Вставьте пропущенный термин: «По численности участников социальные группы делятся на большие и ...»
- 8) Укажите термин, обозначающий совокупность людей, между которыми почти отсутствуют эмоциональные отношения, их взаимодействие обусловлено стремлением к достижению определенной цели
- 9) Укажите термин, обозначающий небольшое количество людей, между которыми устанавливаются прямые контакты, отражающие многие аспекты их личных свойств, и складываются устойчивые эмоциональные отношения
- 10) Вставьте пропущенный термин: «Введение социальных барьеров и перегородок, ограничение доступа в другую социальную группу либо замыкание группы в самой себе обозначается как социальная ...»
- 11) Вставьте пропущенный термин: «Ожидаемое поведение, обусловленное статусом человека обозначается как социальная ...»
- 12) Укажите термин, обозначающий особое взаимодействие индивидов, групп и объединений при столкновении их несовместимых взглядов, позиций и интересов
- 13) Укажите термин, обозначающий простые, элементарные связи между отдельными индивидами. Они могут быть единичными и регулярными
- 14) Укажите понятие, обозначающее совокупность моделей поведения, которая должна отвечать предписанным нормам и ожиданиям окружающих
- 15) Укажите понятие, обозначающее совокупность разнообразных социальных взаимодействий – от простых (взаимодействие пассажиров в общественном транспорте) до сложных и длительных (семейные отношения)

Ответы:

- 1) референтная группа
- 2) квазигруппа
- 3) толпа
- 4) номинальные
- 5) временные
- 6) неформальные
- 7) малые
- 8) вторичная группа
- 9) первичная группа
- 10) клаузула
- 11) роль

- 12) социальный конфликт
- 13) социальные контакты
- 14) система социальных ролей
- 15) социальные интеракции

Критерии оценивания:

Каждое задание, выполненное в полном объеме, оценивается одним баллом

«зачтено» - 50% и более правильных ответов (8 баллов и более)

«не зачтено» - менее 50% и более правильных ответов (менее 8 баллов)

УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

1. Тестовые задания, предполагающие выбор одного из вариантов:

1) Укажите понятие, которое определяется как процесс взаимовлияния культур (обмен культурными особенностями), восприятия одним народом полностью или частично культуры другого народа.

а) кросскультура

б) апробация

в) прокультурация

г) аккультурация

2) Укажите тип этнической общности, возникающий в период разложения родоплеменной организации и основанный уже не на крови, а на территориальном единстве

а) народность

б) нация

в) племя

г) род

3) Укажите чувство принадлежности к определенному этносу, осознание своего единства и отличия от других этнических групп

а) культурное самосознание

б) социальное самосознание

в) этническое самосознание

г) идеологическое самосознание

4) Укажите понятие, которое определяется как состояние индивида, утратившего прежний социальный статус, и неспособного органично функционировать в рамках нового социального статуса, адаптироваться в новой культурной среде

а) мобильность

б) оппозиция

в) маргинальность

г) отсрочка

5) Укажите термин, обозначающий склонность негативно оценивать представителей другой культуры сквозь призму стандартов собственной

а) национализм

б) этноцентризм

в) абстракция

г) аккультурация

6) Укажите термин, обозначающий исторически сложившиеся внешние или собственные представления о складе ума, менталитете и стандартном поведении представителей того или иного этноса

а) этнические представления

б) этнический стереотип

в) этнический образ

г) этническая идентичность

7) Укажите термин, обозначающий принятие определенных групповых представлений, готовность к сходному образу мыслей и разделяемые этнические чувства.

а) автоидентификация

б) этнический стереотип

в) самопознание

г) этническая идентичность

8) Укажите термин, обозначающий вариант аккультурации, при котором человек полностью принимает ценности и нормы иной культуры, отказываясь при этом от своих норм и ценностей.

а) ассимиляция

б) сепарация

в) идентификация

г) маргинализация

- 9) Укажите термин, обозначающий одновременную принадлежность лица или группы двум культурам
- а) монокультуризм
 - б) бикультуризм
 - в) прекультурация
 - г) аккумуляция
- 10) Укажите термин, обозначающий смысловой и идеально-содержательный аспект социального взаимодействия, предполагающий обмен информацией
- а) аппроксимация
 - б) адресация
 - в) информатизация
 - г) коммуникация

Ответы:

- 1) г
- 2) а
- 3) б
- 4) в
- 5) б
- 6) б
- 7) г
- 8) а
- 9) б
- 10) г

Критерии оценивания:

Каждый верный ответ оценивается одним баллом

«зачтено» - 50% и более правильных ответов (5 баллов и более)

«не зачтено» - менее 50% и более правильных ответов (менее 5 баллов)

2. Тестовые задания открытого типа, предполагающие ответ в виде слова:

- 1) Укажите процесс в экономике, науке, образовании, в рамках которого международные контакты стали явлением повседневной жизни.
- 2) Вставьте пропущенный термин: «Становясь участниками любого вида межкультурных ..., люди взаимодействуют с представителями других культур, зачастую существенно отличающихся друг от друга»
- 3) Вставьте пропущенный термин: «... представляет собой систему воззрений, ценностей и знаний, широко распространенных в обществе и передающихся из поколения в поколение»
- 4) Вставьте пропущенный термин: «... уровень взаимодействия характерен для отношений между локальными этносами, историко-этнографическими, этноконфессиональными и другими общностями»
- 5) Вставьте пропущенный термин: «... коммуникация возникает между жителями различных областей (местностей), поведение которых в одинаковой ситуации может значительно отличаться»
- 6) Укажите термин, обозначающий склонность негативно оценивать представителей другой культуры сквозь призму стандартов собственной
- 7) Вставьте пропущенный термин: «Этнические стереотип представляет собой исторически сложившиеся гетеростереотипы и ... о складе ума, менталитете и стандартном поведении представителей того или иного этноса»
- 8) Укажите термин, обозначающий моральные оценки допустимости тех или иных форм как собственного поведения, так и поведения других людей
- 9) Укажите термин, обозначающий общепринятые образцы действий, предписывающие правила поведения для представителей одной культуры
- 10) Вставьте пропущенный термин: «Для каждого человека этническая ... означает осознание им своей принадлежности к определенной этнической общности»
- 11) Вставьте пропущенный термин: «Механизм инкультурации, в соответствии с которым освоение человеком своей родной культуры осуществляется одновременно как на сознательном, так и ... уровне»
- 12) Вставьте пропущенный термин: «В человеческом сознании существует одновременно множество ценностей, поэтому вполне оправданно говорить о ... ценностей, поскольку ценности существуют не хаотично, они определенным образом упорядочены по отношению друг к другу»
- 13) Вставьте пропущенный термин: «Культурный ... представляет собой эмоциональный или физический дискомфорт, дезориентацию индивида, вызванную попаданием в иную культурную среду, столкновением с другой культурой»
- 14) Укажите термин, обозначающий принадлежность человека к определенной этнической группе
- 15) Вставьте пропущенный термин: «В Российской Федерации у представителей разных народностей

есть право на свободный выбор ... общения»

Ответы:

- 1) глобализация
- 2) контакты
- 3) культура
- 4) этнический
- 5) региональная
- 6) этноцентризм
- 7) автостереотипы
- 8) нравы
- 9) обычаи
- 10) идентичность
- 11) бессознательном
- 12) система
- 13) шок
- 14) национальность
- 15) язык

Критерии оценивания:

Каждое задание, выполненное в полном объеме, оценивается одним баллом

«зачтено» - 50% и более правильных ответов (8 баллов и более)

«не зачтено» - менее 50% и более правильных ответов (менее 8 баллов)

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Не предусмотрено.

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вопросы к промежуточной аттестации по дисциплине

1. Возникновение и развитие социологии как науки.
2. Связь социологии с другими науками.
3. Объект и предмет, функции социологии.
4. Структура социологического знания.
5. Признаки общества. Структура общества, основные подсистемы общества. Типологии обществ.
6. Личность как субъект общественных отношений.
7. Основные характеристики личности и ее структура.
8. Социальные статусы и роли.
9. Процесс социализации личности.
10. Виды социальных общностей и их характерные черты.
11. Виды социальных групп. Социальные квазигруппы.
12. Основные признаки социальных институтов.
13. Классификация социальных институтов.
14. Подходы к анализу сущности организации. Типы организаций.
15. Понятие социальной стратификации и страты.
16. Четыре измерения социальной стратификации: доход, образование, власть, престиж.
17. Социальная стратификация современного российского общества.
18. Понятие социальной мобильности.
19. Разновидности социальной мобильности.
20. Основные каналы социальной мобильности.

Форма проведения промежуточной аттестации: зачет

Оценивание ответа на зачете:

Отлично (зачтено) Студентом дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса.

Хорошо (зачтено) Студентом дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует

знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе.

Удовлетворительно (зачтено) Студентом дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа.

Неудовлетворительно (незачтено) Студентом дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны, студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Кравченко, А. И.	Социология : учебник и практикум для вузов	Москва : Издательство Юрайт, 2021	https://urait.ru/bcode/468509
Л1.2	Кухарчук, Д. В.	Социология: учебник и практикум для вузов	Москва : Издательство Юрайт, 2021	https://urait.ru/bcode/469878
Л1.3	Куканова, Е. В., Павленок П.Д.	Социология: учебное пособие для вузов	Москва : Издательство Юрайт, 2021	https://urait.ru/bcode/471642
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Хренов А.Е.	Социология: учебник для вузов	Москва : Издательство Юрайт, 2021, 2021	https://urait.ru/bcode/472594
Л2.2	Багдасарьян, Н. Г.	Социология: учебник и практикум для вузов	Москва : Издательство Юрайт, 2020	https://urait.ru/bcode/449672
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название	Эл. адрес		
Э1	Институт научной информации по общественным наукам Российской Академии Наук (ИНИОН РАН)	http://www.inion.ru/product/db_2.htm		
Э2	Российская национальная библиотека	http://www.nlr.ru:8101/		
Э3	Федеральный образовательный портал. Экономика. Социология. Менеджмент	http://ecsocman.hse.ru/search/index.html		

Э4	Электронная библиотека eLIBRARY.RU	http://elibrary.ru
Э5	университетская библиотека on-line	http://www.biblioclub.ru
Э6	электронно-библиотечная система издательства «Лань»	http://e.lanbook.com
Э7	ЭБС Юрайт	https://biblio-online.ru/
Э8	курс в Moodle	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8516

6.3. Перечень программного обеспечения

Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно);
Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно);
Chrome (<http://www.chromium.org/chromium-os/licenses>), (бессрочно);
7-Zip (<http://www.7-zip.org/license.txt>), (бессрочно);
AcrobatReader
(http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно);
ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (<https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/>), (бессрочно);
LibreOffice (<https://ru.libreoffice.org/>), (бессрочно);
Веб-браузер Chromium (<https://www.chromium.org/Home/>), (бессрочно);
Антивирус Касперский (<https://www.kaspersky.ru/>), (до 23 июня 2024);
Архиватор Ark (<https://apps.kde.org/ark/>), (бессрочно);
Okular (<https://okular.kde.org/ru/download/>), (бессрочно);
Редактор изображений Gimp (<https://www.gimp.org/>), (бессрочно)

6.4. Перечень информационных справочных систем

Информационная справочная система:
СПС КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс АлтГУ или <http://www.consultant.ru/>).
Профессиональные базы данных:
1. Электронная база данных «Scopus» (<http://www.scopus.com>);
2. Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (<http://elibrary.asu.ru/>);
3. Научная электронная библиотека elibrary (<http://elibrary.ru>)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
Помещение для самостоятельной работы	помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации,	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)

Аудитория	Назначение	Оборудование
	курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Курс "Практикум "Человек в современном мире". Основы современной социологии", размещенный на портале "Цифровой университет АлтГУ" (<https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8516>) включает материалы, сгруппированные тематически по пяти разделам. В ЭУМКД по дисциплине представлены лекционные материалы в формате видео, практические задания с инструкцией по их выполнению, глоссарий (содержит ряд понятий и терминов, знание которых пригодится в процессе выполнения практических заданий), учебные и интерактивные материалы, а также итоговый тест по дисциплине. Просмотр видеолекций, представленных в курсе, является необходимым условием успешного его освоения. Представленные практические задания и интерактивные элементы выполняются слушателями согласно инструкции самостоятельно и индивидуально. Курс имеет заданную траекторию обучения: последующие задания открываются по мере выполнения предыдущих.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Политика и управление рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра философии и политологии
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты:	3
аудиторные занятия	36		
самостоятельная работа	72		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (3)		Итого	
	Неделя			
Неделя	15,5			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Практические	36	36	36	36
Сам. работа	72	72	72	72
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

к.полит.н., Доцент, Асеева Т.А.; к.и.н., Доцент, Киреева О.С.; Ст.преподаватель, Казанцев Д.А.; д.ф.н., Профессор, Широкова М.А.

Рецензент(ы):

д.полит.н., Профессор, Шашкова Я.Ю.

Рабочая программа дисциплины

Политика и управление

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра философии и политологии

Протокол от 02.06.2022 г. № 10

Срок действия программы: 2022-2023 уч. г.

Заведующий кафедрой

Черданцева Инна Владимировна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра философии и политологии

Протокол от 02.06.2022 г. № 10

Заведующий кафедрой *Черданцева Инна Владимировна*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Целью курса является формирование у студентов системных знаний о политической сфере общественной жизни, о политическом, государственном и муниципальном управлении как механизме реализации властных решений, об основных способах и институтах управления общественными отношениями, что должно обеспечить способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, самостоятельно анализировать политические явления и процессы, делать осознанный политический выбор. В процессе изучения курса у студента должно сформироваться понимание принципов функционирования государственных и негосударственных субъектов политического управления на всех стадиях разработки и осуществления властно-управленческих решений в различных сферах общественной жизни, что должно способствовать формированию умения осуществлять социальное взаимодействие и способности воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах, а также способности принимать обоснованные экономические решения и формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.01.ДВ.01

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
УК-10	Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	УК-1: способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач; УК-3: способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде; УК-5: способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; УК-11: способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению. УК-1.1. Знает основные теоретико-методологические положения системного подхода как научной и философской категории. УК-1.2. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов. УК-1.3. Сопоставляет разные источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений. УК-1.4. Анализирует информацию и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки; УК-3.1. Знает концепции, принципы и методы построения эффективной работы в команде с учетом правовых и этических принципов и норм социального взаимодействия, существенные характеристики и типологию лидерства. УК-3.2. Участвует в обмене информацией, знаниями и опытом в интересах выполнения командной задачи, презентуя профессиональные задачи. УК-3.3. Владеет способами самодиагностики определения своего ролевого статуса в команде, приемами эффективного социального взаимодействия и способами их правовой и

	<p>этической оценки, коммуникативными навыками;</p> <p>УК-5.1. Знает основные подходы к изучению культурных явлений; многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии во временной ретроспективе, формы межкультурного взаимодействия; особенности и этапы развития духовной и материальной культуры народов мира.</p> <p>УК-5.2. Применяет знания особенностей межкультурного взаимодействия в практической деятельности; критически осмысливает и формирует собственную позицию по отношению к явлениям современной жизни с учетом их культурно-исторической обусловленности.</p> <p>УК-5.3. Владеет нормами взаимодействия и толерантного поведения в условиях культурного, религиозного, этнического, социального многообразия современного общества.</p> <p>УК-5.4. Владеет приемами презентации результатов собственных теоретических изысканий в области межкультурного взаимодействия;</p> <p>УК-11.1. Знает о содержании понятия коррупции, его основных признаках; основные направления и принципы противодействия коррупции; основные меры по профилактике коррупции; об актуальных направлениях государственной политики в сфере противодействия коррупции; о негативных последствиях, наступающих в случае привлечения к ответственности за коррупционные правонарушения; о характере вреда, наносимого коррупцией экономическим отношениям; о понятиях конфликта интересов на государственной службе, личной заинтересованности государственного служащего.</p> <p>УК-11.2. Способен выявить признаки основных коррупционных правонарушений; осуществлять классификацию форм проявления коррупции; выявлять мотивы коррупционного поведения; выявлять основные коррупциогенные факторы в области экономических отношений</p> <p>УК-11.3. Способен разграничивать коррупционные и схожие некоррупционные явления в различных сферах жизни общества; сделать осознанный выбор в пользу правомерного поведения; понимать значимости правовых явлений для личности; к развитию правосознания на основе полученных знаний.</p>
3.2.	Уметь:
3.2.1.	<p>УК-1: способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;</p> <p>УК-3: способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;</p> <p>УК-5: способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;</p> <p>УК-11: способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению.</p> <p>УК-1.1. Знает основные теоретико-методологические положения системного подхода как научной и философской категории.</p> <p>УК-1.2. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов.</p> <p>УК-1.3. Сопоставляет разные источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений.</p> <p>УК-1.4. Анализирует информацию и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки;</p> <p>УК-3.1. Знает концепции, принципы и методы построения эффективной работы в команде с учетом правовых и этических принципов и норм социального взаимодействия, существенные характеристики и типологию лидерства.</p> <p>УК-3.2. Участвует в обмене информацией, знаниями и опытом в интересах выполнения командной задачи, презентуя профессиональные задачи.</p> <p>УК-3.3. Владеет способами самодиагностики определения своего ролевого статуса в команде, приемами эффективного социального взаимодействия и способами их правовой и этической оценки, коммуникативными навыками;</p> <p>УК-5.1. Знает основные подходы к изучению культурных явлений; многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии во временной ретроспективе, формы межкультурного взаимодействия; особенности и этапы развития духовной и материальной культуры народов мира.</p> <p>УК-5.2. Применяет знания особенностей межкультурного взаимодействия в практической деятельности; критически осмысливает и формирует собственную позицию по отношению к явлениям современной жизни с учетом их культурно-исторической обусловленности.</p> <p>УК-5.3. Владеет нормами взаимодействия и толерантного поведения в условиях культурного, религиозного, этнического, социального многообразия современного</p>

	<p>общества.</p> <p>УК-5.4. Владеет приемами презентации результатов собственных теоретических изысканий в области межкультурного взаимодействия;</p> <p>УК-11.1. Знает о содержании понятия коррупции, его основных признаках; основные направления и принципы противодействия коррупции; основные меры по профилактике коррупции; об актуальных направлениях государственной политики в сфере противодействия коррупции; о негативных последствиях, наступающих в случае привлечения к ответственности за коррупционные правонарушения; о характере вреда, наносимого коррупцией экономическим отношениям; о понятиях конфликта интересов на государственной службе, личной заинтересованности государственного служащего.</p> <p>УК-11.2. Способен выявить признаки основных коррупционных правонарушений; осуществлять классификацию форм проявления коррупции; выявлять мотивы коррупционного поведения; выявлять основные коррупциогенные факторы в области экономических отношений</p> <p>УК-11.3. Способен разграничивать коррупционные и схожие некоррупционные явления в различных сферах жизни общества; сделать осознанный выбор в пользу правомерного поведения; понимать значимости правовых явлений для личности; к развитию правосознания на основе полученных знаний.</p>
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	<p>УК-1: способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;</p> <p>УК-3: способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;</p> <p>УК-5: способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;</p> <p>УК-11: способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению.</p> <p>УК-1.1. Знает основные теоретико-методологические положения системного подхода как научной и философской категории.</p> <p>УК-1.2. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов.</p> <p>УК-1.3. Сопоставляет разные источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений.</p> <p>УК-1.4. Анализирует информацию и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки;</p> <p>УК-3.1. Знает концепции, принципы и методы построения эффективной работы в команде с учетом правовых и этических принципов и норм социального взаимодействия, существенные характеристики и типологию лидерства.</p> <p>УК-3.2. Участвует в обмене информацией, знаниями и опытом в интересах выполнения командной задачи, презентуя профессиональные задачи.</p> <p>УК-3.3. Владеет способами самодиагностики определения своего ролевого статуса в команде, приемами эффективного социального взаимодействия и способами их правовой и этической оценки, коммуникативными навыками;</p> <p>УК-5.1. Знает основные подходы к изучению культурных явлений; многообразии культур и цивилизаций в их взаимодействии во временной ретроспективе, формы межкультурного взаимодействия; особенности и этапы развития духовной и материальной культуры народов мира.</p> <p>УК-5.2. Применяет знания особенностей межкультурного взаимодействия в практической деятельности; критически осмысливает и формирует собственную позицию по отношению к явлениям современной жизни с учетом их культурно-исторической обусловленности.</p> <p>УК-5.3. Владеет нормами взаимодействия и толерантного поведения в условиях культурного, религиозного, этнического, социального многообразия современного общества.</p> <p>УК-5.4. Владеет приемами презентации результатов собственных теоретических изысканий в области межкультурного взаимодействия;</p> <p>УК-11.1. Знает о содержании понятия коррупции, его основных признаках; основные направления и принципы противодействия коррупции; основные меры по профилактике коррупции; об актуальных направлениях государственной политики в сфере противодействия коррупции; о негативных последствиях, наступающих в случае привлечения к ответственности за коррупционные правонарушения; о характере вреда, наносимого коррупцией экономическим отношениям; о понятиях конфликта интересов на государственной службе, личной заинтересованности государственного служащего.</p>

<p>УК-11.2. Способен выявить признаки основных коррупционных правонарушений; осуществлять классификацию форм проявления коррупции; выявлять мотивы коррупционного поведения; выявлять основные коррупциогенные факторы в области экономических отношений</p> <p>УК-11.3. Способен разграничивать коррупционные и схожие некоррупционные явления в различных сферах жизни общества; сделать осознанный выбор в пользу правомерного поведения; понимать значимости правовых явлений для личности; к развитию правосознания на основе полученных знаний.</p>

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. РАЗДЕЛ 1. ФОРМЫ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ВЛАСТИ И УПРАВЛЕНИЯ						
1.1.	Политика и власть (Кольцо всевластия: политика и власть в современном обществе)	Практические	3	2	УК-5, УК-3, УК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.4, Л1.4
1.2.	Политика и власть (Кольцо всевластия: политика и власть в современном обществе)	Сам. работа	3	4	УК-5, УК-3, УК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.4, Л1.4
1.3.	Политические режимы (Режимы в 3Д: диктатура, демократия и другие)	Практические	3	2	УК-5, УК-3, УК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.4, Л1.4
1.4.	Политические режимы (Режимы в 3Д: диктатура, демократия и другие)	Сам. работа	3	4	УК-5, УК-3, УК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.4, Л1.4
1.5.	Политическое и государственное управление (Public administration: чего ждать от государства?).	Практические	3	4	УК-5, УК-3, УК-1, УК-10	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л2.4, Л2.5, Л1.4
1.6.	Политическое и государственное управление (Public administration: чего ждать от государства?).	Сам. работа	3	8	УК-5, УК-3, УК-1, УК-10	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л2.4, Л2.5, Л1.4
1.7.	Местное самоуправление (Local government: чего ожидать от местного сообщества?).	Практические	3	4	УК-5, УК-3, УК-1, УК-10	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л2.4, Л2.5, Л1.4
1.8.	Местное самоуправление (Local government: чего ожидать от местного сообщества?).	Сам. работа	3	8	УК-5, УК-3, УК-1, УК-10	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л2.4, Л2.5, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.9.	Государственное управление экономикой («Муха денежку нашла: государственное управление экономикой»).	Практические	3	4	УК-5, УК-3, УК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л2.4, Л2.5, Л1.4
1.10.	Государственное управление экономикой («Муха денежку нашла: государственное управление экономикой»).	Сам. работа	3	8	УК-5, УК-3, УК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л2.4, Л2.5, Л1.4
Раздел 2. РАЗДЕЛ 2. ПОЛИТИЧЕСКИЕ ИНСТИТУТЫ						
2.1.	Партии и партийные системы (Они хотят ваш голос или зачем нам партии?).	Практические	3	2	УК-5, УК-3, УК-1	Л1.1, Л2.8, Л1.2, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л1.4
2.2.	Партии и партийные системы (Они хотят ваш голос или зачем нам партии?).	Сам. работа	3	4	УК-5, УК-3, УК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.4, Л1.4
2.3.	Избирательные системы («Выборы, выборы...»).	Практические	3	2	УК-5, УК-3, УК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.6, Л2.2, Л2.4, Л1.4
2.4.	Избирательные системы («Выборы, выборы...»).	Сам. работа	3	4	УК-5, УК-3, УК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.4, Л1.4
2.5.	Политические элиты и лидерство (Как стать Президентом?).	Практические	3	2	УК-5, УК-3, УК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л2.4, Л1.4
2.6.	Политические элиты и лидерство (Как стать Президентом?).	Сам. работа	3	4	УК-5, УК-3, УК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л2.4, Л1.4
Раздел 3. РАЗДЕЛ 3. КОММУНИКАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В ПОЛИТИКЕ И УПРАВЛЕНИИ						
3.1.	Политические конфликты (Политические конфликты: война и мир).	Практические	3	2	УК-5, УК-3, УК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.7, Л2.2, Л2.4, Л1.4
3.2.	Политические конфликты (Политические конфликты: война и мир).	Сам. работа	3	4	УК-5, УК-3, УК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.4, Л1.4
3.3.	PR в политике и управлении (Политическое зомбирование или	Практические	3	2	УК-5, УК-3, УК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л2.4, Л2.5, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	управление коммуникацией?).					
3.4.	PR в политике и управлении (Политическое зомбирование или управление коммуникацией?).	Сам. работа	3	4	УК-5, УК-3, УК-1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л2.4, Л2.5, Л1.4
3.5.	Переговоры в политике, бизнесе и управлении (Переговоры: «мы делили апельсин много нас, а он один»).	Практические	3	2	УК-5, УК-3, УК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.4, Л1.4
3.6.	Переговоры в политике, бизнесе и управлении (Переговоры: «мы делили апельсин много нас, а он один»).	Сам. работа	3	4	УК-5, УК-3, УК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.4, Л1.4
Раздел 4. РАЗДЕЛ 4. ФОРМЫ ПОЛИТИЧЕСКОГО УЧАСТИЯ						
4.1.	GR и лоббизм (GR и ПРОдвижение интересов).	Практические	3	2	УК-5, УК-3, УК-1, УК-10	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л2.4, Л2.5, Л1.4
4.2.	GR и лоббизм (GR и ПРОдвижение интересов).	Сам. работа	3	4	УК-5, УК-3, УК-1, УК-10	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л2.4, Л2.5, Л1.4
4.3.	Гражданское общество и участие (Я - гражданин!).	Практические	3	2	УК-5, УК-3, УК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.4, Л1.4
4.4.	Гражданское общество и участие (Я - гражданин!).	Сам. работа	3	4	УК-5, УК-3, УК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.4, Л1.4
4.5.	Международные отношения и мировая политика («Великая шахматная доска», или кто управляет миром?).	Практические	3	4	УК-5, УК-3, УК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.4, Л1.4
4.6.	Международные отношения и мировая политика («Великая шахматная доска», или кто управляет миром?).	Сам. работа	3	8	УК-5, УК-3, УК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.4, Л1.4, Л2.1

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Теоретические вопросы к зачету:
1. Политика как общественное явление.


2. Власть и ее место в политике.
3. Структура власти.
4. Политическая власть, ее особенности.
5. Легитимность и эффективность политической власти.
6. Понятие «политический режим», многообразие подходов.
7. Типы политических режимов.
8. Происхождение партий. Понятие партии.
9. Функции и типы партии.
10. Переговоры в политическом процессе.
11. Подготовка к переговорам, ее сущность и содержание.
12. Особенности проведения переговоров, итоговый этап переговоров.
13. Избирательные системы как неотъемлемый элемент политической системы: понятия и свойства.
14. Аспекты избирательных систем.
15. Типы избирательных систем.
16. Понятие, система, структура и виды управления.
17. Государственное и муниципальное управление.
18. Регулирование экономики в управлении.
19. Охарактеризуйте особенности политического конфликта и его функции.
20. Выделите особенности и охарактеризуйте типы международных политических конфликтов.
21. Выделите особенности и охарактеризуйте типы внутриполитических конфликтов.
22. Выделите признаки лоббизма и охарактеризуйте критерии его классификации.
23. Охарактеризуйте субъекты и объекты GR-деятельности.
24. Охарактеризуйте модели взаимодействия государства и бизнеса.
25. Выделите и охарактеризуйте признаки и условия функционирования гражданского общества.
26. Охарактеризуйте структуру и функции гражданского общества.
27. Перечислите и охарактеризуйте модели взаимодействия гражданского общества и государства.
28. Определите сущность и специфику деятельности субъектов мировой политики.
29. Проанализируйте специфику основных геополитических пространств современной России.
30. Выявите взаимосвязь демографического ресурса с перспективами развития государства.
31. Определите факторы, способствующие становлению политического лидерства.
32. Проанализируйте содержание функций политического лидерства.
33. Выявите угрозы и риски деятельности политического лидера, связанные с парадоксом и стрессом лидера.
34. Определите специфику манипуляционного воздействия и его отличие от других способов коммуникации.
35. Проанализируйте содержание манипуляций посредством управления информационной средой.
36. Сопоставьте потенциал манипулятивного воздействия посредством разных каналов коммуникации (печатная продукция, радио, телевидение, Интернет).

Примеры практических заданий:

1. Проанализируйте различные трактовки власти, выделите их сущностные характеристики
2. Покажите место власти в политике и ее роль как цели и средства политики.
3. Охарактеризуйте основные измерения политики.
4. Изложите современные подходы к определению политического режима.
5. Выявите соотношение авторитаризма и демократии.
6. Выделите основные проблемы классификации политических режимов.
7. Сравните типы легитимного господства в концепции М. Вебера
8. Проанализируйте функции партий в современном обществе.
9. Выделите основные признаки политических партий.
10. Рассмотрите соотношение легитимности и легальности власти.
11. Покажите диалектическую взаимосвязь целей и средств в политике
12. Изложите суть типологии партий М. Дюверже
13. Охарактеризуйте причины и условия возникновения партий
14. Проанализируйте типологию партий по идеологической направленности
15. Сопоставьте основные виды власти в обществе, покажите их соотношение с политической властью.
16. Выделите специфические признаки политики как деятельности.
17. Охарактеризуйте основные элементы структуры власти.
18. Сравните характеристики легитимности и эффективности власти по С. Липсету.

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

не предусмотрено

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
Фос находится в приложении
Приложения
Приложение 1.  11. ФОС по курсу ПиУ.docx

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Пугачев В.П., Соловьев А.И.	Введение в политологию: учеб. для вузов	М.: Аспект Пресс, 2007	
Л1.2	К. С. Гаджиев	Политология: учебник	М.: Издательство Юрайт // ЭБС Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/0EF53660-8133-4D34-8097-AEE9D984937E
Л1.3	А. А. Одинцов	Основы менеджмента: Учебное пособие для вузов	М. : Издательство Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/66F6B5AD-1104-4E97-946E-C5F5A021280D .
Л1.4	Гаджиев К.С.	СРАВНИТЕЛЬНАЯ ПОЛИТОЛОГИЯ 2-е изд., пер. и доп. Учебник для академического бакалавриата: Гриф УМО ВО	М.:Издательство Юрайт, 2018	https://biblio-online.ru/book/D45BC14F-6093-4587-ADB5-1754E3253A30/sravnitelnaya-politologiya
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Ачкасов, В. А.	Мировая политика и международные отношения : учебник для академического бакалавриата	Издательство Юрайт, 2019	https://www.biblio-online.ru/bcode/430000
Л2.2	Пушкарева Г.В.	Политический менеджмент: Учебник и практикум	Юрайт, 2018	https://biblio-online.ru/book/EAF8450F-6057-4E43-AFA8-6DB75AB5D41E/politicheskiy-menedzhment
Л2.3	Исаев Б.А.	Теория партий и партийных систем: Учебник	М : Издательство Юрайт, 2018	https://biblio-online.ru/book/B041F393-8125-4014-B85A-6039C3534563/teoriya-partiy-i-partiynyh-sistem
Л2.4	под ред. В. А. Семенова, В. Н. Колесникова	Политический анализ и прогнозирование: учеб. пособие : [для бакалавров]	Питер, 2014	

Л2.5	Под ред. Сморгунова Л.В.	ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА И УПРАВЛЕНИЕ В 2 Ч. ЧАСТЬ 1. КОНЦЕПЦИИ И ПРОБЛЕМЫ 2-е изд. Учебник для бакалавриата и магистратуры: Гриф УМО ВО	М.:Издательство Юрайт, 2018	https://biblio-online.ru/ book/19CE4022-C0AF- 464E-9652-43975461 3D9C
Л2.6	Туронок С.Г.	ПОЛИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ:	М.: Юрайт, 2018	https://biblio-online.ru/ book/86D6130B-109C- 40B4-8090-1C86DD4 BA38C/politicheskiy-a naliz-i-prognozirovanie
Л2.7	Сирота, Н. М.	Политическая конфликтология : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры	М. : Издательство Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/b ook/219A24A5-BD9D- 416C-AEAA-A2701C8 D1231
Л2.8	Я. Ю. Шашкова	Политический анализ и прогнозирование: учеб. пособие	Барнаул: [Изд-во АлтГУ], 2008	

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

	Название	Эл. адрес
Э1	Институт научной информации по общественным наукам Российской Академии Наук (ИНИОН РАН):	http://www.inion.ru/product/db_2.htm
Э2	Российская национальная библиотека	http://www.nlr.ru:8101
Э3	Электронная библиотека eLIBRARY.RU	http://elibrary.ru
Э4	университетская библиотека on-line	http://www.biblioclub.ru
Э5	электронно-библиотечная система издательства «Лань»	http://e.lanbook.com
Э6	ЭБС Юрайт	https://biblio-online.ru
Э7	Сайт Центра политических технологий	http://www.politcom.ru/
Э8	ЭУМК «Политика и управление»:	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8399

6.3. Перечень программного обеспечения

Microsoft Windows
Microsoft Office
7-Zip
AcrobatReader

6.4. Перечень информационных справочных систем

СПС КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс АлтГУ или <http://www.consultant.ru/>).
Профессиональные базы данных:
Электронная база данных «Scopus» (<http://www.scopus.com>);
Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (<http://elibrary.asu.ru/>);
Научная электронная библиотека elibrary (<http://elibrary.ru>).

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
Помещение для самостоятельной работы	помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ
Учебная аудитория	для проведения занятий всех видов (дисциплинарной, междисциплинарной и модульной подготовки), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проекта (работы), проведения практики	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Курс «Политика и управление» играет важную роль в формировании мировоззрения и навыков студентов, позволяющих наиболее эффективно освоить и реализовать профессиональные компетенции. Знания в области политики и управления универсальны и способствуют формированию гармоничной личности и актуальны на всех уровнях коммуникаций: от межличностной, до профессиональной. Обладание компетенциями в этой области – требование, предъявляемое к современному специалисту во всех областях. Освоение методик системного анализа проблемных ситуаций способствуют, формированию умения принятия оптимальных управленческих решений, с учетом экономических и политических особенностей современного поликультурного глобализующегося мира; реализации своего личностного и профессионального потенциала в командной деятельности.

Формы организации обучения: видеолекции, практические задания, тесты, самостоятельная работа студентов, интерактивные HTML-игры, интерактивный контент, иные элементы и взаимодействия. Электронный учебно-методический комплекс (ЭУМК) по курсу включает в себя следующие разделы:

1. Видеолекции, каждая от 30 минут. Для удобства освоения курса, оптимизации подготовки и повышения качества прохождения практического занятия и теста к теме, в курсе размещены видеолекции, которые содержат в себе базовую необходимую информацию по изучаемому вопросу и теме. Видеолекции являются формой самостоятельной подготовки студентов к практическому занятию (практикуму). Успешное прохождение видеолекции и одного контрольного вопроса из трех после ее просмотра дают доступ к другому элементу темы или курса (заданию, тесту, следующей видеолекции и т.д.).
2. Учебная литература по ссылке и в папке, рекомендованная в качестве основной и дополнительной источниковой базы по курсу. Список литературы, содержащийся в рабочей программе, носит справочный характер и дает студенту представление о публикациях по заявленным темам дисциплины. Предлагаемый список изданий включает в себя основную и дополнительную литературу. Основная и дополнительная литература – необходимый минимум, включающий базовые учебники и учебные пособия по курсу, из которых студент может почерпнуть необходимый материал для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации. При этом необходимо учитывать, что разные авторы придерживаются разных подходов к существо рассматриваемых проблем. Поэтому по возможности студент должен ознакомиться с точками зрения различных авторов, их аргументацией. Данный подход должен способствовать формированию толерантной атмосферы в студенческом коллективе.
3. Каждая тема оснащена разнообразными заданиями и тестами, иными интерактивными элементами: голосование, Wiki, HTML-игры и другое. Элементы «Задание» и «Тест» становятся доступны после просмотра соответствующей видеолекции в теме. Успешность их выполнения является условием перехода к освоению следующих этапов изучения курса:
 - 3.1. Тесты: ко всем темам предлагается тест из 10 вопросов, всего 14 тестов. Они позволяют проверить как теоретические знания, так и практические навыки.

3.2. Задания: практикум «Политика и управление» ориентирован на освоение и закрепление практических навыков соответствующего модуля, что предполагает выполнение заданий по всем темам. Общее количество заданий - 14. Выполнение задания по каждой теме предусмотрено как в очном, так и дистанционном формате, условия которых прописаны в элементе «Задание» соответствующей темы:

3.2.1. Студенты, обучающиеся очно, готовят задание к практическому занятию! В более чем 90% случаев последним являются тренинги, мастер-классы, деловые игры, например, игры в переговорный процесс. Преподаватель выставляет студентам, посетившим занятие, оценку в журнал по 100-бальной шкале.

Практические занятия по курсу «Политика и управление» ориентированы на то, чтобы студенты имели возможность освоить в полном объеме нормативные учебные знания и приобрести умения, предусмотренные требованиями ФГОС.

При подготовке к практическому занятию студент должен ознакомиться с видеолекцией, литературой и дополнительными материалами, содержащимися в соответствующем разделе. Приветствуется привлечение дополнительной информации из источников не указанных в рабочей программе и ИРПД. Подготовка и презентация решения кейсов на практикуме допускает как индивидуальное, так и командное участие.

3.2.2. Студенты, обучающиеся дистанционно, отправляют свой ответ на него через Moodle.

Дистанционный формат предполагает кейсовый метод обучения. При условии дистанционного прохождения курса, предусмотрена форма коллективного обсуждения кейсов практикума, что так же формирует навык коллективной коммуникации и командной работы. Данные задания имеют проходной балл в 50 из 100 баллов, дается три попытки на его преодоление.

3.3. Элемент «Голосование» позволяет студентам выразить мнение по какому-либо вопросу в теме.

Элемент «Медиаколлекция» содержит в себе видео- или фотоматериалы к теме. Также к темам с помощью элемента «Страница» и других прикреплены различные HTML-игры, ссылки, учебная литература и иные материалы. Элемент «Wiki» позволяет любым участникам курса добавлять и редактировать набор связанных друг с другом страниц.

4. Знакомство с категориальным аппаратом предмета происходит через использование глоссария и облака тэгов, содержащее наиболее актуальные научные публикации по выбранному понятию.

5. Имеется возможность задавать вопросы организационного и содержательного характера в соответствующих интерактивных элементах обратной связи, проводить с преподавателем вебинары и консультации (вебинар, чат, форум и т.д.).

6. Перечень вопросов или тест для промежуточной аттестации по учебной дисциплине. Если студент желает заменить тест по курсу живым общением с преподавателем, то ему предлагается сдать предмет традиционным способом - по билетам. Вопросы к курсу имеются в соответствующем разделе. Одно заменяется другим, студент не может выбрать оба варианта, при этом преподаватель корректирует журнал оценок соответствующих студентов, выбравших вместо дистанционного теста сдачу по билетам.

7. Студентам предлагается оценить курс по некоторым параметрам в элементе «Анкета». Это позволит в дальнейшем усовершенствовать его, принимая во внимание пожелания обучающихся.

Ряд тем курса находится на стыке политической науки, менеджмента и истории, социологии, экономики, психологии и ряда других областей социально-гуманитарного знания. В рамках изучения темы «Политика и власть» следует особое внимание обратить на проблему места власти в жизни человека и общества, уяснить особенности политической власти, основ ее легитимности и легальности. При рассмотрении темы «Политический режим», следует особое внимание обратить на проблему соотношения теории и практики функционирования политических режимов. В рамках темы «Политическое и государственное управление» следует особое внимание обратить на связь между политикой и управлением, разобраться в различиях между государственным, муниципальным и политическим управлением, на особенности государственного регулирования экономики, антикоррупционное законодательство и практики, это позволит понимать и использовать экономические закономерности при принятии управленческих решений.

В рамках тем «Политические партии», «Выборы и избирательные системы», «Политические конфликты», «Гражданское общество и участие», следует разобраться в принципах и формах представления и реализации гражданских и корпоративных интересов на местном, региональном и федеральных уровнях. Понимание данных проблем способствует формированию умения осуществлять социальное взаимодействие и способности воспринимать межкультурное разнообразие общества, принимать рационально-взвешенные решения в процессе жизнедеятельности, использовать научные технологии в процессе кооперации с другими гражданами.

Важными темами практикума являются темы рассматривающие особенности лидерства и управления коммуникациями. Они способствуют развитию собственных коммуникативных навыков, анализу коммуникативных стратегий других людей, что повышает уровень эффективности профессиональной деятельности. При этом технологии и тактики, рассматриваемые в данных темах, могут применяться не только в политической сфере, но и в сферах управления и экономики.

Особое место в курсе занимают темы переговоров и лоббистской деятельности. При рассмотрении которых следует сосредоточиться на подготовке и организации переговоров, разобраться в различиях

между переговорами и другими видами коммуникации. Так же следует обратить внимание на управленческий процесс; процесс выработки государственных решений сквозь призму влияния на него различных социальных субъектов, прежде всего, лоббистов и GR-специалистов.

Современный глобальный мир влияет на ход внутренних политических и экономических процессов, что требует внимательного изучения темы «Мировая политика и международные отношения». В ходе изучения данной темы важно сформировать понимание о субъектах мировой политики, их интересах и целях, а также о последствиях их деятельности на внутренние процессы в государствах.

С целью более глубокого усвоения изучаемого курса, умения применять теоретические знания на практике, учебным планом предусмотрена самостоятельная работа студентов, которая предполагает освоение общетеоретических вопросов по темам практикума, раскрывающимся в видеолекциях; повторение пройденного материала; ознакомление с рекомендованной литературой и иными информационными ресурсами по рассматриваемым вопросам. Для полноценной самостоятельной работы студентов рекомендуется использовать Интернет-ресурсы, которые позволяют облегчить проблему поиска источников и литературы. Это - электронные библиотеки, библиографические базы данных, базы журнальных статей, электронные версии журналов.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Экономика личных решений рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра экономики и эконометрики
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты:	3
аудиторные занятия	36		
самостоятельная работа	72		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (3)		Итого	
	Неделя			
Неделя	15,5			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Практические	36	36	36	36
Сам. работа	72	72	72	72
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
д-р эконом.наук, Проф., Шваков Е.Е.

Рецензент(ы):
канд. экон. наук, Доц., Деркач Н.О.

Рабочая программа дисциплины
Экономика личных решений

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра экономики и эконометрики

Протокол от 07.06.2023 г. № 9
Срок действия программы: 20232024 уч. г.

Заведующий кафедрой
Шваков Евгений Евгеньевич

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра экономики и эконометрики

Протокол от 07.06.2023 г. № 9
Заведующий кафедрой *Шваков Евгений Евгеньевич*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	<p>формирование знаний по осуществлению экономических расчетов, необходимых при принятии личных экономических решений с которыми сталкивается человек в своей повседневной жизнедеятельности, а также умений и навыков их осуществления. Каждая тема курса предполагает приобретение знаний, а также обучение принятию решений в конкретных жизненных ситуациях, возникающих:</p> <ul style="list-style-type: none"> - при формировании общих доходов и доходов тех, с кем в настоящее время проживаете и ведете совместное хозяйство; - при планировании личных расходов; - при потребительском кредитовании; - при жилищном ипотечной кредитовании; - при налогообложении личных доходов и имущества; - при личном участии в инвестиционной деятельности; - при вступлении в страховые отношения; - при организации личного дела и др.. <p>освоение дисциплины призвано обеспечить формирование следующих компетенций:</p> <p>УК–1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (направления подготовки бакалавриата)</p> <p>УК–1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий (направления подготовки специалитета)</p> <p>УК–3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p> <p>УК–5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (направления подготовки бакалавриата)</p> <p>УК–5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия (направления подготовки специалитета)</p> <p>УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности (УК-9 для отдельных образовательных программ)</p>
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.О.01.ДВ.01**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
УК-1.1	Знает основные теоретико методологические положения системного подхода как научной и философской категории
УК-1.2	Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов
УК-1.3	Сопоставляет разные источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений
УК-1.4	Анализирует информацию и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-3.1	Знает концепции, принципы и методы построения эффективной работы в команде с учетом правовых и этических принципов и норм социального взаимодействия, существенные характеристики и типологию лидерства
УК-3.2	Участвует в обмене информацией, знаниями и опытом в интересах выполнения командной задачи, презентуя профессиональные задачи

УК-3.3	Владеет способами самодиагностики определения своего ролевого статуса в команде, приемами эффективного социального взаимодействия и способами их правовой и этической оценки, коммуникативными навыками
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
УК-5.1	Знает основные подходы к изучению культурных явлений; многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии во временной ретроспективе, формы межкультурного взаимодействия; особенности и этапы развития духовной и материальной культуры народов мира
УК-5.2	Применяет знания особенно стей межкультурного взаимодействия в практической деятельности; критически осмысливает и формирует собственную позицию по отношению к явлениям современной жизни с учетом их культурно-исторической обусловленности
УК-5.3	Владеет нормами взаимодействия и толерантного поведения в условиях культурного, религиозного, этнического, социального многообразия современного общества
УК-5.4	Владеет приемами презентации результатов собственных теоретических изысканий в области межкультурного взаимодействия
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
УК-9.1	Знает базовые экономические понятия, объективные основы функционирования экономики и поведения домохозяйств и его субъектов; ресурсные ограничения экономического развития и особенности циклического развития рыночной экономики; понятие общественных благ, роль государства в их обеспечении и возможностях их получения домохозяйствами, основы функционирования финансовых рынков и принятия домохозяйствами инвестиционных решений
УК-9.2	Умеет использовать понятийный аппарат экономической науки для описания экономических и финансовых процессов функционирования домохозяйств; искать и собирать финансовую и экономическую информацию для принятия обоснованных решений; анализировать финансовую и экономическую информацию, необходимую для принятия обоснованных решений в сфере экономики домохозяйства; оценивать процентные, кредитные, курсовые, рыночные, операционные, общеэкономические, политические риски неблагоприятных экономических и политических событий для экономики домохозяйства; решать типичные задачи, связанные с личным финансовым планированием
УК-9.3	Владеет методами оценки будущих доходов и расходов домохозяйства, сравнение условий различных финансовых продуктов и условий инвестирования личных доходов; навыками решения типичных задач в сфере личного экономического и финансового планирования

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	<p>УК-1.1. Знает основные теоретико-методологические положения системного подхода как научной и философской категории.</p> <p>УК-3.1. Знает концепции, принципы и методы построения эффективной работы в команде с учетом правовых и этических принципов и норм социального взаимодействия, существенные характеристики и типологию лидерства.</p> <p>УК-5.1. Знает основные подходы к изучению культурных явлений; многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии во временной ретроспективе, формы межкультурного взаимодействия; особенности и этапы развития духовной и материальной культуры народов мира.</p> <p>УК-9.1. Знает базовые экономические понятия, объективные основы функционирования экономики и поведения домохозяйств и его субъектов; ресурсные ограничения экономического развития и особенности циклического развития рыночной экономики; понятие общественных благ, роль государства в их обеспечении и возможностях их получения домохозяйствами, основы функционирования финансовых рынков и принятия домохозяйствами инвестиционных решений,</p>

3.2.	Уметь:
3.2.1.	<p>УК-1.2. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов.</p> <p>УК-1.3. Сопоставляет разные источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений.</p> <p>УК-3.2. Участвует в обмене информацией, знаниями и опытом в интересах выполнения командной задачи, презентуя профессиональные задачи.</p> <p>УК-5.2. Применяет знания особенностей межкультурного взаимодействия в практической деятельности; критически осмысливает и формирует собственную позицию по отношению к явлениям современной жизни с учетом их культурно-исторической обусловленности.</p> <p>УК-9.2. Умеет использовать понятийный аппарат экономической науки для описания экономических и финансовых процессов функционирования домохозяйств; искать и собирать финансовую и экономическую информацию для принятия обоснованных решений; анализировать финансовую и экономическую информацию, необходимую для принятия обоснованных решений в сфере экономики домохозяйства; оценивать процентные, кредитные, курсовые, рыночные, операционные, общеэкономические, политические риски неблагоприятных экономических и политических событий для экономики домохозяйства; решать типичные задачи, связанные с личным финансовым планированием.</p>
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	<p>УК-1.4. Анализирует информацию и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки</p> <p>УК-3.3. Владеет способами самодиагностики определения своего ролевого статуса в команде, приемами эффективного социального взаимодействия и способами их правовой и этической оценки, коммуникативными навыками.</p> <p>УК-5.3. Владеет нормами взаимодействия и толерантного поведения в условиях культурного, религиозного, этнического, социального многообразия современного общества.</p> <p>УК-5.4. Владеет приемами презентации результатов собственных теоретических изысканий в области межкультурного взаимодействия.</p> <p>УК-9.3. Владеет методами оценки будущих доходов и расходов домохозяйства, сравнение условий различных финансовых продуктов и условий инвестирования личных доходов; навыками решения типичных задач в сфере личного экономического и финансового планирования.</p>

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Раздел 1. Личные решения в экономической сфере						
1.1.	Решения в системе отношений современного домашнего хозяйства.	Практические	3	2		Л1.2, Л2.3
1.2.	Решения в системе отношений современного домашнего хозяйства.	Сам. работа	3	2		Л1.2, Л2.3
1.3.	Решения при планировании экономики домашнего хозяйства и формировании его доходов и расходов.	Практические	3	4		Л1.2, Л2.3
1.4.	Решения при планировании экономики	Сам. работа	3	4		Л1.2, Л2.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	домашнего хозяйства и формировании его доходов и расходов.					
1.5.	Решения при формировании личных доходов и их налогообложения.	Практические	3	4		Л1.2, Л2.3
1.6.	Решения при формировании личных доходов и их налогообложения.	Сам. работа	3	2		Л1.2, Л2.3
1.7.	Решения в системе «личные расходы - источники их обеспечения».	Практические	3	4		Л1.2, Л2.3
1.8.	Решения в системе «личные расходы - источники их обеспечения».	Сам. работа	3	2		Л1.2, Л2.3
1.9.	Решения в системе потребительского кредитования.	Практические	3	2		Л1.1, Л1.2, Л2.3
1.10.	Решения в системе потребительского кредитования.	Сам. работа	3	2		Л1.1, Л1.2, Л2.3
1.11.	Решения в системе жилищного ипотечного кредитования. Формы и механизмы оптимизации платежей по ипотечному кредиту.	Практические	3	2		Л1.1, Л1.2, Л2.3
1.12.	Решения в системе жилищного ипотечного кредитования. Формы и механизмы оптимизации платежей по ипотечному кредиту.	Сам. работа	3	2		Л1.1, Л1.2, Л2.3
1.13.	Решения в системе налогообложения физических лиц. Механизмы оптимизации налоговых платежей.	Практические	3	2		Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.3
1.14.	Решения в системе налогообложения физических лиц. Механизмы оптимизации налоговых платежей.	Сам. работа	3	2		Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.3
1.15.	Решения по осуществлению сбережений и личных инвестиций.	Практические	3	4		Л1.1, Л1.2, Л2.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.16.	Решения по осуществлению сбережений и личных инвестиций.	Сам. работа	3	4		Л1.1, Л1.2, Л2.3
1.17.	Решения по страхованию личных рисков, как инструменте их нивелирования.	Практические	3	2		Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
1.18.	Решения по страхованию личных рисков, как инструменте их нивелирования.	Сам. работа	3	2		Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
1.19.	Решения по организации предпринимательской деятельности.	Практические	3	4		Л1.2, Л2.3
1.20.	Решения по организации предпринимательской деятельности.	Сам. работа	3	2		Л1.2, Л2.3
Раздел 2. Разработка личного экономического проекта (решения)						
2.1.	Идея проекта (решения) и механизм его воплощения в системе личных экономических решений	Практические	3	2		Л1.2, Л2.3
2.2.	Идея проекта (решения) и механизм его воплощения в системе личных экономических решений	Сам. работа	3	6		Л1.2, Л2.3
2.3.	Презентация личных экономических проектов (решений)	Практические	3	4		Л1.2, Л2.3
2.4.	Презентация личных экономических проектов (решений)	Сам. работа	3	42		Л1.2, Л2.3

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
<p>Контрольные вопросы и задания открытого и закрытого типа для проведения текущего контроля освоения дисциплины:</p> <p>Проверяемая компетенция УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p> <p>1. «Цифровые рубли можно будет использовать точно так же, как и обычные купюры и монеты, банковские карты и электронные кошельки: расплачиваться за товары и услуги, делать переводы. Цифровые рубли будут эквивалентны наличным и безналичным: 1 наличный рубль = 1 безналичный рубль = 1 цифровой рубль».</p> <p>(Выберите один верный ответ)</p> <p>а) Да б) Нет</p>

(да)

2. Максимальный размер выплаты на ремонт автомобиля по полису обязательного страхования автогражданской ответственности (ОСАГО) составляет ____ рублей. (Ответ введите в виде целого числа). (400000)

3. Документ, удостоверяющий, с соблюдением установленной формы и обязательных реквизитов, имущественные права, осуществление или передача которых возможны только при его предъявлении - это _____ бумага.

(ценная)

4. Денежные средства, предоставленные кредитором заемщику на основании кредитного договора, договора займа, в том числе с использованием электронных средств платежа, в целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности, в том числе с лимитом кредитования – это _____ кредит.

(потребительский)

5. Обязательный, индивидуально безвозмездный платёж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности средств, в целях финансового обеспечения деятельности государства и муниципальных образований - это _____.

(налог)

6. Признанная арбитражным судом или наступившая в результате завершения процедуры внесудебного банкротства гражданина неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам, о выплате выходных пособий и (или) об оплате труда лиц, работающих или работавших по трудовому договору, и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей - это _____.

(банкротство)

7. Какие расходы, включенные в декларацию для получения налогового вычета, позволят уменьшить сумму налога на доходы физических лиц. (Отметьте все варианты):

а) Приобретение автомобиля в многодетной семье.

б) Расходы на образование налогоплательщика и его детей.

в) Расходы на благотворительность.

г) Проценты по потребительскому кредиту.

д) Оплата стоматологических услуг для детей налогоплательщика.

е) Приобретение подарков для пожилых родственников.

ж) Строительство гаража на даче.

з) Оплата пребывания ребенка в детском летнем лагере.

и) Расходы на заочные подготовительные курсы.

к) Расходы на обучение в вузе.

(Ответ: б,в,д,ж,к)

8. Ценная бумага, закрепляющая за ее владельцем право собственности на долю капитала компании-эмитента – это _____.

(акция)

9. Счет до востребования с минимальной процентной ставкой, то есть текущий счет, открывается для _____ карты.

(дебетовой)

10. Ценная бумага, дающая право ее владельцу на получение дивиденда в качестве фиксированного процента, право на долю собственности при ликвидации общества и не дающая права голоса на участие в управлении обществом – это _____ акция.

(Привилегированная)

11. Определите, сколько денег потребуется на реализацию финансовой цели через 4 года при индексе потребительских цен – 104,8%, если сейчас она стоит 354 000 руб. (Ответ введите в виде целого числа).

Ответ _____ рублей

(427020)

12. Отчисления во внебюджетные фонды от заработной платы сотрудников составляют в сумме ____ % (Ответ введите в виде целого числа)

(30)

13. Какую максимальную сумму средств можно внести на индивидуальный инвестиционный счет в течение календарного года? (Ответ введите в виде целого числа)

Ответ : ____ тыс.руб

(1000)

14. Выберите самую высокую ставку из перечисленных ниже (один правильный ответ)

а. 1,5 % в день

б. 15 % в месяц

в. 25% в полгода

г. 50% в год

(Ответ: а)

15. Работник биржи, который оказывает посреднические услуги при реализации товаров (услуг), действуя по поручению клиента за определенное вознаграждение, называют - _____.
(брокер)

Проверяемая компетенция УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

1. Федеральные государственные служащие имеют право на пенсию за выслугу лет при наличии стажа государственной службы не менее __ лет. (Ответ запишите в виде целого числа)
(15)

2. Средства, которые обязательно перечисляет работодатель за своего работника или самозанятые граждане сами за себя в Социальный Фонд России - _____ взносы.
(страховые)

3. Особый вид деятельности, предметом которой является человек, нуждающийся в помощи это - _____ работа.
(социальная)

4. Выберите способы защиты от интернет-мошенников (несколько вариантов):

- а) Никогда и никому не сообщать пароли
- б) Сообщать пароли только сотрудникам банка
- в) Никогда не делать копий файлов с секретной информацией
- г) Не открывать сайты платежных систем по ссылке (например, в письмах)
- д) При поиске удаленной работы не реагировать на просьбы оплаты каких-либо регистрационных взносов

(Ответ: а,г,д)

5. Безработица, вызванная неудовлетворенностью содержанием и условиями труда, называется _____ безработицей.

(фрикционной)

6. Особый вид деятельности, предметом которой является человек, нуждающийся в помощи это - _____ работа.

(социальная)

7. Участник срочного рынка, который желает установить цены на активы, по которым в перспективе планируется сделка, а также застраховать на срочном рынке уже приобретенные активы на спотовом рынке - это _____.

(хеджер)

8. На купонном поле банкноты кто-то ручкой написал номер телефона. Можно ли оплатить покупку в магазине такой банкнотой? (да или нет)

Ответ: _____

(да)

9. На каких платформах можно оплатить налоги онлайн? (Несколько вариантов ответов). Выберите все верные ответы.

- а. В личном кабинете на сайте своего банка
- б. На сайте Министерства финансов
- в. На портале «Госуслуги»
- г. На сайте Федеральной налоговой службы

(Ответ: а, б, в, г)

10. Карточка заёмщика, в которую записываются все операции с кредитами: какой банк выдавал, сколько есть долгов и вовремя ли платит гражданин – это _____ история.

(кредитная)

11. Безвозмездное предоставление гражданам определенной денежной суммы за счет средств соответствующих бюджетов бюджетной системы Российской Федерации – это социальное _____.
(пособие)

12. Определенный промежуток времени, в течение которого владелец кредитной карты может бесплатно пользоваться заемными средствами – это _____ период.

(льготный или грейс-период или беспроцентный)

13. Финансовое учреждение, предоставляющее финансовые средства под залог движимого имущества (изделия из драгоценных металлов и камней, ковры, носильные вещи, электроника, радиоаппаратура, компьютерная техника и др.), в ряде случаев — под заклад ценных бумаг – это _____.

(ломбард)

14. Система отношений между рыночными субъектами, в которой одна сторона на возмездной основе передает другой стороне право использования ее бизнес-модели, в том числе ее товарного знака- это _____.

(франчайзинг)

15. Физическое лицо, обратившееся к кредитору с намерением получить, получающее или получившее потребительский кредит (заем) – это _____.
(заемщик)

Проверяемая компетенция УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

1. Субъект экономики, который состоит из одного ведущего самостоятельного хозяйства индивида, или группы людей, живущих совместно и ведущих общее хозяйство с целью удовлетворения физиологических, духовных и культурных потребностей – это _____ хозяйство.
(домашнее)

2. Минимальная, необходимая для обеспечения жизнедеятельности сумма доходов гражданина Российской Федерации, называется прожиточный _____.
(минимум)

3. Денежная единица одной страны или групп стран, используемая для измерения величины стоимости товаров, работ, услуг, а также как общепринятое средство платежа и расчетов – это _____. (валюта)

4. Физическое лицо, которое находится на территории Российской Федерации не менее 183 календарных дней в течение 12 месяцев, идущих подряд, согласно НК РФ определено как налоговый _____.
(резидент)

5. Безвозмездное предоставление гражданам определенной суммы из бюджета согласно законодательству РФ представляет собой социальное _____.
(пособие)

6. Работающий гражданин, который оплатил собственное лечение в частной клинике, может получить налоговый _____.
(вычет)

7. Всем гражданам РФ, а также постоянно проживающим на территории РФ иностранным гражданам и лицам без гражданства выдается _____ обязательного медицинского страхования.
(полис)

8. Граждане РФ, а также иностранные граждане могут получить кредит под залог недвижимости, который иначе называют _____. (ипотека)

9. Социальными целями домохозяйства могут выступать:

- а. воспитание детей
- б. повышение образовательного уровня
- в. обеспечение условий для полноценного отдыха
- г. всё вышеперечисленное

(Ответ: г)

10. К расходам, которые в случае падения доходов необходимо сокращать в первую очередь, относят:

- а. расходы на питание
- б. ежемесячные платежи банку по потребительскому кредиту
- в. расходы на приобретение брендовой одежды
- г. ежемесячные платежи за жилищно-коммунальные услуги

(Ответ: в)

Проверяемая компетенция УК-9: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

1. Если номинальная заработная плата увеличилась за год на 15%, а рост цен составил 10%, то реальная заработная плата уменьшилась на _____% (дать ответ в виде целого числа).
(5)

2. Если сумма начисленной заработной платы 30000 руб., то сумма налога на доходы физических лиц (НДФЛ) составит _____ руб. (дать ответ в виде целого числа).
(3900)

3. Если сумма начисленной заработной платы 30000 руб., то сумма страховых взносов, которые должен внести работодатель, составит _____ руб. (дать ответ в виде целого числа).
(9000)

4. Предположим, что темп инфляции составляет 7%, а ставка по вкладу в банке – 8%. В такой ситуации Ваш доход будет равен _____% (дать ответ в виде целого числа).
(1)

5. Гражданин выиграл в лотерею, проводимую компанией в целях рекламы своей продукции, 50000 руб. Сумма налога на доходы физических лиц (НДФЛ), которую необходимо заплатить обладателю выигрыша составит _____ руб. (дать ответ в виде целого числа).
(16100)

6. Гражданин, зарегистрированный в качестве самозанятого, в течение года получил доход в сумме 500000 руб. от контрагентов физических лиц. Сумма налога с профессионального дохода, которую

должен заплатить данный гражданин, составит _____ руб. (дать ответ в виде целого числа).
(20000)

7. Гражданин положил в банк 10000 руб. на год под 5% годовых. Доход гражданина в конце срока вклада составит _____ руб. (дать ответ в виде целого числа).
(500)

8. Стоимость минимальной потребительской корзины, включающей продовольственные и непродовольственные товары, 10000 руб. в месяц на одного человека. Доля расходов на питание в данной корзине составляет 70%. Сумма расходов на приобретение непродовольственных товаров равна _____ руб. (дать ответ в виде целого числа).
(3000)

9. Стоимость автомобиля 400000 руб. Мощность двигателя автомобиля 106 л.с., ставка налога 20 руб./л.с. Сумма транспортного налога, которую обязан уплатить собственник, составит _____ руб. (дать ответ в виде целого числа).
(2120 руб.)

10. Лица, на которых в соответствии с законодательством Российской Федерации зарегистрированы транспортные средства, обязаны уплачивать транспортный _____ .
(налог)

11. Инициативная самостоятельная деятельность граждан или их объединений, направленная на получение прибыли (или личного дохода) и осуществляемая от своего лица, на свой риск и под свою имущественную ответственность, а также от имени и под юридическую ответственность юридического лица называется _____ деятельность.
(предпринимательская)

12. Укажите правильное утверждение о соотношении риска и доходности при инвестировании на финансовом рынке:

- а. риск и доходность не связаны между собой
- б. чем выше ожидаемая доходность, тем ниже должен быть предполагаемый риск
- в. чем ниже риск, тем выше должна быть ожидаемая доходность
- г. чем выше риск, тем выше должна быть ожидаемая доходность

(Ответ: г)

13. Ваши деньги лежат на депозите со ставкой 6% годовых, а ежегодная инфляция составляет 7% годовых. Это значит, что через год, сняв деньги со счета, вы сможете купить товаров и услуг:

- а. меньше, чем могли бы купить на эти деньги сегодня
- б. больше, чем могли бы купить на эти деньги сегодня
- в. столько же, сколько могли бы купить на эти деньги сегодня
- г. не хватает данных о валютном курсе.

(Ответ: а)

14. Полис обязательного страхования автогражданской ответственности (ОСАГО) гарантирует:

- а. возмещение ущерба в результате ДТП, нанесенного собственному автомобилю в пределах установленной суммы
- б. возмещение ущерба, причиненного владельцем полиса другому автомобилю в пределах установленной суммы
- в. возмещение ущерба как собственному, так и чужому автомобилю в результате ДТП

(Ответ: б)

15. Фраза «евро подорожал к рублю» означает:

- а. за 1 евро стали давать меньше рублей
- б. за 1 евро стали давать больше рублей
- в. больше евро стали давать за один рубль

(Ответ: б)

Критерии оценивания:

Каждое задание (вопрос) оценивается в 1 балл. Оценивание КИМ в целом:

«зачтено» – верно выполнено более 60% заданий.

«не зачтено» – верно менее 60% заданий.

Оценочные материалы для текущего контроля (практические задания, задания для самостоятельной работы, разработка проекта личного решения) размещены в онлайн-курсе на образовательном портале <https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8515>

Критерии оценивания заданий для самостоятельной работы:

1. Полнота и правильность выполнения заданий.
2. Своевременность выполнения заданий.
3. Самостоятельность выполнения заданий

Оценка «зачтено» выставляется, если:

- Студентом задание выполнено самостоятельно. При этом составлен правильный алгоритм выполнения задания, в логических рассуждениях и решении нет ошибок, получен верный ответ, задание выполнено рациональным способом. Отлично при защите результатов (повышенный уровень).

- Студентом задание выполнено с подсказкой преподавателя. При этом составлен правильный алгоритм выполнения задания, в логическом рассуждении и выполнении нет существенных ошибок; есть объяснение решения, допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ. Хорошо при защите результатов (базовый уровень).

Оценка «не зачтено» выставляется, если студентом задание не выполнено (уровень не сформирован).

Критерии оценивания практических заданий:

1. Полнота выполнения практических заданий.
2. Своевременность выполнения заданий.
3. Последовательность (алгоритм) и рациональность выполнения заданий.
4. Самостоятельность решения заданий.
5. Умение использовать различные варианты и способы решений.

Оценка «отлично» (повышенный уровень) выставляется, если студентом задание решено самостоятельно. При этом составлен правильный алгоритм решения задания, в логических рассуждениях, в выборе формул и решении нет ошибок, получен верный ответ, задание решено рациональным способом.

Оценка «хорошо» (базовый уровень) выставляется, если студентом задание решено с подсказкой преподавателя. При этом составлен правильный алгоритм решения задания, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задание решено нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ.

Оценка «удовлетворительно» (пороговый уровень) выставляется, если студентом задание решено с подсказками преподавателя. При этом задание понято правильно, в логическом рассуждении нет существенных ошибок, но допущены ошибки в выборе формул или в математических расчетах; задание решено не полностью или в общем виде.

Оценка «неудовлетворительно» (уровень не сформирован) выставляется, если студентом задание не выполнено.

Критерии оценивания разработки и защиты проекта личного решения (проекта):

1. Полнота и правильность выполнения задания.
2. Своевременность выполнения задания.
3. Самостоятельность решения.

Оценка «зачтено» выставляется, если:

- (повышенный уровень освоения) Студентом задание выполнено самостоятельно. При этом использованы доступные цифровые сервисы и программы, составлен правильный алгоритм выполнения задания, в логических рассуждениях и решении нет ошибок, получен верный ответ, задание выполнено рациональным способом. При защите личного решения (проекта) показано понимание возможностей использования доступных цифровых сервисов для разработки личного решения.

- (базовый уровень освоения) Студентом задание выполнено самостоятельно. При этом использованы доступные цифровые сервисы и программы. При этом составлен правильный алгоритм выполнения задания, в логическом рассуждении и выполнении нет существенных ошибок; есть объяснение решения, допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ.

Оценка «не зачтено» выставляется, если студентом задание не выполнено (уровень не сформирован).

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Пример оценочного средства:

Пример типового задания 1. Опишите состав вашего домашнего хозяйства. Какую роль в его функционировании играет государство? Дайте характеристику вашей роли в функционировании домохозяйства.

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в форме тестирования. Тестирование осуществляется с помощью автоматизированной программы Moodle. Тест содержит 20 вопросов, отбираемых в случайном порядке из общей базы вопросов по курсу. На каждое тестовое задание отводится до 1 минуты. Тестовое задание может иметь один или более правильных ответов. В последнем случае после формулировки вопроса приводится количество позиций, которые нужно отметить для получения правильного ответа на вопрос.

За каждый правильный ответ закрытого типа дается 1 балл. Для получения зачета по курсу необходимо ответить на 50% вопросов теста и более.

Пример оценочного средства:

Пример типового задания 1. В РФ порог индексации определен на уровне:

- а) 2%;
- б) 5%;
- в) 6%;
- г) 10%.

Пример типового задания 2. В рамках социального партнерства на уровне субъекта РФ заключаются:

- а) профессиональное соглашение;
- б) генеральное соглашение;
- в) отраслевое соглашение;
- г) коллективное соглашение.

Пример типового задания 3. Какой метод индексации доходов установлен законодательством РФ?

- а) метод скользящей шкалы;
- б) метод периодической индексации;
- в) метод пограничной величины;
- г) метод дифференцированной индексации.

Пример типового задания 4. Пособие по временной нетрудоспособности относится к пособиям в сфере

- а) занятости;
- б) пенсионного обеспечения;
- в) социального страхования;
- г) медицинского страхования.

Пример типового задания 5. Молодая семья берет кредит в банке для приобретения мебели. Какая форма кредита реализуется в описанных кредитных отношениях?

- а. банковский;
- б. ипотечный;
- в. государственный;
- г. потребительский.

Пример типового задания 6. В каких случаях возникают отношения потребительского кредита? (2 позиции)

- а. кредит частному предпринимателю для организации производства;
- б. кредит под залог квартиры;
- в. кредит предприятия своему работнику для приобретения товаров собственного производства;
- г. кредит банка частному лицу для приобретения квартиры.

Критерии оценивания тестирования:

1. Полнота выполнения тестовых заданий
2. Своевременность выполнения
3. Правильность ответов на вопросы
4. Самостоятельность тестирования
5. Умение пользоваться полученными знаниями

Оценка «зачтено» выставляется, если:

- студентом понимаются используемые при составлении тестового вопроса термины, их взаимосвязи и взаимообусловленность, правильно выполнено 85 -100 % заданий предложенного теста (повышенный уровень);
- студентом в основном понимаются используемые при составлении тестового вопроса термины, их взаимосвязи и взаимообусловленность, правильно выполнено 50-84% заданий предложенного теста (базовый уровень).

Оценка «не зачтено» выставляется, если студентом не понимаются используемые при составлении тестового вопроса термины, их взаимосвязи и взаимообусловленность. Правильно выполнено менее 50 % заданий предложенного теста (уровень не сформирован).

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	под ред. М.В. Романовского, О.В. Врублевской, Н.Г. Ивановой.	Финансы, денежное обращение и кредит : учебник для академического бакалавриата	Юрайт, 2019	https://biblio-online.ru/viewer/733A0268-4A76-4332-99A6-B776F3CA63AA/finansy-denezhnoe-obraschenie-i-kredit#page/2.
Л1.2	Корнейчук Б.В.	Микроэкономика: учебник и практикум для академического бакалавриата	М.: Издательство Юрайт, 2018	https://www.biblio-online.ru/viewer/5F1CD753-BCAE-4361-8DD5-E4F1ED24AEF2#/
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Под ред. Гончаренко Л.И.	НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ. Учебник и практикум для академического бакалавриата: Гриф УМО ВО	М.:Издательство Юрайт, 2018	https://biblio-online.ru/book/7A543481-37B2-4D57-8179-2FFDC50CB6D5
Л2.2	Мазаева М.В.	СТРАХОВАНИЕ. Учебное пособие для вузов:	М.:Издательство Юрайт, 2018	https://biblio-online.ru/book/D97D3DF5-5BF3-4C34-8669-593B205DEF37
Л2.3	Жеребин В.М., Романов А.Н.	Экономика домашних хозяйств:: монография	Научная мысль, 2016	http://znanium.com/catalog/product/503877
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Экономика личных решений		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8515	
6.3. Перечень программного обеспечения				
<p>Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно); Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно); Chrome (http://www.chromium.org/chromium-os/licenses), (бессрочно); 7-Zip (http://www.7-zip.org/license.txt), (бессрочно); AcrobatReader (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно); ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно); LibreOffice (https://ru.libreoffice.org/), (бессрочно); Веб-браузер Chromium (https://www.chromium.org/Home/), (бессрочно); Антивирус Касперский (https://www.kaspersky.ru/), (до 23 июня 2024); Архиватор Ark (https://apps.kde.org/ark/),</p>				

(бессрочно);
 Okular (<https://okular.kde.org/ru/download/>), (бессрочно);
 Редактор изображений Gimp (<https://www.gimp.org/>),
 (бессрочно)

6.4. Перечень информационных справочных систем

Информационная справочная система:
 СПС КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс АлтГУ или <http://www.consultant.ru/>).
 Профессиональные базы данных:
 1. Электронная база данных «Scopus» (<http://www.scopus.com/>);
 2. Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (<http://elibrary.asu.ru/>);
 3. Научная электронная библиотека elibrary (<http://elibrary.ru>)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий всех видов (дисциплинарной, междисциплинарной и модульной подготовки), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проекта (работы), проведения практики	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)
Помещение для самостоятельной работы	помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Изучение учебной дисциплины магистрантами предусматривает два вида работ:

- работа с преподавателем;
- самостоятельная работа.

Работа с преподавателем охватывает практические занятия. Последовательность проведения данных занятия, их содержание определяются настоящей программой. Посещение данных занятий является обязательным для всех студентов. Практическое занятие требует подготовки, предусматривающей изучение теоретического материала по теме занятия с использованием учебной литературы, перечень которой приведен в данной рабочей программе.

Самостоятельная работа предусматривает подготовку к практическим занятиям и выполнение заданий. Самостоятельная работа призвана закрепить полученные на практических занятиях умения и навыки. Поэтому по каждой теме необходимы выполнить НЕ МЕНЕЕ одного задания.

Самостоятельная работа предполагает также разработку личного решения по одной из Ваших личных жизненных ситуаций. В качестве такой ситуации может выступать:

- получение налогового вычета;
- личное или имущественное страхование;
- выбор кредитной организации для получения потребительского кредита;
- разработка инициативного проекта с целью получения гранта (в том числе коллективного);
- вложение личных сбережений и т. д.

Перечень разрабатываемых личных решений (проекта) открыт. Решение о разработке того или иного личного решения (проекта) принимаете Вы. Отдельные проекты могут носить коллективный характер и выполняется командой (несколькими студентами). Однако, в рамках практических занятий Вы презентуете свою идею личного решения и совместно с преподавателем определяете формат дальнейшей работы над ним. После его проработки презентуете свое личное решение. Презентация личного решения является первым элементом аттестации по курсу.

Промежуточная итоговая аттестация по курсу предусматривает разработку и презентацию личного

решения (в том числе группового). После чего вы получаете доступ к прохождению итогового тестирования. Итоговый тест содержит 20 вопросов, отобранных случайным образом из банка тестовых вопросов. Вопросы итогового тестирования охватывают основные жизненные ситуации, рассмотренные в рамках курса "Экономика личных решений".

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Алтайский государственный университет»

Деловое общение: риторика и письмо

рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра общей и прикладной филологии, литературы и русского языка
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам
в том числе:		экзамены: 1
аудиторные занятия	36	
самостоятельная работа	45	
контроль	27	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		Итого	
	Неделя 16			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	20	20	20	20
Практические	16	16	16	16
Сам. работа	45	45	45	45
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

к.ф.н., Доцент, Качесова И.Ю.; к.ф.н., Доцент, Романова Е.Г.; к.ф.н., Завкафедрой, Доронина С.В.; д.ф.н., Профессор, Чернышова Т.В.; д.ф.н., Профессор, Гребнева М.П.; д.ф.н., Профессор, Трубникова Ю.В.; к.ф.н., Доцент, Ковалев О.А.

Рецензент(ы):

к.ф.н., Крайник О.М.

Рабочая программа дисциплины

Деловое общение: риторика и письмо

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра общей и прикладной филологии, литературы и русского языка

Протокол от 07.06.2022 г. № 8

Срок действия программы: 2021-2025 уч. г.

Заведующий кафедрой

к.фил.н., доц. Доронина С.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра общей и прикладной филологии, литературы и русского языка

Протокол от 07.06.2022 г. № 8

Заведующий кафедрой *к.фил.н., доц. Доронина С.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	<p>Цель изучения курса "Деловое общение: риторика и письмо" - овладение теоретическими знаниями и необходимыми практическими навыками эффективного делового общения на уровне современной науки и практического опыта, позволяющими оптимизировать управленческие решения, предупреждать и преодолевать коммуникативные барьеры, кризисные и конфликтные коммуникации профессиональной деятельности и личной жизни, устанавливать и развивать позитивные и надежные контакты в рамках российского и мирового сообщества, включая личную коммуникативную культуру и умения общаться с коллективом для достижения продуктивной деятельности, создании благоприятной нравственной атмосферы, умение вести переговоры с партнерами.</p> <p>Считать основными задачами курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> - достижение понимания студентами общественной значимости коммуникативных технологий в достижении согласия и стабильности на уровне межличностных, межгрупповых и международных отношений; - обучение знаниям теоретических основ, сущности и специфических особенностей технологий делового общения, понятийного аппарата в области коммуникаций; - обучение правилам и практическим приемам эффективного делового общения; - обучение знаниям и соблюдению этических норм и принципов делового общения; - обучение пользованию вербальными и невербальными средствами общения, а также распознаванию намерений партнеров, пользующихся этими средствами.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.О.02**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	Знает нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; особенности современных коммуникативно-прагматических правил и этики речевого общения
3.2.	Уметь:
3.2.1.	Проводит анализ конкретной речевой ситуации; оценивая степень эффективности общения и определяя причины коммуникативных удач и неудач, выявляя и устраняя собственные речевые ошибки
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	Создаёт устные и письменные высказывания, учитывая коммуникативные качества речи. Владеет устными и письменными речевыми жанрами; принципами создания текстов разных функционально-смысловых типов; общими правилами оформления документов различных типов; письменным аргументированным изложением собственной точки зрения.


4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Деловое общение						

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.1.	Понятие делового общения. Культура делового общения и его эффективность	Лекции	1	2	УК-4	Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.2.	Понятие делового общения. Культура делового общения и его эффективность	Практические	1	2	УК-4	Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.3.	Риторика делового общения	Практические	1	2	УК-4	Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.4.	Речевое воздействие в деловой коммуникации	Лекции	1	4	УК-4	Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.5.	Риторика делового общения	Лекции	1	2	УК-4	Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.6.	Речевое воздействие в деловой коммуникации	Практические	1	2	УК-4	Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.7.	Этикет делового общения. Основы делового протокола	Лекции	1	4	УК-4	Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.8.	Этикет делового общения. Основы делового протокола	Практические	1	2	УК-4	Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.9.	Деловое общение	Сам. работа	1	15	УК-4	Л1.2, Л2.1, Л2.2
Раздел 2. Речевые жанры делового общения						
2.1.	Функционально-стилистические разновидности русского языка	Лекции	1	2	УК-4	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.2.	Функционально-стилистические разновидности русского языка	Практические	1	2	УК-4	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.3.	Специфика официально-делового стиля речи. Жанры делового стиля	Лекции	1	2	УК-4	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.4.	Специфика официально-делового стиля речи. Жанры делового стиля	Практические	1	2	УК-4	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.5.	Речевые жанры делового общения	Сам. работа	1	15	УК-4	Л1.1, Л2.1, Л2.2
Раздел 3. Язык делового общения						
3.1.	Языковые нормы в официально-деловом стиле речи	Лекции	1	2	УК-4	Л2.1, Л2.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
3.2.	Языковые нормы в официально-деловом стиле речи	Практические	1	2	УК-4	Л2.1, Л2.2, Л1.3
3.3.	Правила организации делового текста	Лекции	1	2	УК-4	Л2.1, Л2.2, Л1.3
3.4.	Правила организации делового текста	Практические	1	2	УК-4	Л2.1, Л2.2, Л1.3
3.5.	Язык делового общения	Сам. работа	1	15	УК-4	Л2.1, Л2.2, Л1.3

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)
5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
Представлен в приложении к РПД
Приложения
Приложение 1.  Деловое общение ФОС (2).docx

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Кузнецов И.Н.	Деловое общение:	Изд-во: Издательство "Дашков и К" , 2017	Электронный ресурс ЭБ С Лань https://e.lanbook.com/book/93544#book_name
Л1.2	Чудинов А.П., Нахимова Е.А.	Деловое общение: учебное пособие	УрГУ, 2012	https://e.lanbook.com/book/129349
Л1.3	Кондратьева О.Н.	Жанры официально-деловых текстов: учебное пособие	Кемерово : КемГУ, 2019	https://e.lanbook.com/book/141563
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес

Л2.1	Панфилова А.П.	Культура речи и деловое общение. Часть 2: учебник и практикум для академического бакалавриата	Москва : Издательство Юрайт, 2018	https://urait.ru/book/kultura-a-rechi-i-delovoe-obschenie-v-2-ch-chast-2-421574
Л2.2	Панфилова А.П.	Культура речи и деловое общение. Часть 1: учебник и практикум для академического бакалавриата	Москва: Юрайт, 2018	https://urait.ru/book/kultura-a-rechi-i-delovoe-obschenie-v-2-ch-chast-1-421119
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	ЭУМК "Деловое общение, риторика и письмо"		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=390	
6.3. Перечень программного обеспечения				
Microsoft Windows 7 № 60674416 от 19.07.2012 г. (бессрочная) Microsoft Office 2010 № 60674416 от 19.07.2012 г. (бессрочная)				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/); Научная электронная библиотека eLibrary(http://elibrary.ru) Электронная библиотечная система "Лань" https://e.lanbook.com/ Электронная библиотечная система "Онлайн" https://biblioclub.ru/index.php?page=book_blocks&view=main_ub Электронная библиотечная система "Юрайт" https://urait.ru/ Электронная библиотечная система "Консультант студента" https://www.studentlibrary.ru/				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий всех видов (дисциплинарной, междисциплинарной и модульной подготовки), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проекта (работы), проведения практики	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)
Помещение для самостоятельной работы	помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ
415Д	специализированный компьютерный класс кафедры связей с	Учебная мебель на 16 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска

Аудитория	Назначение	Оборудование
	общественностью и рекламы - компьютерный класс - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	меловая 1шт.; системный блок: IntelCore 2 DuoE7400 -17 шт.; сервер: системный блок: AquariusIntelPentiumD; монитор: Acer V173 B -16 шт.; монитор: Acer V193W 1 шт.; телевизор Samsung
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа;	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка

Аудитория	Назначение	Оборудование
	занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических);	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка

Аудитория	Назначение	Оборудование
	проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Для получения оценки за курс Вам необходимо освоить все предлагаемые темы, последовательно изучив все материалы курса: лекции, контрольные задания и тесты. Лекция засчитывается при выполнении двух условий: она должна быть пройдена до конца, на контрольные вопросы должны быть даны верные ответы. Задания и тесты становятся доступными после завершения работы над лекцией. Тесты проверяются автоматически, проверка письменных заданий осуществляется преподавателем. Выполнение элементов курса автоматически отмечается на его главной странице. Для более глубокого изучения тем Вам предлагаются словарь терминов и дополнительные материалы (лингвистические словари, справочники, размещенные в курсе как гиперссылки).

Задания курса оцениваются в баллах и суммируются. Всего за курс можно заработать 100 баллов. При этом

за все выполненные лекции курса можно получить 20 баллов,

за все выполненные задания - 60 баллов,

за правильно решенные тесты - 20 баллов.

Заработанное количество баллов переводится в экзаменационную оценку по следующим правилам

Сопоставление шкал оценивания

4-балльная шкала

(уровень освоения)

Отлично (повышенный уровень) 85-100 баллов

Хорошо (базовый уровень) 70-84 балла

Удовлетворительно (пороговый уровень) 50-69 баллов.

Неудовлетворительно (уровень не сформирован) 0-49 баллов.

ВАЖНО. Обязательным условием получения оценки за курс является освоение всех лекций, выполнение всех заданий и тестов.

Программу составил(и):

к.филол.н., Доцент, Каркавина Оксана Владимировна; к.филол.н., Доцент, Дьяченко Ирина Николаевна; к.филол.н., Доцент, Саланина Ольга Сергеевна

Рецензент(ы):

д.филол.н., Профессор, Карпухина Виктория Николаевна

Рабочая программа дисциплины

Иностранный язык

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра лингвистики, перевода и иностранных языков

Протокол от 12.05.2023 г. № 8

Срок действия программы: 2023-2024 уч. г.

Заведующий кафедрой

к.филол.н., доцент Саланина Ольга Сергеевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра лингвистики, перевода и иностранных языков

Протокол от 12.05.2023 г. № 8

Заведующий кафедрой *к.филол.н., доцент Саланина Ольга Сергеевна*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Языковой материал иностранного и родного языков рассматривается как средство реализации речевого общения, при его отборе осуществляется функционально-коммуникативный подход. Наряду с практической целью – обучением общению и переводу – курс иностранного языка в неязыковом вузе ставит образовательные и воспитательные цели. Достижение образовательных целей означает расширение кругозора студентов, повышение уровня их общей культуры и образования, а также культуры мышления, общения и речи. Реализация воспитательного потенциала иностранного языка проявляется в готовности специалистов содействовать налаживанию межкультурных и научных связей, представлять свою страну на международных конференциях и симпозиумах, относиться с уважением к духовным ценностям других стран и народов.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.О.02**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
УК-4.1	Знает нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; особенности современных коммуникативно прагматических правил и этики речевого общения
УК-4.2	Проводит анализ конкретной речевой ситуации; оценивая степень эффективности общения и определяя причины коммуникативных удач и неудач, выявляя и устраняя собственные речевые ошибки
УК-4.3	Создаёт устные и письменные высказывания, учитывая коммуникативные качества речи
УК-4.4	Владеет устными и письменными речевыми жанрами; принципами создания текстов разных функционально-смысловых типов; общими правилами оформления документов различных типов; письменным аргументированным изложением собственной точки зрения

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	- иноязычные лексико-грамматические средства, обеспечивающие понимание различных видов коммуникации; - социокультурные особенности страны изучаемого языка; - особенности поиска необходимой информации в различных печатных и электронных источниках.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	- вести диалог (диалог-расспрос, диалог-обмен мнениями, этикетный диалог и их комбинации) неофициального характера в рамках изученных бытовых тем; - рассказывать, рассуждать в связи с изученной тематикой прочитанных текстов, излагать факты, делать сообщения; - создавать словесный социокультурный портрет своей страны и стран изучаемого языка на основе страноведческой информации; - понимать основное содержание коротких аудиотекстов монологического и диалогического характера на повседневные темы;

	<p>- понимать высказывания и поддержать краткий разговор на изучаемом языке в различных ситуациях общения;</p> <p>- читать короткие тексты, найти конкретную, легко предсказуемую информацию в простых текстах повседневного общения: в рекламах, проспектах, меню, расписаниях;</p> <p>- писать письма личного характера, писать простые связные тексты на знакомые или интересные темы.</p>
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	<p>- орфографической, орфоэпической, лексической и грамматической нормами изучаемого языка;</p> <p>- владеть политически корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранном языках;</p> <p>- обладать навыками перевода текстов с иностранного языка на русский и с русского на иностранный;</p> <p>- навыками работы со словарем и другой справочной литературой.</p>

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Identity. General contents: Introducing yourself. Appearance and character. Things that reveal your personality. National identity. Noun: the categories of number, case, gender./Die Bekanntschaft. Das Äußere und der Charakter. Die Nationalität. Der Artikel. Das Substantiv. Das Präsens der Verben.						
1.1.	The problem of early marriages. Families in different countries. An ideal family. Noun: the categories of number, case, gender./Die Familien in verschiedenen Ländern. Eine ideale Familie/Das Substantiv. Der Artikel. Das Präsens der Verben.	Лабораторные	1	12	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.2.	Выполнение лексико-грамматических упражнений. Аудирование. Introducing yourself. Appearance and character. Things that I Like and Dislike./Das Äußere und der Charakter.	Сам. работа	1	24	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 2. In the World of Communication. General contents: Types of communication. Verbal communication and culture. History of communication. Modern technologies in communication. The rules of a good conversation. Dealing with conflict situations. Noun: the article./Kommunikation. Konflikte lösen. Was man mit dem Körper sagen kann. Modalverben. Das Perfekt						
2.1.	Лексический минимум. Понятие дифференциации лексики по сферам применения (бытовая, терминологическая, общенаучная, официальная и др.). Types of communication. Verbal communication and culture. History of communication. Noun: the article. Kommunikation. Konflikte lösen. Was man mit dem Körper sagen kann.	Лабораторные	1	12	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.2.	Выполнение лексико-грамматических упражнений. Аудирование. Modern technologies in communication. The rules of a good conversation./ Modalverben. Das Perfekt	Сам. работа	1	24	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 3. Culture and Customs. General contents: National traditions. The peculiarities of British and American cultures. National holidays. Superstitions throughout the world. Adjective: the degrees of comparison. Pronouns./Traditionen und Bräuche. Deutschsprachige Länder. Das Adjektiv						
3.1.	Понятие об основных способах словообразования. National traditions. The peculiarities of British and American cultures. National holidays. Adjective: the degrees of comparison./Traditionen und Bräuche. Deutschsprachige Länder.	Лабораторные	1	12	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3
3.2.	Выполнение лексико-грамматических упражнений. Аудирование. Pronouns. Superstitions throughout the world. / Das Adjektiv	Сам. работа	1	24	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 4. The Place I Live in. General contents: Russia: my motherland. Russia through foreigners' eyes. Stereotypes about the RF. The Altai territory. Urban and rural living. Barnaul. City life problems. Simple (Indefinite) tenses. /Meine Heimat. Russland. Die Ailtai Region. Das Präteritum						
4.1.	The Place I Live in. General contents: Russia: my motherland. Russia through foreigners' eyes. Stereotypes about the RF. Simple (Indefinite) tenses./Meine Heimat. Russland. Die Ailtai Region.	Лабораторные	2	12	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3
4.2.	Выполнение лексико-грамматических упражнений. Аудирование. The Altai territory. Urban and rural living. Barnaul. City life problems./ Das Präteritum	Сам. работа	2	24	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 5. English Speaking Countries. General contents: The United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland. The history of Britain. London sights. The United States of America. The history of the USA. Australia. Continuous (Progressive) Tenses./Deutschland: Geschichte, Wirtschaft, Leute. Das Plusquamperfekt						
5.1.	Понятие об обиходно-литературном, официально-деловом, научном стилях, стиле художественной литературы. Основные особенности научного стиля. Культура и традиции стран изучаемого языка, правила речевого этикета. Говорение. The United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland. The history of Britain. London sights. Continuous (Progressive) Tenses./Deutschland: Geschichte, Wirtschaft, Leute.	Лабораторные	2	12	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
5.2.	The United States of America. The history of the USA. Australia. Выполнение лексико-грамматических упражнений. Аудирование./ Das Plusquamperfekt	Сам. работа	2	24	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 6. Travelling. General contents: The place of travelling in people's lives. Types of transport. What to take into account while travelling by different types of transport. Hotels. Travelling on your own. Sightseeing. Perfect Tenses./Die Reise. Die Verkehrsmittel. Die Erholungsplätze. Das Passiv						
6.1.	Основы публичной речи (устное сообщение, доклад). The place of travelling in people's lives. Types of transport. What to take into account while travelling by different types of transport. Hotels. Perfect Tenses./Die Reise. Die Verkehrsmittel. Die Erholungsplätze	Лабораторные	2	12	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3
6.2.	Travelling on your own. Sightseeing. Аудирование. Выполнение лексико-грамматических упражнений. /. Das Passiv	Сам. работа	2	24	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 7. Science. The World of Discoveries. General contents: The nature of science. Inventions and innovations. The most important scientific discoveries in the history of the mankind. Innovations in medicine and technologies. Artificial intelligence. The mysteries of the human brain. Passive Voice. / Wissenschaft. Bekannte Wissenschaftler und ihre Entdeckungen. Passiv						
7.1.	Виды текстов. Виды речевых произведений: аннотация, реферат. Inventions and innovations. The most important scientific discoveries in the history of the mankind. Passive Voice. /Wissenschaft. Bekannte Wissenschaftler und ihre Entdeckungen.	Лабораторные	3	12	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3
7.2.	Innovations in medicine and technologies. Artificial intelligence. The mysteries of the human brain. Выполнение лексико-грамматических упражнений. Аудирование./Das Passiv	Сам. работа	3	15	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 8. Higher Education. Problems of higher education in Russia. General contents: Higher education in Britain. American colleges and universities. Interviewing as a part of admission process. Higher education in Russia. Passing exams. Problems of higher education in Russia. The category of mood./Die Ausbildung in Russland und Deutschland im Vergleich. Der Konjunktiv						
8.1.	Higher education in Britain. American colleges and universities. Виды речевых произведений: тезисы, сообщения. Inventions and innovations. Conditional Mood. Subjunctive Mood./Die Ausbildung in Russland und Deutschland im Vergleich.	Лабораторные	3	12	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3
8.2.	Interviewing as a part of admission process. Higher education in Russia. Passing exams.Выполнение	Сам. работа	3	15	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	лексико-грамматических упражнений. Аудирование./ Der Konjunktiv					
Раздел 9. Getting a Job. General contents: Choosing a profession. Work and family life. How to write a successful resume. Job interviews. Employment agencies. Part-time jobs. Modal verbs./ Die Berufswelt. Arbeit ist ads halbe Leben? Berufsbeschreibung. Nebensätze						
9.1.	Виды речевых произведений: частное письмо, деловое письмо, биография. Inventions and innovations. Work and family life. How to write a successful resume. Job interviews. Modal verbs./Die Berufswelt. Arbeit ist ads halbe Leben? Berufsbeschreibung.	Лабораторные	3	12	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3
9.2.	Employment agencies. Part-time jobs. Modal verbs. Выполнение лексико-грамматических упражнений. Аудирование./ Nebensätze	Сам. работа	3	15	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
<p>Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале "Цифровой университет - АлтГУ" - https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7971 (английский язык)</p> <p>ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p> <p>ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА (английский язык)</p> <ol style="list-style-type: none"> Charles has _____ for you. a) any food; b) some flower; c) a furniture; d) some news His parents are old, but _____ are young. a) her; b) hers; c) their; d) Henrys' She _____ on weekends. a) isn't working; b) isn't work; c) doesn't work; d) doesn't works It _____ today. a) snow; b) snows; c) snowing; d) is snowing This math exam was _____ than the last one. a) as hard; b) harder; c) more hard; d) hardest She _____ to the doctor yesterday. a) must go; b) must went; c) must to go; d) had to go _____ Smiths live in Bath. a) the; b) -- ; c) a; d) none of the above Do you take __ sugar in __ coffee? – I used to, but now I'm on __ diet. I'm trying to lose __ weight. a) --; --; a; --; b) --; the; a; --; c) --; the; a; the; d) --; --; --; -- I'm not going to the party. I _____. a) not have been invited; b) haven't been invited; c) haven't invited; d) haven't been inviting She was tired, because she _____ all day. a) has been traveling; b) had been traveling; c) had been traveled; d) had traveled I'm afraid I can't come and see you. My car _____ today. a) is repaired; b) is being repaired; c) is repairing; d) is been repaired A friend of mine _____ in a car crash yesterday.

a) was hurt; b) has been hurt; c) was hurted; d) had hurt

13. Where is the mistake?

This (A) news (B) are (C) so important to (D) me now.

14. Where is the mistake?

These (A) goose (B) seem (C) to be (D) ill.

15. Where is the mistake?

In (A) Wednesday, we shall (B) be traveling (C) in (D) the southern direction.

Правильные ответы: d, b, c, d, b, d, a, a, b, b, b, a, B, B, A

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:

Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ в целом:

«зачтено» – верно выполнено более 50% заданий.

«не зачтено» – верно выполнено менее 50% заданий.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА (английский язык)

1. How would you describe a person who always reaches his goals?

2. Guess the notion by its definition: "to change something such as a report or computer file so that it includes new information".

3. What is a "message"?

4. What is "body language"?

5. What varieties and sub varieties of English do you know?

6. What American public holidays can you name?

7. Guess the notion by its definition: "a musical instrument usually with six strings that you play by pulling the strings with your fingers or with a plectrum"

8. What is 'culture shock'?

9. Complete the sentence: "A large piece of ground in town with greenery for public use is called ..."

10. What is 'buckwheat'?

11. What groups of people gave rise to modern Russia?

12. What descent does Siberian population have?

13. Guess the notion by its definition: "one of the 24 areas that the world is divided into, each of which has its own time".

14. What three branches of power do you know?

15. What is a "map"?

16. How do we call a long journey in a ship or spacecraft?

17. What can happen if you work illegally abroad?

18. How do we call "a group of connected cells in an animal or plant that are similar to each other, have the same purpose, and form the stated part of the animal or plant"?

19. What is "cloning"?

20. What institutes does ASU have today?

Правильные ответы:

1. persistent, hard-working, decisive

2. to update

3. a spoken or written piece of information that you send to another person or leave for them

4. forms of communication using body movements or gestures instead of, or in addition to, sounds, verbal language, or other forms of communication

5. British English, Newfoundland English, Canadian English, African American English within American English

6. New Year's Day, (Presidents' Day) Washington's Birthday, Memorial Day, July 4 Independence Day, Labor Day, Columbus Day, Thanksgiving Day, Christmas

7. guitar

8. a psychological disorientation that most people experience when living in a culture markedly different from one's own

9. a park

10. a type of small brown grain used as food when boiled, and for making flour

11. the Eastern Slavs

12. Most of the people are of Russian and Ukrainian descent but there are also ethnic Germans and other groups. In the far eastern parts of Siberia, there is also a considerable amount of Chinese.

13. time zone

14. legislative, executive, judicial

15. a drawing of a particular area, for example a city or country, which shows its main features, such as its roads,

rivers, mountains etc

16. voyage

17. You can be deported, fined and imprisoned if you do. You may also be prevented from entering the country again in the future.

18. tissue

19. the creation of an exact genetic copy of an organism, tissue, cell or gene

20. Among the institutes are: the institute of humanities, geography, law, mathematics and informational technologies, chemistry, biology.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:

ОТЛИЧНО (повышенный уровень/зачтено)

Выполнено 85 % предложенного задания:

Студентом дан полный, в логической последовательности развернутый письменный ответ на поставленный вопрос, где он демонстрирует знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решает предложенные практические задания без ошибок.

ХОРОШО (базовый уровень/зачтено)

Выполнено 70 % предложенного задания:

Студентом дан развернутый письменный ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решает предложенные практические задания с небольшими неточностями.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО (пороговый уровень/зачтено)

Выполнено 50 % предложенного задания:

Студентом дан письменный ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО (уровень не сформирован/не зачтено)

Выполнено менее 50 % предложенного задания:

Студентом дан письменный ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Практическое задание не выполнено. Т.е. студент не способен ответить на предложенный вопрос.

Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале "Цифровой университет - АлтГУ" - <https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8465> (немецкий язык)

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ УК-4

Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА (немецкий язык)

1. Wie _____ du mein neues Kleid?

a) findest b) findest c) find

2. Wer ____ mir sagen, wann er kommt?

a) könnt b) kann c) kenne

3. Ich ____ mit kaltem Wasser.

a) wasche b) wasche sich c) wasche mich

4. Die Frau hat das Bild über den Tisch _____.

a) gehangen b) gehängt c) gehingen

5. Wir sprechen von dem Roman, ____ wir vor kurzem gelesen haben.

a) In dem b) der c) den

6. Kannst du warten, ___ ich fertig bin?
a) seitdem b) wenn c) bis
7. Er studiert vier Jahre ___ Medizin.
a) das b) - c) die
8. Er hat ein ___ Leben angefangen.
a) neues b) neu c) neue
9. Er wusste nichts Genau ____.
a) er b) es c) e
10. Ich ___ ihr auf der Straße begegnet.
a) habe b) bin c) werde
11. Sie spricht ___ ihrem Rechtsanwalt.
a) an b) wegen c) mit
12. Er ist immer nach der Mode ____.
a) gekleidet b) sich gekleidet c) kleiden
13. ____ 1. April erhielt sie eine Stelle als Korrespondentin.
a) um b) im c) am
14. Das war der _____ Maitag seit zehn Jahren.
a) kalte b) kälter c) kälteste
15. Ich habe sie _____ gesehen.
a) kein b) nicht c) nichts

Правильные ответы: b, b, c, b, c, c, b, a, b, b, c, a, c, c, b

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:

Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ в целом:

«зачтено» – верно выполнено более 50% заданий.

«не зачтено» – верно выполнено менее 50% заданий.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА (немецкий язык)

1. Wie heißt die Hauptstadt von Deutschland?
2. Wie heißt eine der schönsten Straßen Berlins?
3. Aus wieviel Bundesländern besteht Deutschland?
4. Nennen Sie drei deutschsprachige Länder?
5. Wieviel Staatssprachen gibt es in der Schweiz?
6. Mit wieviel Jahren gehen die Kinder in die Schule?
7. Was bekommen die Kinder am ersten Schultag als Geschenk?
8. Welche Schultypen gibt es in Deutschland?
9. Nennen Sie die beliebtesten Sportarten in Deutschland?
10. Welche Verkehrsmittel gibt es?
11. Wie heißt das deutsche Parlament?
12. Wann feiert man den Tag der Deutschen Einheit?
13. Wie heißen die vier Sonntage vor Weihnachten?
14. Wann feiert man Weihnachten in Deutschland?
15. In welchem Bundesland befindet sich die Stadt Köln?
16. Wie heißt die bayerische Landeshauptstadt?
17. Wie heißt der größte Fluss der BRD?
18. Wie heißt die Hauptstadt der Republik Österreich?
19. Was ist das Grundprinzip der Schweizer Außenpolitik?
20. Nennen Sie die bekanntesten deutschen Komponisten.

Правильные ответы:

1. Berlin
2. Unter den Linden
3. 16
4. Deutschland, die Schweiz, Österreich
5. 4 Staatssprachen
6. Mit sieben Jahren
7. eine Tüte mit Süßigkeiten
8. Gymnasium, Realschule, Gesamtschule, Berufsschule
9. Fußball, Handball, Basketball, Tennis, Radfahren, Schwimmen, Gymnastik
10. Der Bus, der Obus, die U-Bahn, die Straßenbahn, das Taxi, das Motorrad, das Fahrrad, das Flugzeug, das Auto, der Zug

11. Der Bundestag
12. Am 3. Oktober
13. Adventssonntage
14. Am 25. Dezember
15. Nordrhein-Westfalen
16. München
17. Der Rhein
18. Wien
19. das Prinzip der Neutralität
20. Johann Sebastian Bach, Ludwig van Beethoven, Wolfgang Amadeus Mozart, Johannes Brahms, Joseph Haydn, Franz Schubert, Richard Wagner, Robert Schumann, Johann Strauß

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:

ОТЛИЧНО (повышенный уровень/зачтено)

Выполнено 85 % предложенного задания:

Студентом дан полный, в логической последовательности развернутый письменный ответ на поставленный вопрос, где он демонстрирует знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решает предложенные практические задания без ошибок.

ХОРОШО (базовый уровень/зачтено)

Выполнено 70 % предложенного задания:

Студентом дан развернутый письменный ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решает предложенные практические задания с небольшими неточностями.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО (пороговый уровень/зачтено)

Выполнено 50 % предложенного задания:

Студентом дан письменный ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО (уровень не сформирован/не зачтено)

Выполнено менее 50 % предложенного задания:

Студентом дан письменный ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Практическое задание не выполнено. Т.е. студент не способен ответить на предложенный вопрос.

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Изучение грамматики является обязательным условием для овладения иностранным языком и составляет важную часть обучения иностранному языку в вузе. Поэтому на занятиях в рамках дисциплины "Иностранный язык" особое внимание уделяется формированию грамматических навыков. Степень их сформированности определяется по результатам проведения текущего контроля в виде контрольных работ.

Образцы контрольных работ (английский язык)

Семестр 1

- I. Образуйте форму множественного числа:
ox, class, story, wolf, key, deer, crisis, lady, brother-in-law, goose
- II. Заполните пропуски одной из форм глагола to be: is or are:
1. The money... in my bag.
 2. The advice he gave me... very helpful.
 3. Physics... my favourite subject.
 4. His progress at school... magnificent.
 5. The knowledge he got at the university...really deep.
 6. Give me the pliers please. They... on the shelf.

Семестр 2

- I. Определите время глагола-сказуемого в следующих предложениях:

1. Ring me up at 11 o'clock. I will not be sleeping yet.
2. She is going to read the letter she has just received.
3. Hello, Peter! Where are you going?
4. They were speaking when I looked at them.
5. Have you ever been to London? – Yes, I was there last summer.
6. The students had written the paper by dinnertime.
7. What types of newspapers do you usually read?
8. She will have done all the work about the house by the time he arrives.

- II. Вставьте пропущенный вспомогательный глагол:

1. ... you always spend summer at the seaside? – As a rule.
2. I ... not notice that my watch ... stopped, and when I arrived at the station, my train ... already left.
3. Where ... you put my dictionary? I cannot find it anywhere.
4. I met him when he ... walking across the park.
5. Now I ... reading a very interesting book. I ... finished it by Friday.
6. When ... you see him last?
7. It is already 12 o'clock and he ... still writing his composition.

- III. Раскройте скобки, употребляя глаголы в Present Simple, Past Simple или Future Simple:

1. He (to turn) on the television to watch cartoons every morning.
2. I always (to go) to the Altai Mountains to visit my relatives there.
3. I (to be) very busy last summer and (not to go) there.
4. I (not to go) there next year because it (to cost) a lot of money and I can't afford it.
5. They (to enjoy) themselves at the symphony yesterday evening?
6. Who (to take) care of the child in the future?

- IV. Раскройте скобки, употребляя глаголы в Present Simple, Past Simple, Future Simple, Present Continuous или Past Continuous:

1. Where your brother (to work)? – He (to work) at an institute.
2. Your grandmother (to sleep) when you (to come) home yesterday?
3. What your sister (to do) tomorrow?
4. I (not to go) to the shop yesterday.
5. Where Kate (to go) when you (to meet) her yesterday?

- V. Раскройте скобки, употребляя глаголы в Present Perfect, Past Simple, Past Continuous или Past Perfect:

1. He (to come) home late yesterday.
2. She is very glad: she (to pass) her last exam.
3. He (to translate) the whole text by 11 o'clock.
4. I never (to be) to Rome.
5. He repaired the toy which his brother (to break) the day before.
6. They (to cook) the whole day yesterday.
7. I (not to eat) ice cream since summer.
8. I understood that she (not to read) my letter.

- VI. Раскройте скобки, употребляя глаголы в одном из изученных времен:

The day was cold and it (to rain). When I (to reach) home, my raincoat (to be) wet. I (to take) it off and (to go) into the living-room. My children (to play) on the carpet. They (to come) from the kindergarten an hour before and now (to be) happy to see their father.

Семестр 3

The Passive Voice

- I. Give all the possible passive forms of the verb to spend.

- II. Put the following sentences into the Passive voice.

1. They have never climbed this mountain.
2. She told me that she had carefully put away the newspapers.
3. Why did you bring these cups here?

4. Nick's mother told him to go home immediately.
5. I will send all the invitations myself.
6. They are building a new supermarket in our street.
7. She was telling me an amusing story at 5 yesterday.
8. He stole all the letters from the post box.
9. She referred to that magazine when she was making a report about tigers.
10. He always follows his mother's advice.

III. Fill in the verbs in the Passive Voice.

1. He always (to meet) at the railway station by his friends.
2. You (to give) books for reading at school last year?
3. Whom (to write) this letter by?
4. A lot of schools (to build) next year.
5. The moment we arrived at the party the drinks (to serve).
6. This work (to finish) by the beginning of the next year?
7. These apple trees (to plant) when I was a little boy.
8. He often (to remember) and (to talk about) in the college.
9. We (to invite) to the meeting already.
10. When mother came dinner (to cook) already.

Indirect Speech

Put the following sentences into Indirect Speech

1. I asked my friend, "How do you feel after your holiday?"
2. Jack's father asked him, "Who are you writing a letter to?"
3. "Jack is on the terrace. He is playing chess with his brother", said Nelly.
4. I saw a cloud of smoke and asked, "What is burning?"
5. "I don't understand what he is talking about," replied Bessie.
6. I said to her, "Bring me a glass of water, please".
7. "I'll tell you about it when I am back," Nora said to Jack.
8. Mr. Nyman asked his wife, "How much do you spend on food every week?"
9. "You have known me long", Barbara said to Martha.
10. "You are the best assistant I have ever had, Sheppey," he said.
11. Henry asked Tom, "Who did you visit in the hospital?"
12. "We didn't have dinner there," the boy said.
13. "When the doorbell rang, I was writing a letter to John," said George.
14. Myra said to Dick, "Don't worry about my health. I will be all right."
15. Mother asked me, "Did you play with your friends yesterday?"
16. Grandfather said to Mary, "What mark did you get at school?"
17. Kate said to her grandmother, "Help me cook the soup, please."
18. Father said to Nick, "Have you done your homework?"
19. The teacher said to the students, "We will discuss this subject tomorrow".
20. The woman said, "This man spoke to me on the road."

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

Отлично - 85-100% правильных ответов

Хорошо - 70-84% правильных ответов

Удовлетворительно - 50-69% правильных ответов

Не удовлетворительно - 0-49% правильных ответов

Образцы контрольных работ (немецкий язык)

Семестр 1

1. Schreiben Sie drei Grundformen der Verben.

schlafen, übersetzen, laufen, erzählen, empfehlen, anrufen, mögen, zurückkommen, beibringen, kennen, gehen, bekommen, erfahren.

II. Stellen Sie Substantive in den richtigen Kasus.

1. Hängen Sie die Lampe lieber an (die Wand) über (der Schreibtisch).
2. Er sitzt zwischen (ich) und (mein Kollege).
3. Das Bild hängt rechts von (das Fenster).
4. Die Universität liegt im Zentrum (die Stadt).
5. Du kannst in (der Sommer) an (das Meer) fahren.
6. An (der Montag) haben wir Unterricht.
7. In (dieser Stock) befindet sich die Mensa.

8. Er erholt sich auf (das Land).
9. Dieser Weg führt zu (mein Haus).
10. Es gibt viel Staub unter (das Bett).

III. Stellen Sie die richtige Präposition ein.

1. ... (jener Tag) fuhr er ... (Moskau).
2. ... (diese Minute) wird sie an ihre Freundin denken.
3. Wann kommst du heute ... (das Haus).
4. Sie ruft dich ... (etwa zwei Minuten) an.
5. Sie haben ... (der Nachmittag) keinen Unterricht.
6. Mein Freund war ... (dieser Monat) ... England.

IV. Übersetzen Sie ins Deutsche.

1. Он взял словарь, а мы возьмем учебник.
2. Она очень интересуется литературой.
3. Я сегодня очень поздно встал.
4. Мы всегда приходим в университет вовремя.
5. Давайте повесим ковер на стену!
6. Мой письменный стол стоит справа между софой и книжным шкафом. Я хочу поставить его к окну. Здесь светло. Перед окном много деревьев, так как моя комната выходит в парк.
7. Рядом с нашим домом находится продовольственный магазин, а за домом – школа.
8. Сегодня холоднее, чем вчера, оденься теплее.
9. У нас теперь свой дом со всеми удобствами.
10. Отец моей подруги профессор. Он читает лекции по математике в университете.

Семестр 2

1. Finden Sie die richtige Präposition.

Herr Meier möchte _____ ein Museum gehen. Er kennt den Weg _____ dem Museum nicht. Deshalb fragt er einen Fußgänger _____ dem Weg _____ dem Museum. Der Fußgänger kennt den Weg nicht. Nervös sieht Herr Meier _____ seine Uhr. Er ist _____ dem Museum _____ seiner Bekannte verabredet. Sie wartet dort _____ ihn. Herr Meier fragt einen anderen Fußgänger _____ dem Weg. Er muss zuerst _____ der U-Bahn fahren und dann _____ einen Bus umsteigen. Herr Meier rennt die Treppe _____ oben und stößt dabei _____ den Einkaufskorb einer Frau, die ihm entgegenkommt. Die Waren fallen _____ dem Korb heraus und rollen die Treppen hinunter. Schließlich steht Herr Meier _____ dem Museum, aber niemand wartet dort _____ ihn. Er hat sich _____ dem Tag geirrt. Heute ist das Museum geschlossen.

2. Stellen Sie die Fragen zu unterstrichenen Wörtern.

1. Bis München fahre ich mit dem Auto. 2. Ich schaute durchs Fenster. 3. Wir gingen durch den Wald. 4. Für dich ist ein Brief gekommen. 5. Die Eltern tun viel für ihre Kinder. 6. Der Stadtrat muss die finanziellen Mittel für den Bau von Strassen finden. 7. Er möchte sein Motorrad gegen eine Videokamera tauschen. 8. Der Vater ist streng gegen seinen Sohn. 9. Wir saßen um den Tisch und diskutieren. 10. Ich habe sie durch meinen Freund kennen gelernt.

3. Übersetzen Sie ins Deutsche:

1. Мой стол стоит у стола рядом с книжным шкафом. 2. Над столом висит лампа, на стене висит картина. 3. За этим домом находится моя школа. 4. Я кладу книги на стол. 5. Моя сестра идет сегодня в университет. Я тоже сегодня буду в университете. 6. Мы поставили телевизор в угол возле окна. 7. Дети играют перед нашим домом. 8. Где книга? – Она на столе под газетами между журналами. 9. твой сын идет сегодня в школу? 10. Я сяду к окну рядом с моим другом. 11. Он сидел в кресле у стены. 12. Студент идет к доске. 13. мы уже давно живем в этом городе? 14. В твоей контрольной работе есть ошибки. 15. Давай повесим картину над столом.

Семестр 3

I. Соедините следующие предложения с помощью союзов als или wenn:

1. Ich verließ gestern das Haus; ich traf vor der Tür einen Landsmann. 2. Mein Freund besteht die Prüfung; er wird die Hochschule besuchen. 3. Das Feuer brach gestern aus; alle Männer mussten sogleich löschen helfen. 4. Deutschland war eine Monarchie; es hatte einen Kaiser. 5. Das Semester begann; jedesmal musste der Student seine Eltern verlassen. 6. Das Semester hört auf; die meisten Studenten fahren nach Hause.

II. Ответьте на следующие вопросы:

1. Wann zünde ich das Licht an? (dunkel)
2. Wann lege ich mich ins Bett? (müde)

3. Wann hast du deine Schlüssel verloren? (Ich war gestern abend im Theater)
4. Wann kamen diese Kinder in das Waisenhaus? (Vater und Mutter sterben)
5. Wann wurde das Dorf vernichtet? (Wasser des großen Stromes, immer höher steigen)
6. Wann ist dieser Knopf abgerissen? (Ich wollte mich umziehen)

III. Дополните следующие предложения:

1. Als Graf Zeppelin sein erstes Luftschiff (bauen), wurde er von vielen verlacht. 2. Als er den ersten glücklichen Flug (beenden), fing man an, ihn zu bewundern. 3. Nachdem eine Explosion 1908 das linkbare Luftschiff (zerstören), wurden im ganzen Reiche 6 Millionen gesammelt. 4. Während er die Schule (besuchen), lernte er immer gut. 5. Seitdem ich ihn (sehen), liebe ich ihn. 6. Solange er (schweigen), schweige ich auch. 7. Wenn der Frühling (kommen), kehren die Schwalben zurück.

IV. Превратите в следующих предложениях предложную группу в придаточное предложение:

1. Vor dem Beginn der Operation prüft der Arzt seine Instrumente.
2. Während unserer Reise hatten wir schlechtes Wetter.
3. Seit dem ersten Schlaganfall wurde mein Vater wieder ganz gesund.
4. Gleich nach dem Tod des Millionärs begann der Streit um die große Erbschaft.
5. An dem „Requiem“ arbeitete Mozart in den letzten Wochen bis zu seinem Tode.
6. Vor Beginn des Winters muss man für warme Kleider sorgen.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

Отлично - 85-100% правильных ответов

Хорошо - 70-84% правильных ответов

Удовлетворительно - 50-69% правильных ответов

Не удовлетворительно - 0-49% правильных ответов

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

ПРОМЕЖУТОЧНАЯ аттестация заключается в проведении в конце 1 и 2 семестра зачета (для обучающихся, не получивших зачет по результатам текущей успеваемости) по всему изученному материалу. Зачет проводится в устной форме по билетам, каждый из которых содержит два вопроса: 1. Ответ активного вокабуляра по пройденным темам; 2. Ответ монолога по одной из тем, связанных с тематикой аудиторных занятий.

АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

ПРИМЕРЫ ВОПРОСА 1:

СЕМЕСТР 1

Give English equivalents to the following words:

1. непривлекательный
2. средних лет
3. упитанный
4. миниатюрного роста
5. каштановый
6. честолюбивый
7. начитанный
8. гениальный
9. целеустремленный
10. сообщение, послание
11. устаревший
12. вычислительное устройство
13. отвечать, реагировать
14. загружать, скачивать
15. учетная запись
16. Международный Женский День
17. ждать с нетерпением...
18. оправдать ожидания
19. выезд на природу
20. День Независимости

СЕМЕСТР 2

Give English equivalents to the following words:

1. светофор
2. набережная
3. повернуть налево
4. американские горки
5. пчеловодство
6. пейзаж
7. часовой пояс
8. законодательная власть
9. отрасли промышленности
10. сельское хозяйство
11. конституционная монархия
12. цветные металлы
13. пустыня
14. поездка в один конец
15. билет
16. взлетно-посадочная полоса
17. ехать за границу
18. пароход
19. развлечение
20. спасательный жилет

Критерии оценивания вопроса 1:

«зачтено» – названо не менее 50% слов и словосочетаний.

«не зачтено» – названо менее 50% слов и словосочетаний.

ТЕМЫ МОНОЛОГИЧЕСКИХ ВЫСКАЗЫВАНИЙ (ВОПРОС 2) СЕМЕСТР 1

1. The traits of character you like and dislike.
2. Horoscopes: do they really influence people's lives?
3. Things that make people happy.
4. The history of communication.
5. The advantages and disadvantages of modern technologies in communication.
6. Body language in communication.
7. My favourite holiday: history, traditions.
8. The main public holidays in Russia.
9. The main public holidays in the USA.
10. How to prepare a home celebration.

СЕМЕСТР 2

1. The sights of Barnaul.
2. The problems of housing in big cities.
3. The place I would like to live in.
4. Some interesting facts about Great Britain.
5. Culture shock: reality or make-believe?
6. The main problems of Barnaul: ways to solve them.
7. The peculiar features of Altai.
8. "So many countries, so many customs".
9. Why travelling is important.
10. The travel of my dream.

Критерии оценивания монологических высказываний:

ЗАЧТЕНО

соблюден объем высказывания; высказывание соответствует теме; отражены аспекты, указанные в задании; нет грубых ошибок

НЕ ЗАЧТЕНО

малый и недостаточный объем высказывания, не позволяющий решить коммуникативную задачу; обучаемый делает большое количество грубых лексических и грамматических ошибок, что затрудняет или делает невозможным адекватное восприятие речи

НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК

ПРИМЕРЫ ВОПРОСА 1:

СЕМЕСТР 1

Übersetzen Sie ins Deutsche!

1. экзамен на аттестат зрелости
2. доставлять трудности
3. обучение, подготовка
4. понимать постигать
5. составлять, образовывать
6. отрасль, область науки
7. успеваемость
8. расходовать, тратить
9. переселяться, иммигрировать
10. грубый, крепкий
11. поведение, образ действий
12. предрассудок, предубеждение
13. Рождество
14. обычаи и традиции
15. электронная почта
16. общаться в чате
17. обеспечивать кого-либо
18. член семьи
19. иметь последствия
20. религия

СЕМЕСТР 2

Übersetzen Sie ins Deutsche!

1. хлопать в ладоши
2. явный, очевидный
3. федеральная земля
4. международные связи
5. столица
6. родной язык
7. чувствительный
8. пенсия
9. общение, знакомство
10. причина
11. средства массовой информации
12. гостиница
13. двуспальная кровать
14. летать на самолете
15. обедать в ресторане
16. хорошо готовить (еду)
17. каникулы
18. посещать музей
19. традиция
20. отмечать праздники

Критерии оценивания вопроса 1:

«зачтено» – названо не менее 50% слов и словосочетаний.

«не зачтено» – названо менее 50% слов и словосочетаний.

ТЕМЫ МОНОЛОГИЧЕСКИХ ВЫСКАЗЫВАНИЙ (ВОПРОС 2)

СЕМЕСТР 1

1. Meine Biographie
2. Mein Studium an der ASU
3. Das Hochschulwesen in Deutschland
4. Meine Familie
5. Die Geschichte der Kommunikation

СЕМЕСТР 2

1. Deutschland als Einwanderungsland.
2. Probleme der Orientierung in der fremden sozialen Kultur.

3. Kultur- und Sprachchock.
4. Stereotype und Vorteile
5. Sprechen sie Denglisch?

Критерии оценивания монологических высказываний:

ЗАЧТЕНО

соблюден объем высказывания; высказывание соответствует теме; отражены аспекты, указанные в задании; нет грубых ошибок

НЕ ЗАЧТЕНО

малый и недостаточный объем высказывания, не позволяющий решить коммуникативную задачу; обучаемый делает большое количество грубых лексических и грамматических ошибок, что затрудняет или делает невозможным адекватное восприятие речи

ИТОГОВАЯ аттестация заключается в проведении в конце 3 семестра экзамена. Экзамен состоит из устной части, которая предполагает контроль уровня сформированности навыков устной речи. Экзамен в устной форме сдают только те студенты, которые не набирают достаточного количества баллов для автоматического выставления оценки.

Экзамен проводится в устной форме по билетам, каждый из которых содержит два вопроса: 1. Ответ активного вокабуляра по пройденным темам; 2. Ответ монолога по одной из тем, связанных с тематикой аудиторных занятий.

АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

ПРИМЕРЫ ВОПРОСА 1:

СЕМЕСТР 3

Give English equivalents to the following words:

1. клон
2. сведения
3. развитие
4. совершать открытие
5. молекула ДНК
6. проводить исследование
7. оценивать
8. ошибочный
9. учреждение высшего образования
10. университет, институт, академия
11. обеспечивать высокий уровень образования
12. давать твердую базу во всех сферах знаний
13. факультет
14. дневное отделение
15. агентство по трудоустройству
16. опытный
17. плата за услуги, гонорар
18. придирается
19. работа со скользящим графиком
20. дополнительные выплаты

Критерии оценивания вопроса 1:

"отлично" - названо 19-20 слов и словосочетаний

"хорошо" - названо 15-18 слов и словосочетаний

"удовлетворительно" - названо 10-14 слов и словосочетаний

"неудовлетворительно" - названо менее 10 слов и словосочетаний

ТЕМЫ МОНОЛОГИЧЕСКИХ ВЫСКАЗЫВАНИЙ (ВОПРОС 2)

СЕМЕСТР 3

1. Scientific discoveries that changed humanity's life.
2. The future of science.
3. The problems of higher education in Russia.
4. Higher education in Great Britain.
5. American colleges and universities.
6. Is it difficult to be a student?
7. The most famous graduates of ASU.

8. My future profession as I see it.
9. The people that glorified my profession.
10. How to write a successful resume.

Критерии оценивания монологических высказываний:

ОТЛИЧНО

соблюден объем высказывания; высказывание соответствует теме; отражены все аспекты, указанные в задании; стиливое оформление речи соответствует типу задания; лексика адекватна поставленной задаче; использованы разные грамматические конструкции; редкие грамматические ошибки не мешают коммуникации; речь звучит в естественном темпе, нет грубых фонетических ошибок

ХОРОШО

неполный объем высказывания; высказывание соответствует теме, но не отражены некоторые аспекты, указанные в задании; стиливое оформление речи соответствует типу задания; лексические и грамматические ошибки незначительно влияют на восприятие речи обучаемого; речь иногда неоправданно паузирована; в отдельных словах допускаются фонетические ошибки (напр. замена английских фонем сходными русскими); общая интонация обусловлена влиянием родного языка.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО

незначительный объем высказывания, которое не в полной мере соответствует теме; не отражены некоторые аспекты, указанные в задании; стиливое оформление речи не в полной мере соответствует типу задания; обучаемый делает большое количество грубых лексических и грамматических ошибок; речь воспринимается с трудом из-за большого количества фонетических ошибок; интонация обусловлена влиянием родного языка

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО

малый и недостаточный объем высказывания, не позволяющий решить коммуникативную задачу; стиливое оформление речи не соответствует типу задания; обучаемый делает большое количество грубых лексических и грамматических ошибок, что затрудняет или делает невозможным адекватное восприятие речи

По результатам оценок двух заданий выводится средняя итоговая оценка по дисциплине.

НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК

ПРИМЕРЫ ВОПРОСА 1:

СЕМЕСТР 3

Übersetzen Sie ins Deutsche!

1. хлопать в ладоши
2. явный, очевидный
3. федеральная земля
4. международные связи
5. столица
6. родной язык
7. чувствительный
8. пенсия
9. общение, знакомство
10. причина
11. средства массовой информации
12. гостиница
13. двуспальная кровать
14. летать на самолете
15. обедать в ресторане
16. хорошо готовить (еду)
17. каникулы
18. посещать музей
19. традиция
20. отмечать праздники

Критерии оценивания вопроса 1:

"отлично" - названо 19-20 слов и словосочетаний

"хорошо" - названо 15-18 слов и словосочетаний

"удовлетворительно" - названо 10-14 слов и словосочетаний

"неудовлетворительно" - названо менее 10 слов и словосочетаний

ТЕМЫ МОНОЛОГИЧЕСКИХ ВЫСКАЗЫВАНИЙ (ВОПРОС 2)

СЕМЕСТР 3

1. Die Berufswahl
2. Einkommen und Lebensstandard
3. Fortschritt und Umweltbelastung
4. Mehrsprachigkeit in Europa
5. Die berühmtesten Sehenswürdigkeiten Deutschlands

Критерии оценивания монологических высказываний:

ОТЛИЧНО

соблюден объем высказывания; высказывание соответствует теме; отражены все аспекты, указанные в задании; стилизовое оформление речи соответствует типу задания; лексика адекватна поставленной задаче; использованы разные грамматические конструкции; редкие грамматические ошибки не мешают коммуникации; речь звучит в естественном темпе, нет грубых фонетических ошибок

ХОРОШО

неполный объем высказывания; высказывание соответствует теме, но не отражены некоторые аспекты, указанные в задании; стилизовое оформление речи соответствует типу задания; лексические и грамматические ошибки незначительно влияют на восприятие речи обучаемого; речь иногда неоправданно паузирована; в отдельных словах допускаются фонетические ошибки (напр. замена английских фонем сходными русскими); общая интонация обусловлена влиянием родного языка.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО

незначительный объем высказывания, которое не в полной мере соответствует теме; не отражены некоторые аспекты, указанные в задании; стилизовое оформление речи не в полной мере соответствует типу задания; обучаемый делает большое количество грубых лексических и грамматических ошибок; речь воспринимается с трудом из-за большого количества фонетических ошибок; интонация обусловлена влиянием родного языка

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО

малый и недостаточный объем высказывания, не позволяющий решить коммуникативную задачу; стилизовое оформление речи не соответствует типу задания; обучаемый делает большое количество грубых лексических и грамматических ошибок, что затрудняет или делает невозможным адекватное восприятие речи

По результатам оценок двух заданий выводится средняя итоговая оценка по дисциплине.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Волкова Т.П.	English for Bachelor's Degree Students: Practice Book: Практикум по английскому языку для студентов-бакалавров: Учебное пособие	Мурманский государственный технический университет, 2018	https://e.lanbook.com/book/142708
Л1.2	Тищенко Н.Д.	Грамматика современного английского языка: норма и вариативность: учебное пособие: Учебное пособие	Забайкальский государственный университет, 2020	https://e.lanbook.com/book/173715
Л1.3	Аверина А. В., Шипова И. А.	Немецкий язык: учебное пособие	Московский педагогический государственный университет, 2021	https://e.lanbook.com/book/252905
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	

Э1	Курс в Moodle "Иностранный язык, Английский"	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7971
Э2	Курс в Moodle "Иностранный язык (немецкий) для студентов социально-экономических и гуманитарных направлений"	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8465

6.3. Перечень программного обеспечения

Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно);
Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно);
Chrome (<http://www.chromium.org/chromium-os/licenses>), (бессрочно);
7-Zip (<http://www.7-zip.org/license.txt>), (бессрочно);
AcrobatReader(http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно);
ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (<https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/>), (бессрочно);
LibreOffice (<https://ru.libreoffice.org/>), (бессрочно);
Веб-браузер Chromium (<https://www.chromium.org/Home/>), (бессрочно);
Антивирус Касперский (<https://www.kaspersky.ru/>), (до 23 июня 2024);
Архиватор Ark (<https://apps.kde.org/ark/>), (бессрочно);
Okular (<https://okular.kde.org/ru/download/>), (бессрочно);
Редактор изображений Gimp (<https://www.gimp.org/>), (бессрочно)

6.4. Перечень информационных справочных систем

<http://www.oxfordlearnersdictionaries.com/> Oxford Dictionaries Online
<http://www.multitrans.ru> Онлайн-словари «Мультитран»
<http://dictionary.cambridge.org> Dictionary.com: онлайн-словари и переводчики
<http://dictionary.reference.com> TheFreeDictionary.com: онлайн-словари и переводчики
<http://www.thefreedictionary.com> YourDictionary.com: онлайн-словари и переводчики
<http://www.yourdictionary.com> Webster's Online Dictionary
<http://www.websters-online-dictionary.org>
<http://www.listen-to-english.com> Аудио-видеофайлы для изучающих английский язык
<http://www.onestopenglish.com> Аудиокниги
<http://www.eslgold.com> Аутентичный материал для чтения: тексты, статьи, новости
<http://www.splcenter.org> Развитие навыков письменной речи

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
513Д	лаборатория "Лингафонный кабинет фмкфип"- учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 20 посадочных мест; рабочее место преподавателя; интерактивная доска в комплекте; рабочее место преподавателя в комплекте (стол, ПК, гарнитура); 20 рабочих мест студента в комплекте (стол, гарнитура, цифровой пульт); специализированное коммутационное устройство «Норд Ц» в комплекте; компьютер: модель Инв. №0160604664 - 1

Аудитория	Назначение	Оборудование
		единица; проектор: марка SMART модель UF70 - 1 единица; интерактивная доска: марка SmartBoard модель SB480iv3 - 1 единица; монитор: марка ViewSonic модель VA1948M-LED - 1 единица; микросистема преподавателя Panasonic SA-PM07; учебно-наглядные пособия, карты
Помещение для самостоятельной работы	помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Электронный учебно-методический курс «Английский язык (для студентов гуманитарных направлений)» рассчитан на студентов 1-2 курсов любого гуманитарного профиля, обучающихся на уровне бакалавриата. Данный курс реализует идею смешанного обучения, концепция которого предполагает сочетание дистанционной (электронной) формы обучения и традиционных (аудиторных) способов организации учебного процесса.

Структура ЭУМКД «Английский язык (для студентов гуманитарных направлений)» предполагает деление учебного материала и сопровождающих его заданий на три больших блока (по количеству семестров, отведенных на изучение дисциплины). В свою очередь каждый из этих блоков состоит из трех подразделов, отражающих тематику занятий. Распределение тем устной речи по семестрам представлено в таблице.

Семестр 1

Identity (О себе), In the World of Communication (В мире коммуникации), Culture and Traditions (Культура и традиции)

Семестр 2

The Place I Live In (Место, в котором я живу), English-Speaking Countries (Англо-говорящие страны), Travelling (Путешествия)

Семестр 3

Science. The World of Discoveries (Наука. В мире открытий), Higher Education (Высшее образование), Getting a Job (Поиск работы)

Каждый подраздел состоит из 6 занятий (по 2 часа каждое). Все занятия имеют нумерацию, которая отражает последовательность прохождения материала. Выполнение всех заданий, представленных в курсе, является обязательным.

Наполнение каждого тематического подраздела практически идентичное: список вокабуляра по теме с заданиями на его усвоение, 3 текста по тематике раздела с заданиями на их понимание, 3 аудио текста с заданиями на понимание услышанного, 1 видео ролик с заданием на понимание его содержания, теоретический материал по 1-2 темам английской грамматики, 1-2 теста на знание этих правил, 2 практических задания на отработку данных грамматических правил, задание творческого характера (эссе, подготовка проекта, презентации и т.п.) в том числе с привлечением внешних электронных инструментов.

Все задания курса (за исключением творческих) имеют тестовый характер, т.е. проверяются системой автоматически.

В ЭУМКД «Английский язык (для студентов гуманитарных направлений)» используется балльно-рейтинговая система оценивания. По окончании первого года обучения (к моменту первой аттестации) максимальное количество баллов, которое может заработать студент, равняется 200 б. Эта сумма включает баллы как за дистанционную работу в ЭУМКД «Английский язык (для студентов гуманитарных направлений)», так и баллы, заработанные на аудиторных занятиях. На момент итоговой

аттестации студент максимально может набрать 100 б. Эта сумма также складывается из баллов, полученных за дистанционную и аудиторную работу.

Электронный курс «Иностранный язык (немецкий) для студентов социально-экономических и гуманитарных направлений»

<https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8465> предполагает изучение немецкого литературного языка, знакомство с новыми лексическими единицами, выполнение лексико-грамматических упражнений по разным темам, а также предусматривает освоение текстового и грамматического материала. Текстовый материал для чтения, аудирования и говорения имеет четкую структуру, логику изложения и коммуникативную направленность.

Каждый раздел начинается с текста по теме, который необходимо прочесть и перевести. Для облегчения работы над текстом к нему прилагается словарь. После прочтения и перевода необходимо ответить на вопросы по содержанию текста. Для закрепления лексических навыков необходимо выполнить лексические упражнения. Вместе с лексическими упражнениями предлагаются грамматические упражнения в рамках изучаемой темы. Все они выполняются письменно, так как потом проверяются преподавателем. Кроме лексико-грамматических упражнений в курсе даются материалы на развитие фонетических навыков: аудирование и просмотр видеоматериалов на немецком языке, что способствует комплексному формированию ваших коммуникативных компетенций. Видео- и аудиоматериалы взяты из открытых источников, что не нарушает авторских прав. На основе увиденного (услышанного) материала предусмотрено написание сочинение (эссе). По окончании изучаемой темы требуется выполнение лексико-грамматического теста. Завершающей формой совместной работы по теме является форум. Вам необходимо поделиться своими размышлениями по предложенной теме на немецком языке. После этого можно переходить к изучению следующего раздела.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Правовая культура рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра трудового, экологического права и гражданского процесса
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты:	2
аудиторные занятия	36		
самостоятельная работа	72		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (2)		Итого	
	Неделя	18		
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	20	20	20	20
Практические	16	16	16	16
Сам. работа	72	72	72	72
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
к.ю.н, доцент, Парубов А.И.

Рецензент(ы):
к.ю.н, доцент, Канакова А.Е.

Рабочая программа дисциплины
Правовая культура

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра трудового, экологического права и гражданского процесса

Протокол от 21.06.2022 г. № 8
Срок действия программы: 2022-2023 уч. г.

Заведующий кафедрой
Рехтина И.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра трудового, экологического права и гражданского процесса

Протокол от 21.06.2022 г. № 8
Заведующий кафедрой *Рехтина И.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Целями освоения учебной дисциплины правоведение являются профессиональная подготовка по вопросам правового регулирования отношений, возникающих с их участием, обеспечение высокого уровня знаний на основе действующего законодательства, практики его применения с учетом общетеоретических положений и новейших течений в юридической науке.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.02

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-10	Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	УК-2: основные законодательные и нормативно-правовые документы, основные этические ограничения, принятые в обществе, основные понятия, методы выработки принятия и обоснования решений задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, методы выбора оптимального решения задач. УК-10: принятые законы и правила противодействия коррупционному поведению
3.2.	Уметь:
3.2.1.	УК-2: формулировать перечень взаимосвязанных задач, обеспечивающих достижение поставленной цели, в том числе с использованием сервисных возможностей соответствующих информационных УК-10: соблюдать принятые законы и правила противодействия коррупционному поведению
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	УК-2: проектирует решение задачи, выбирая оптимальный способ ее решения, оценивая вероятные риски и ограничения в выборе решения поставленных задач УК-10: навыками создания и поддержания антикоррупционной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Понятие правовой культуры. Основы теории государства и права.						
1.1.	Многообразие подходов к определению сущности культуры. Основные культурологические школы и направления. Структура культуры, её функции, формы и	Лекции	2	2	УК-2, УК-10	Л1.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	<p>разновидности. Причины и условия возникновения государства. Основные теории происхождения государства. Понятие государства. Признаки государства. Типология государств. Функции государства. Формы и методы осуществления функций государства. Правовое государство. Понятие и признаки права. Сущность и принципы права. Понятие, признаки, виды и структура правовой нормы. Понятие и виды источников права. Система права и система законодательства. Понятие и содержание правоотношения. Субъект и объект правоотношения. Юридические факты. Вида правоотношений. Реализация права. Применение права. Применение права по аналогии. Правонарушение. Понятие, виды, основания юридической ответственности.</p>					
1.2.	<p>Причины и условия возникновения государства. Основные теории происхождения государства. Понятие государства. Признаки государства. Типология государств. Функции государства. Формы и методы осуществления функций государства. Правовое государство. Понятие и признаки права. Сущность и принципы права. Понятие, признаки, виды и структура правовой нормы. Понятие и виды источников права. Система права и система законодательства. Понятие и содержание правоотношения. Субъект и объект</p>	Сам. работа	2	8	УК-2, УК-10	Л1.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	<p>правоотношения. Юридические факты. Вида правоотношений. Реализация права. Применение права. Применение права по аналогии. Правонарушение. Понятие, виды, основания юридической ответственности.</p>					
1.3.	<p>Причины и условия возникновения государства. Основные теории происхождения государства. Понятие государства. Признаки государства. Типология государств. Функции государства. Формы и методы осуществления функций государства. Правовое государство. Понятие и признаки права. Сущность и принципы права. Понятие, признаки, виды и структура правовой нормы. Понятие и виды источников права. Система права и система законодательства. Понятие и содержание правоотношения. Субъект и объект правоотношения. Юридические факты. Вида правоотношений. Реализация права. Применение права. Применение права по аналогии. Правонарушение. Понятие, виды, основания юридической ответственности.</p>	Практические	2	4	УК-2, УК-10	Л1.1, Л1.2
Раздел 2. Основы конституционного права.						
2.1.	<p>Конституция Российской Федерации - основной закон государства и общества. Предмет, метод и определение конституционного права Правовые основы конституционного строя. Конституционные основы государственной</p>	Лекции	2	2	УК-2, УК-10	Л2.5, Л1.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	<p>власти и местного самоуправления. Конституционно-правовой статус человека и гражданина. Федеративное устройство России, его особенности. Основные виды органов государственной власти. Понятие избирательной системы и избирательного права. Гражданство Российской Федерации: понятие, принципы, основания и порядок приобретения гражданства. Прекращение гражданства.</p>					
2.2.	<p>Конституция Российской Федерации - основной закон государства и общества. Предмет, метод и определение конституционного права Правовые основы конституционного строя. Конституционные основы государственной власти и местного самоуправления. Конституционно-правовой статус человека и гражданина. Федеративное устройство России, его особенности. Основные виды органов государственной власти. Понятие избирательной системы и избирательного права. Гражданство Российской Федерации: понятие, принципы, основания и порядок приобретения гражданства. Прекращение гражданства.</p>	Сам. работа	2	8	УК-2, УК-10	Л2.5, Л1.1, Л1.2
2.3.	<p>Конституция Российской Федерации - основной закон государства и общества. Предмет, метод и определение конституционного права Правовые основы конституционного строя. Конституционные основы государственной</p>	Практические	2	4	УК-2, УК-10	Л2.5, Л1.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	<p>власти и местного самоуправления.</p> <p>Конституционно-правовой статус человека и гражданина.</p> <p>Федеративное устройство России, его особенности.</p> <p>Основные виды органов государственной власти.</p> <p>Понятие избирательной системы и избирательного права.</p> <p>Гражданство Российской Федерации: понятие, принципы, основания и порядок приобретения гражданства.</p> <p>Прекращение гражданства.</p>					
Раздел 3. Основы административного и экологического права.						
3.1.	<p>Понятие, предмет, метод административного права. Понятие, признаки и виды органов исполнительной власти.</p> <p>Понятие и основные черты административной ответственности.</p> <p>Понятие и состав административного правонарушения.</p> <p>Понятие и виды административных наказаний. Понятие, предмет и метод экологического права.</p> <p>Субъекты и объекты экологического права.</p>	Лекции	2	4	УК-2, УК-10	Л2.4, Л1.1, Л1.2
3.2.	<p>Понятие, предмет, метод административного права. Понятие, признаки и виды органов исполнительной власти.</p> <p>Понятие и основные черты административной ответственности.</p> <p>Понятие и состав административного правонарушения.</p> <p>Понятие и виды административных наказаний. Понятие, предмет и метод экологического права.</p> <p>Субъекты и объекты экологического права.</p>	Сам. работа	2	8	УК-2, УК-10	Л2.4, Л1.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 4. Основы гражданского права.						
4.1.	<p>Понятие и предмет гражданского права. Метод гражданско-правового регулирования, его особенности. Понятие источников гражданского права и их система. Содержание, субъекты и объекты гражданского правоотношения. Основания возникновения, изменения и прекращения гражданского правоотношения. Правоспособность и дееспособность граждан: понятие и содержание. Понятие и признаки юридического лица. Правосубъектность юридического лица. Образование и прекращение юридического лица. Виды юридических лиц.</p>	Лекции	2	2	УК-2, УК-10	Л1.1, Л1.2, Л2.2
4.2.	<p>Содержание и понятие права собственности. Формы и виды права собственности. Основания возникновения и прекращения права собственности. Способы защиты права собственности. Правовые основы защиты информации. Коммерческая и иная охраняемая законом тайна. Понятие, виды и форма сделок. Обязательства в гражданском праве. Понятие и значение договора, порядок его заключения, изменения и расторжения. Основания и условия гражданско-правовой ответственности. Понятие, исчисление и виды сроков. Понятие, значение и виды сроков</p>	Лекции	2	2	УК-2, УК-10	Л1.1, Л1.2, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	исковой давности. Общие положения о наследовании. Основы авторского права (объекты и субъекты авторского права, права авторов).					
4.3.	<p>Понятие и предмет гражданского права. Метод гражданско-правового регулирования, его особенности. Понятие источников гражданского права и их система. Содержание, субъекты и объекты гражданского правоотношения. Основания возникновения, изменения и прекращения гражданского правоотношения. Правоспособность и дееспособность граждан: понятие и содержание. Понятие и признаки юридического лица. Правосубъектность юридического лица. Образование и прекращение юридического лица. Виды юридических лиц. Содержание и понятие права собственности. Формы и виды права собственности. Основания возникновения и прекращения права собственности. Способы защиты права собственности. Правовые основы защиты информации. Коммерческая и иная охраняемая законом тайна. Понятие, виды и форма сделок. Обязательства в гражданском праве. Понятие и значение договора, порядок его заключения, изменения и расторжения. Основания и условия гражданско-</p>	Сам. работа	2	12	УК-2, УК-10	Л1.1, Л1.2, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	правовой ответственности.					
4.4.	<p>Понятие и предмет гражданского права. Метод гражданско-правового регулирования, его особенности. Понятие источников гражданского права и их система. Содержание, субъекты и объекты гражданского правоотношения. Основания возникновения, изменения и прекращения гражданского правоотношения. Правоспособность и дееспособность граждан: понятие и содержание. Понятие и признаки юридического лица. Правосубъектность юридического лица. Образование и прекращение юридического лица. Виды юридических лиц. Содержание и понятие права собственности. Формы и виды права собственности. Основания возникновения и прекращения права собственности. Способы защиты права собственности. Правовые основы защиты информации. Коммерческая и иная охраняемая законом тайна. Понятие, виды и форма сделок. Обязательства в гражданском праве. Понятие и значение договора, порядок его заключения, изменения и расторжения. Основания и условия гражданско-правовой ответственности.</p>	Практические	2	4	УК-2, УК-10	Л1.1, Л1.2, Л2.2
Раздел 5. Основы социального предпринимательства						

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
5.1.	Понятие, предмет, метод, система и источники социального предпринимательства. Виды субъектов предпринимательского права. Основные направления государственного регулирования предпринимательской деятельности.	Лекции	2	2	УК-2, УК-10	Л1.1, Л1.2, Л2.2
5.2.	Понятие, предмет, метод, система и источники социального предпринимательства. Виды субъектов предпринимательского права. Основные направления государственного регулирования предпринимательской деятельности.	Сам. работа	2	12	УК-2, УК-10	Л1.1, Л1.2, Л2.2
Раздел 6. Основы трудового права.						
6.1.	Понятие, предмет и метод трудового права. Принципы трудового права. Источники трудового права. Трудовые отношения, их стороны и основания возникновения. Социальное партнерство: понятие, принципы, стороны, уровни и формы. Коллективные договоры и соглашения. Трудовой договор: понятие, содержание, виды. Заключение, изменение и расторжение трудового договора. Трудовая дисциплина и трудовой распорядок. Поощрения за труд. Дисциплинарная ответственность. Дисциплинарные взыскания, порядок их применения. Материальная ответственность сторон трудового договора: понятие, условия наступления, виды. Особенности	Лекции	2	4	УК-2, УК-10	Л1.1, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	регулирования труда отдельных категорий работников					
6.2.	<p>Понятие, предмет и метод трудового права. Принципы трудового права. Источники трудового права. Трудовые отношения, их стороны и основания возникновения. Социальное партнерство: понятие, принципы, стороны, уровни и формы. Коллективные договоры и соглашения. Трудовой договор: понятие, содержание, виды. Заключение, изменение и расторжение трудового договора. Трудовая дисциплина и трудовой распорядок. Поощрения за труд. Дисциплинарная ответственность. Дисциплинарные взыскания, порядок их применения. Материальная ответственность сторон трудового договора: понятие, условия наступления, виды. Особенности регулирования труда отдельных категорий работников</p>	Сам. работа	2	12	УК-2, УК-10	Л1.1, Л1.2, Л2.1
Раздел 7. Основы уголовного права. Правовые основы защиты информации и государственной тайны.						
7.1.	<p>Понятие, предмет и методы уголовного права. Источники уголовного права. Принципы уголовного права. Понятие, признаки и категории преступления. Состав преступления: понятие, элементы, признаки и значение. Стадии преступлений. Соучастие в преступлении: понятие, признаки формы и виды. Понятие обстоятельств, исключаящие преступность деяния.</p>	Лекции	2	2	УК-2, УК-10	Л2.3, Л1.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	<p>Понятие уголовной ответственности. Понятие и цели наказаний. Система и виды наказаний. Освобождение от наказания. Особенности правового регулирования будущей профессиональной деятельности. Правовые основы защиты государственной тайны. Законодательные и нормативно-правовые акты в области защиты информации и государственной тайны.</p>					
7.2.	<p>Понятие, предмет и методы уголовного права. Источники уголовного права. Принципы уголовного права. Понятие, признаки и категории преступления. Состав преступления: понятие, элементы, признаки и значение. Стадии преступлений. Соучастие в преступлении: понятие, признаки формы и виды. Понятие обстоятельств, исключающие преступность деяния. Понятие уголовной ответственности. Понятие и цели наказаний. Система и виды наказаний. Освобождение от наказания. Особенности правового регулирования будущей профессиональной деятельности. Правовые основы защиты государственной тайны. Законодательные и нормативно-правовые акты в области защиты информации и государственной тайны.</p>	Сам. работа	2	12	УК-2, УК-10	Л2.3, Л1.1, Л1.2
7.3.	<p>Понятие, предмет и методы уголовного права. Источники уголовного права. Принципы уголовного</p>	Практические	2	4	УК-2, УК-10	Л2.3, Л1.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	<p>права. Понятие, признаки и категории преступления. Состав преступления: понятие, элементы, признаки и значение. Стадии преступлений. Соучастие в преступлении: понятие, признаки формы и виды. Понятие обстоятельств, исключающие преступность деяния. Понятие уголовной ответственности. Понятие и цели наказаний. Система и виды наказаний. Освобождение от наказания. Особенности правового регулирования будущей профессиональной деятельности. Правовые основы защиты государственной тайны. Законодательные и нормативно-правовые акты в области защиты информации и государственной тайны.</p>					

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
<ol style="list-style-type: none"> 1. Происхождение государства. 2. Понятие и признаки государства. 3. Правовое государство 4. Понятие и признаки права. 7. Понятие, виды и структура норм права. 8. Источники права. 9. Система права. 10. Понятие и структура правоотношения. 11. Реализация права. 12. Конституция Российской Федерации – основной закон государства, её структура, понятие, признаки и черты. Конституционные нормы. 13. Понятие, предмет, метод конституционного права России. 14. Основы конституционного строя. 15. Понятие и система государственных органов. 16. Понятие и основные черты административной ответственности. 17. Понятие, предмет и метод экологического права. 18. Гражданское правоотношение: понятие, структура, основания возникновения. 19. Физические лица как субъекты гражданского права. 20. Юридические лица как субъекты гражданского права: понятие, признаки, виды. 21. Правовые основы защиты информации. Коммерческая и иная охраняемая законом тайна. 22. Сделки: понятие, форма, виды. Недействительность сделок. Последствия недействительности сделок. 23. Обязательства в гражданском праве. Способы обеспечения исполнения обязательства. 24. Гражданско-правовой договор как основание возникновения обязательств.

25. Общие положения о наследовании. Наследование по завещанию.
 26. Понятие и принципы семейного права.
 27. Понятие трудового права.
 28. Заключение трудового договора. Оформление приема на работу. Трудовая книжка.
 29. Понятие уголовного права.
 30. Основы правового регулирования профессиональной деятельности.

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Типология государств.
 Функции государства.
 Правовое государство.
 Конституционный статус личности.
 Федеративное устройство России, его особенности.
 Понятие и система государственных органов.
 Местное самоуправление.
 Административные правонарушения и административная ответственность.
 Физические лица как субъекты гражданского права.
 Юридические лица как субъекты гражданского права: понятие, признаки, виды.
 Трудовой договор: понятие, содержание, виды.

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

См. приложение.

Приложения

Приложение 1.  [ФОС Правовая культура УК2 10.docx](#)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Пиголкин А.С., Головистикова А.Н., Дмитриев Ю.А.	ТЕОРИЯ ГОСУДАРСТВА И ПРАВА 4-е изд., пер. и доп. Учебник для академического бакалавриата: Гриф УМО ВО	М.:Издательство Юрайт, 2022	https://biblio-online.ru/book/CA3163F9-5EBF-4D28-931E-F8590A2D54F8
Л1.2	Лазарев В.В., Липень С.В.	ТЕОРИЯ ГОСУДАРСТВА И ПРАВА 5-е изд., испр. и доп. Учебник для академического бакалавриата: Гриф УМО ВО	М.:Издательство Юрайт, 2017	www.biblio-online.ru/book/421CC193-568E-46C9-A4E1-C5EB140E50DE

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Головина С. Ю., Кучина Ю. А.	ТРУДОВОЕ ПРАВО 3-е изд., пер. и доп. Учебник для академического бакалавриата: Гриф УМО ВО	М.:Издательство Юрайт, 2018	https://biblio-online.ru/book/6D0C7E3C-F87F-4AD0-AB66-4F8DA2281F65
Л2.2	Белов, В. А.	Гражданское право в 2 т. Том 1. Общая часть [Электронный ресурс]: учебник для академического бакалавриата	Издательство Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/00848F37-463A-45DA-950B-614C611BE6B6
Л2.3	И.Я. Козаченко, Г.П. Новоселов	Уголовное право. Общая часть. – 4-е изд., перераб. и доп.: Учебник	Уголовное право. Общая часть : учебник. – 4-е изд., перераб. и доп., 2017	www.biblio-online.ru/book/DD1F4C45-B1C8-4ABF-ACD4-
Л2.4	Агапов А. Б.	АДМИНИСТРАТИВНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ. 7-е изд., пер. и доп. Учебник для бакалавриата и магистратуры: Гриф УМО ВО	М.:Издательство Юрайт, 2021	www.biblio-online.ru/book/3CF11185-B99C-481F-9488-66EDF84CE850
Л2.5	Стрекозов В. Г.	КОНСТИТУЦИОННОЕ ПРАВО РОССИИ 6-е изд., пер. и доп. Учебник для академического бакалавриата: Гриф УМО ВО	М.:Издательство Юрайт, 2021	https://biblio-online.ru/book/EDA03352-D06A-4D1E-9F46-BFD4A3ECF134
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	СЕРВЕР ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ РОССИИ http://www.gov.ru/		http://www.gov.ru/	
Э2	Правовая культура : ЭУМКД [Электронный ресурс] URL: https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8055		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8055	
6.3. Перечень программного обеспечения				
Microsoft Office Microsoft Windows 7-Zip AcrobatReader				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
Информационная справочная система: СПС КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс АлтГУ или http://www.consultant.ru/). Профессиональные базы данных: 1.Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com/); 2.Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/); 3.Научная электронная библиотека elibrary (http://elibrary.ru/)				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
203Л	лаборатория информационных технологий - компьютерный класс - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 14 посадочных мест; компьютеры: марка ASUS модель i5-6500 - 14 единиц
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
Помещение для самостоятельной работы	помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При изучении дисциплины «Правоведение» самостоятельная работа студентов является главным методом освоения дисциплины. Она предполагает на основе знаний, полученных в ходе лекций и при других формах аудиторного обучения, глубокое изучение теоретических работ по проблемам арбитражного процессуального права, действующего законодательства и практики его применения. По наиболее актуальным и сложным проблемам на очном отделении проводятся семинарские занятия согласно тематическому плану изучения дисциплины, где углубляются и закрепляются полученные студентами знания. Кроме того, в ходе указанных занятий у обучаемых вырабатываются умения и навыки в применении правовых норм при разрешении конкретных задач, с учетом опыта судебной практики.

В учебном процессе используются активные формы и методы обучения, такие, например, как деловые игры, использование материалов конкретных гражданских дел и т.п. Применяются технические средства обучения, наглядные пособия.

Самостоятельная работа при изучении дисциплины играет очень важное значение. Как правило, на самостоятельную работу отводится около 50% бюджета времени, выделенного на освоение содержания учебной дисциплины. Для самостоятельной работы студент должен получить комплекс необходимых учебно-методических материалов в библиотеке вуза, а также использовать Интернет-ресурсы, указанные в Рабочей программе дисциплины.

Рекомендуется следующий порядок работы. Вначале надо ознакомиться с кругом вопросов, которые входят в раздел и тему дисциплины. Затем следует освежить в памяти материал лекции по конспекту, прочитать соответствующую главу учебника или учебного пособия и затем, для более расширенного изучения приступить к чтению дополнительной литературы, рекомендуемой по данной проблеме.

В процессе самостоятельной работы придерживайтесь следующих правил:

- работайте ежедневно в одно и то же время;
- не ждите благоприятного рабочего настроения, создавайте его усилием воли, нужно уметь заставить себя работать регулярно, ритмично и при отсутствии настроения;
- трудитесь сосредоточенно, внимательно, думая только о выполняемой задаче, не отвлекайтесь;
- стремитесь выработать интерес даже к не интересной, но нужной работе. Нельзя работать хорошо, с интересом только по любимому предмету, а по другим предметам кое-как;
- работайте с твердым намерением понять, усвоить, закрепить, развивайте в себе уверенность, что вы можете и должны сделать то, что запланировали;
- уделяйте больше внимания трудному материалу, не обходите трудностей, преодолевайте их;
- усвоенные знания, навыки и умения стремитесь применять в повседневной жизни; регулярно повторяйте усвоенное;
- перед началом работы следует посмотреть, что было сделано в предыдущий раз.

Психология учит: если установлена связь нового материала со старым, то он будет усваиваться быстрее и

доступнее.

Таким образом, самостоятельная работа студентов проводится по заданию преподавателя, но без его участия (в библиотеках, в читательском фонде, дома и т.д.), а также во время участия студентов в работе научно-практических конференций, научных обществ студентов и т.п.)

Наиболее действенными и продуктивными формами контроля самостоятельной работы студентов являются: доклад и научное сообщение на семинаре, а также письменный опрос) по конкретным темам.

Студентам следует строго соблюдать последовательность в изучении тем. Их отработку необходимо вести с учетом того, как они изложены в программе дисциплины и тематическом плане. При этом в рабочей учебной программе представлено полное содержание темы, которое должно быть освоено студентами, а в тематическом плане и методических рекомендациях по изучению дисциплины представлены ключевые вопросы темы и литература, которой необходимо при этом пользоваться.

Изучение каждой в отдельности темы рекомендуется проводить в следующей последовательности:

1. Уяснить общее содержание темы согласно учебной программе и основные вопросы по тематическому плану.
2. Подобрать учебную литературу и рекомендуемый нормативный материал, а также судебную практику.
3. Проработать соответствующую тему по учебнику, дополнив материал, полученный в ходе установочной лекции и составив конспект по теме, которая не освещалась в ходе аудиторного занятия.
4. Обратиться к нормативным источникам, изучить правовые нормы и внести дополнения в конспект.
5. После окончания изучения темы обратиться к средствам проверки знаний – решить задачи по теме в Планах семинарских и практических занятиях.
6. Если после окончания изучения темы остались неясными отдельные вопросы, их необходимо записать в конспект и затем получить консультацию по ним у преподавателя.

Большой объем нормативного и научного материала не позволяет студентам проработать и обсудить с преподавателем за время аудиторных занятий на достаточно глубоком уровне весь курс в целом.

Большой объем материала студенты должны освоить самостоятельно. Студентам рекомендуется после прослушивания лекции по каждой теме самостоятельно проработать лекционный материал, изучить рекомендованные к каждой теме нормативно-правовые акты и специальную литературу. Для закрепления пройденного материала студентам предлагается ряд практических вопросов, на которые они должны дать максимально полный ответ, который предполагает умение использовать понятийно-категориальный аппарат юридической науки, умение анализировать действующее законодательство, высказывать свое аргументированное мнение по спорным положениям, а также предлагать возможные пути совершенствования законодательства. Помимо ответа на теоретические вопросы студентам предлагается решить ряд практических заданий. Ответы на которые должны быть полными, сделанными с приведением положений теории и анализа законодательства. Решения практических заданий необходимо делать письменно, что развивает письменную речь, поскольку изложить письменно ответ на юридический вопрос всегда сложнее, чем дать устную консультацию. Решение практического задания должно выстраиваться примерно по следующей схеме. Студенты кратко излагают суть спорной ситуации (что позволяет проверить, насколько верно они уяснили возникшую проблему), затем дается ответ на конкретно сформулированные в задаче вопросы (например, действия должностного лица являются неправомерными, т.к. ...), затем приводятся положения действующего законодательства, на основании которого был сделан вывод (например, поскольку в соответствии со статьей ... федерального закона «...» то-то и то-то). В необходимых случаях (это касается спорных положений законодательства, положений, критикуемых в юридической литературе) студентам следует также высказать существующие в правовой науке точки зрения. Кроме этого, при анализе законодательства необходимо критически оценить положение той или иной правовой нормы и, если это требуется, высказать свое мнение, как можно было бы её изменить. Студенты могут из понравившихся вариантов заданий выбрать одну конкретную ситуацию и попытаться представить ей, например, в виде искового заявления в суд (например, заявление о восстановлении на работе). Кроме того, студенты могут написать реферат по одной из вопросов темы тем или согласовать иную тему с преподавателем. Преподаватель, ведущий занятий и руководящий самостоятельной работой студентов проверяет письменное решение практических заданий и рефераты, делает пояснения и замечания в случае наличия в письменных работах ошибок или неточностей. Если у студентов в процессе самостоятельной подготовки возникают трудности с усвоением материала они должны в установленные часы прийти на консультацию и вместе с преподавателем найти правильный ответ. При этом консультация должна строиться таким образом, что преподаватель не читает лекцию, а помогает студенту найти правильное решение, аргументировать его. Решая контрольные задания, студенты приобретают навык практической работы с нормативным материалом. Решение предлагаемых заданий для самоконтроля не предусматривает односложных ответов, а вынуждает взвешивать разные подходы, отыскивать нетрадиционные способы решения.

Формой итогового контроля является зачет. Для подготовки к зачету в УМК дан перечень вопросов.

Зачет проводится в устной или письменной форме. Студентам необходимо являться на зачет без опозданий всем к назначенному в расписании часу. После получения билета каждый студент готовится в течение 1 часа при письменной форме проведения зачета и в течение 30 минут при устной. В билете 2

теоретических вопроса, но ответ на них должен даваться с учетом положений действующего законодательства и практики его применения. Студенту обязательно следует акцентировать внимание на спорных положениях.

При устной форме приема зачета студенты в порядке очередности излагают ответы на вопросы полученных билетов. При этом рекомендуется соблюсти баланс во времени ответа на первый и второй вопросы билета. Общая же продолжительность ответа студента по вопросам билета не должна превышать 15 минут. По окончании ответа студента, преподаватель может задавать студенту вопросы (число которых не ограничивается). Студент должен давать краткие, аргументированные ответы на каждый вопрос. На этом процедура сдачи зачета для данного студента заканчивается. Ему объявляется результат. Результаты письменного зачета объявляются студентам в день сдачи зачета.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Проектный менеджмент рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра социологии и конфликтологии
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты:	3
аудиторные занятия	36		
самостоятельная работа	72		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (3)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	20	20	20	20
Практические	16	16	16	16
Сам. работа	72	72	72	72
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

к.с.н., доцент, Артюхина В.А.; к.с.н., доцент, Шрайбер А.Н.

Рецензент(ы):

к.с.н., зав.каф, Нагайцев В.В.

Рабочая программа дисциплины

Проектный менеджмент

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра социологии и конфликтологии

Протокол от 26.04.2023 г. № 9

Срок действия программы: 2023-2027 уч. г.

Заведующий кафедрой

Нагайцев Виктор Валентинович

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра социологии и конфликтологии

Протокол от 26.04.2023 г. № 9

Заведующий кафедрой *Нагайцев Виктор Валентинович*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Освоение теоретико-методологических основ проектного менеджмента и приобретение навыков организации основных процессов управления проектами на всех стадиях реализации проектов различных типов с использованием современных инструментов проектного менеджмента
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.02

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-2.1	Знает основные законодательные и нормативно-правовые документы, основные этические ограничения, принятые в обществе, основные понятия, методы выработки принятия и обоснования решений задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, методы выбора оптимального решения задач
УК-2.2	Формулирует перечень взаимосвязанных задач, обеспечивающих достижение поставленной цели, в том числе с использованием сервисных возможностей соответствующих информационных (справочных правовых) систем
УК-2.3	Определяет ожидаемые результаты решения задач и разрабатывает различные виды планов по реализации проектов учетом действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, осуществлять поиск оптимальных способов решения поставленных задач, с учетом действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;
УК-2.4	Проектирует решение задачи, выбирая оптимальный способ ее решения, оценивая вероятные риски и ограничения в выборе решения поставленных задач
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-3.1	Знает концепции, принципы и методы построения эффективной работы в команде с учетом правовых и этических принципов и норм социального взаимодействия, существенные характеристики и типологию лидерства
УК-3.2	Участвует в обмене информацией, знаниями и опытом в интересах выполнения командной задачи, презентуя профессиональные задачи
УК-3.3	Владеет способами самодиагностики определения своего ролевого статуса в команде, приемами эффективного социального взаимодействия и способами их правовой и этической оценки, коммуникативными навыками
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК-6.1	Знает закономерности становления и развития личности; механизмы, принципы и закономерности процессов самоорганизации, самообразования и саморазвития; теорию тайм-менеджмента
УК-6.2	Умеет определять свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и др.) для успешного выполнения порученной работы, ставить цели и устанавливать приоритеты собственного профессионально-карьерного развития с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы достижения; осуществлять самоанализ и рефлексию собственного жизненного и профессионального пути
УК-6.3	Владеет методиками саморегуляции эмоционально - психологических состояний в различных условиях деятельности, приемами самооценки уровня развития своих индивидуально-психологических особенностей; технологиями проектирования

	профессионально-карьерного развития; способами планирования, организации, самоконтроля и самооценки деятельности
УК-6.4	Применяет разнообразные способы, приемы техники самообразования и самовоспитания на основе принципов образования в течение всей жизни

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	<p>УК-2.1 Знает основные законодательные и нормативно-правовые документы, основные этические ограничения, принятые в обществе, основные понятия, методы выработки принятого и обоснования решений задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, методы выбора оптимального решения задач.</p> <p>УК-3.1 Знает концепции, принципы и методы построения эффективной работы в команде с учетом правовых и этических принципов и норм социального взаимодействия, существенные характеристики и типологию лидерства.</p> <p>УК-6.1 Знает закономерности становления и развития личности; механизмы, принципы и закономерности процессов самоорганизации, самообразования и саморазвития; теорию тайм-менеджмента.</p>
3.2.	Уметь:
3.2.1.	<p>УК-2.2 Формулирует перечень взаимосвязанных задач, обеспечивающих достижение поставленной цели, в том числе с использованием сервисных возможностей соответствующих информационных (справочных правовых) систем.</p> <p>УК-3.2 Участвует в обмене информацией, знаниями и опытом в интересах выполнения командной задачи, презентуя профессиональные задачи.</p> <p>УК-6.2 Умеет определять свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и др.) для успешного выполнения порученной работы, ставить цели и устанавливать приоритеты собственного профессионально-карьерного развития с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы достижения; осуществлять самоанализ и рефлексию собственного жизненного и профессионального пути.</p>
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	<p>УК-2.3 Определяет ожидаемые результаты решения задач и разрабатывает различные виды планов по реализации проектов учетом действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, осуществлять поиск оптимальных способов решения поставленных задач, с учетом действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.</p> <p>УК-2.4 Проектирует решение задачи, выбирая оптимальный способ ее решения, оценивая вероятные риски и ограничения в выборе решения поставленных задач</p> <p>УК-3.3 Владеет способами самодиагностики определения своего ролевого статуса в команде, приемами эффективного социального взаимодействия и способами их правовой и этической оценки, коммуникативными навыками</p> <p>УК-6.3 Владеет методиками саморегуляции эмоционально - психологических состояний в различных условиях деятельности, приемами самооценки уровня развития своих индивидуально-психологических особенностей; технологиями проектирования профессионально-карьерного развития; способами планирования, организации, самоконтроля и самооценки деятельности</p> <p>УК-6.4 Применяет разнообразные способы, приемы техники самообразования и самовоспитания на основе принципов образования в течение всей жизни.</p>

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Концептуальные основания проектного менеджмента						

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.1.	Теоретические основы проектной деятельности	Лекции	3	2	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-6.4, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.2.	Теоретические основы проектной деятельности	Практические	3	1	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-6.4, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.3.	Теоретические основы проектной деятельности	Сам. работа	3	6	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-6.4, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.4.	Технология проектной деятельности	Лекции	3	2	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-6.4, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.5.	Технология проектной деятельности	Практические	3	1	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-6.4, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.6.	Технология проектной деятельности	Сам. работа	3	6	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-6.4, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.7.	Методология управления проектами	Лекции	3	2	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-6.4, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.8.	Методология управления проектами	Практические	3	1	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-6.4, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.9.	Методология управления проектами	Сам. работа	3	6	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-6.4, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 2. Содержание основных процессов проектного менеджмента						
2.1.	Управление качеством проекта	Лекции	3	2	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-6.4, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.2.	Управление качеством проекта	Практические	3	1	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-6.4, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.3.	Управление качеством проекта	Сам. работа	3	6	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-6.4, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.4.	Управление отношениями со стейкхолдерами	Лекции	3	2	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-6.4, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.5.	Управление отношениями со стейкхолдерами	Практические	3	2	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-6.4, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.6.	Управление отношениями со стейкхолдерами	Сам. работа	3	8	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-6.4, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.7.	Управление временем проекта	Лекции	3	2	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-6.4, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.8.	Управление временем проекта	Практические	3	2	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-6.4, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.9.	Управление временем проекта	Сам. работа	3	8	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-6.4, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1,	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
					УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	
2.10.	Управление проектными рисками	Лекции	3	2	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-6.4, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.11.	Управление проектными рисками	Практические	3	2	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-6.4, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.12.	Управление проектными рисками	Сам. работа	3	8	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-6.4, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.13.	Управление командой проекта	Лекции	3	2	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-6.4, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.14.	Управление командой проекта	Практические	3	2	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-6.4, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.15.	Управление командой проекта	Сам. работа	3	8	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-6.4, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.16.	Управление коммуникациями проекта	Лекции	3	2	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-6.4, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.17.	Управление коммуникациями проекта	Практические	3	2	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-6.4, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.18.	Управление коммуникациями проекта	Сам. работа	3	8	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-6.4, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1,	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
					УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	
2.19.	Управление бюджетом проекта	Лекции	3	2	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-6.4, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.20.	Управление бюджетом проекта	Практические	3	2	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-6.4, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.21.	Управление бюджетом проекта	Сам. работа	3	8	УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-6.4, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

1. Тестовые задания, предполагающие выбор одного из вариантов:

1) Определите тип ресурса проекта: «Необходимый уровень знаний субъектов проектной деятельности»

- а) интеллектуальный
- б) организационный
- в) информационный
- г) кадровый

2) Определите тип ресурса проекта: «Наличие системы поиска регулярной информации»

- а) интеллектуальный
- б) организационный
- в) информационный
- г) кадровый

3) Определите тип ресурса проекта: «Наличие оборудования для реализации проекта»

- а) финансовый
- б) материальный
- в) технологический
- г) кадровый

4) Определите тип ресурса проекта: «Наличие профессиональных менеджеров проекта»

- а) управленческий
- б) профессиональный
- в) организационный
- г) кадровый

5) Определите тип ресурса проекта: «Готовность персонала к инновациям»

- а) кадровый
- б) информационный
- в) интеллектуальный

г) нравственно-волевой

6) Определите тип ресурса проекта: «совокупность собственных и привлеченных денежных средств»

- а) материальный
- б) финансовый
- в) организационный
- г) кадровый

7) Определите тип ресурса проекта: «Квалификационный уровень проектной команды»

- а) кадровый
- б) управленческий
- в) организационный
- г) профессиональный

8) Какая подсистема управления проектами связана с определением видов и количества ресурсов, необходимых для осуществления проекта?

- а) управление стоимостью проекта
- б) управление коммуникациями
- в) управление проектными отклонениями
- г) управление кадрами

9) Какая подсистема управления проектами связана с определением целей и результатов проекта?

- а) управление временем проекта
- б) управление стоимостью проекта
- в) управление предметной областью проекта
- г) управление кадрами

10) К какому принципу управления проектами относится рассмотрение факторов внешней среды, воздействующих на него?

- а) системности
- б) комплексности
- в) эффективности
- г) аналитичности

Ответы:

- 1) а
- 2) в
- 3) б
- 4) а
- 5) г
- 6) б
- 7) г
- 8) а
- 9) в
- 10) а

Критерии оценивания:

Каждый верный ответ оценивается одним баллом

«зачтено» - 50% и более правильных ответов (5 баллов и более)

«не зачтено» - менее 50% и более правильных ответов (менее 5 баллов)

2. Тестовые задания открытого типа, предполагающие ответ в виде слова:

1) Вставьте пропущенный термин: «Демографическая ситуация в стране, темпы инфляции, климатические условия – это ... факторы успеха проекта».

2) Какой элемент проекта должен описываться количественными показателями, быть достижимым с учетом существующих ограничений и быть соотношенным с конкретным периодом времени?

3) Вставьте пропущенный термин: «Наличие и качество планов, четкое определение границ проекта, эффективные коммуникации – это ... факторы успеха проекта».

4) Вставьте пропущенный термин: «Решения, принятый на ... фазах проекта, в большей степени влияют на время завершения и общую стоимость проекта».

5) Вставьте пропущенный термин: «Регулярные проверки, исходя из заранее утвержденного плана качества, относятся к ... качества».

- 6) Вставьте пропущенный термин: «Отслеживание результатов проекта для определения их соответствия принятым стандартам качества относится к ... качества».
- 7) Вставьте пропущенный термин: «Проект представляет собой процесс достижения определенных ...».
- 8) Какое свойство проектов предполагает, что в процессе их реализации всегда создается нечто новое?
- 9) Вставьте пропущенный термин: «Услугу, мероприятие, новую модель гаджета можно отнести к ... проектирования».
- 10) Какие проекты направлены на решение разномасштабных проблем социального характера – безработицы, снижения рождаемости?
- 11) Какие проекты выполняются непосредственно в самой организации, силами ее членов?
- 12) Вставьте пропущенный термин: «Сертификаты и патенты, обеспечивающие реализацию проекта, относятся к его ... правовым ресурсам.»
- 13) Как в проектном менеджменте называется совокупность всех средств, методов, материалов, возможностей и способностей, которые могут быть использованы в проекте?
- 14) Вставьте пропущенный термин: «Необходимый уровень знаний основных субъектов проектной деятельности относят к ... ресурсам проекта».
- 15) Вставьте пропущенный термин: «Как правило, проектирование реализуется в ситуации дефицита ресурсов и необходима их ...»

Ответы:

- 1) внешние
- 2) цель
- 3) внутренние
- 4) ранних
- 5) обеспечению
- 6) контролю
- 7) результатов
- 8) инновационность
- 9) объектам
- 10) социальные
- 11) внутренние
- 12) правовым
- 13) ресурс
- 14) интеллектуальным
- 15) мобилизация

Критерии оценивания:

Каждое задание, выполненное в полном объеме, оценивается одним баллом

«зачтено» - 50% и более правильных ответов (8 баллов и более)

«не зачтено» - менее 50% и более правильных ответов (менее 8 баллов)

УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

1. Тестовые задания, предполагающие выбор одного из вариантов:

1) Укажите признак высокоэффективной работы команды проекта

- а) продуцизм
- б) синергизм
- в) коллективизм
- г) эффективность

2) Назовите стадию формирования команды проекта, отмеченную высокой степенью внутренних противоречий: участники согласны с тем, что они являются частью проектной группы, но сопротивляются ограничениям, которые руководитель проекта налагают на их поведение.

- а) формирование
- б) функционирование
- в) бурление
- г) эскалация

3) Укажите с чего начинается процесс создания высокоэффективных команд проектных команд.

- а) с тщательного отбора персонала для работы над проектом
- б) с тщательного составления сметы бюджета
- в) с тщательной разработки цели проекта
- г) с тщательного определения целевой группы проекта

4) Укажите элемент проектного менеджмента, в который входят объявление благодарности, публичное признание за выдающуюся работу, служебные назначения участников проекта

- а) разработка общей стратегии
- б) управление системой поощрения
- в) формирование облика команды
- г) контроль качества проекта

- 5) Укажите стадию развития команды проекта, на которой развиваются тесные взаимоотношения между членами группы, и она демонстрирует сплоченность?
- а) функционирование
 - б) бурление
 - в) зарождение
 - г) нормализация
- 6) Укажите стадию развития команды проекта, в рамках которой работники знакомятся друг с другом и вникают в суть и масштаб проекта?
- а) бурление
 - б) формирование
 - в) функционирование
 - г) нормализация
- 7) Укажите стадию развития команды проекта, в рамках которой все члены могут быть полноценно названы командой.
- а) формирование
 - б) бурление
 - в) функционирование
 - г) роспуск
- 8) Укажите понятие, которое характеризует совокупность отдельных лиц и групп, привлеченных к выполнению проекта и ответственных перед руководителем или менеджером проекта за их выполнение
- а) команда проекта
 - б) менеджеры проекта
 - в) исполнители проекта
 - г) кадровый потенциал проекта
- 9) Укажите название группы лиц, объединенных целями проекта с распределенными ролями, которые практически не общаются лично, а лишь используют виртуальные коммуникации
- а) потенциальная команда проекта
 - б) виртуальная команда проекта
 - в) удаленная команда проекта
 - г) дистанционная команда проекта
- 10) Назовите условие, необходимое для эффективности работы команды проекта
- а) высокая стоимость проекта
 - б) новаторский характер проекта
 - в) высокая прибыльность проекта
 - г) ясность целей проекта и реалистичность плана

Ответы:

- 1) б
- 2) в
- 3) а
- 4) б
- 5) г
- 6) б
- 7) в
- 8) а
- 9) б
- 10) г

Критерии оценивания:

Каждый верный ответ оценивается одним баллом

«зачтено» - 50% и более правильных ответов (5 баллов и более)

«не зачтено» - менее 50% и более правильных ответов (менее 5 баллов)

2. Тестовые задания открытого типа, предполагающие ответ в виде слова:

- 1) Вставьте пропущенный термин: «Приемлемые правила организации проектной работы обеспечивают высокий ... команды проекта»
- 2) Назовите члена команды проекта, являющегося автором главной идеи проекта
- 3) Назовите члена команды проекта с системным складом мышления
- 4) Назовите члена команды проекта, обладающего высокими коммуникационными навыками, способностью к убеждению, с широкими связями во внешней среде
- 5) Назовите члена команды проекта, который анализирует проблемы с прагматической точки зрения, оценивает идеи и предложения таким образом, чтобы команда могла принять сбалансированные решения

- 6) Назовите члена команды проекта, обеспечивающего финансовые, материальные, человеческие и другие ресурсы для осуществления проекта
- 7) Назовите роль менеджера проекта, предполагающую обеспечение консультационной поддержки для членов команды проекта
- 8) Назовите роль менеджера проекта, предполагающую создание такого окружения для команды проекта, которое позволит команде работать наиболее эффективно
- 9) Назовите роль менеджера проекта, предполагающую определение направления использования ресурсов проекта
- 10) Назовите роль менеджера проекта, предполагающую поиск изъянов и недостатков в проделанных работах
- 11) Назовите члена команды проекта, обеспечивающего коммуникации в проекте и документооборот.
- 12) Кто из членов команды проекта определяет процедуру сбора информации по проекту, документов, отчетов; разрабатывает и контролирует План управления проектом
- 13) Кто из членов команды проекта собирает отчетность по проекту и организует реагирование на поступающие вопросы от участников проекта; отвечает за хранение документов по проекту, архивирование
- 14) Как называются внешние по отношению к проекту субъекты, прямо или косвенно заинтересованные в результатах работы команды проекта?
- 5) Назовите стадию развития команды проекта, на которой развиваются тесные взаимоотношения между членами группы, и она демонстрирует сплоченность.

Ответы:

- 1) синергизм
- 2) инициатор
- 3) аналитик
- 4) переговорщик
- 5) критик
- 6) спонсор
- 7) наставник
- 8) мотиватор
- 9) стратег
- 10) контролер
- 11) администратор
- 12) руководитель
- 13) администратор
- 14) стейкхолдеры
- 15) нормализация

Критерии оценивания:

Каждое задание, выполненное в полном объеме, оценивается одним баллом

«зачтено» - 50% и более правильных ответов (8 баллов и более)

«не зачтено» - менее 50% и более правильных ответов (менее 8 баллов)

УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

1. Тестовые задания, предполагающие выбор одного из вариантов:

1) Укажите название процедуры деления результатов проекта на меньшие, более управляемые компоненты до уровня пакетов работ

- а) декомпозиция
- б) аппроксимация
- в) систематизация
- г) усреднение

2) Укажите термин, обозначающий последовательность работ проекта, которая требует больше всего времени для завершения, т. е. самая длительная цепочка работ

- а) завершающий путь проекта
- б) критический путь проекта
- в) цикличная фаза
- г) эскалирующий путь проекта

3) Укажите название параллельному выполнению обычно последовательно реализуемых операций в рамках проекта

- а) ускорение
- б) эскалация

- в) быстрое прохождение
- г) интенсификация
- 4) Укажите сущность понятия «Ранний срок начала операции»
 - а) сроки начала операции в оптимистичном варианте развития проекта
 - б) санкционирование начала операции до официальных сроков ее наступления
 - в) срок, раньше которого нельзя приступить к выполнению операции
 - г) сроки начала операции в пессимистичном варианте развития проекта
- 5) Укажите вариант, характеризующий временную последовательность операций в проекте
 - а) только параллельно
 - б) только последовательно
 - в) либо параллельно, либо последовательно
 - г) одновременно параллельно и последовательно
- 6) Укажите название метода для определения продолжительности работ, при котором происходит сопоставление с результатами других проектов
 - а) сравнительный анализ
 - б) метод Дельфи
 - в) сопоставительный подход
 - г) метод аналогии
- 7) Укажите метод определения продолжительности работ проекта, который учитывает объем работ и производительность труда
 - а) количественный метод
 - б) метод Дельфи
 - в) сопоставительный подход
 - г) метод аналогии
- 8) Укажите как в проектном менеджменте называется последовательность работ, которую можно выполнить с некоторой задержкой, не приводящей к увеличению длительности проекта.
 - а) некритический путь проекта
 - б) временная цепочка
 - в) перспективная ось времени
 - г) свободная интерпретация
- 9) Укажите как в проектном менеджменте называется время, необходимое одному человеку на выполнение данной работы
 - а) временной запас
 - б) трудоемкость работы
 - в) процедурный срок
 - г) сертифицированный объем
- 10) Укажите метод определения продолжительности работ проекта, который основывается на экспертных оценках
 - а) количественный метод
 - б) метод Дельфи
 - в) сопоставительный подход
 - г) метод аналогии

Ответы:

- 1) а
- 2) б
- 3) в
- 4) в
- 5) в
- 6) г
- 7) а
- 8) а
- 9) б
- 10) б

Критерии оценивания:

Каждый верный ответ оценивается одним баллом

«зачтено» - 50% и более правильных ответов (5 баллов и более)

«не зачтено» - менее 50% и более правильных ответов (менее 5 баллов)

2. Тестовые задания открытого типа, предполагающие ответ в виде слова:

- 1) Вставьте пропущенный термин: «Минимизация продолжительности проекта в условиях

- ограниченности ресурсов; минимизация стоимости проекта; равномерное распределение ресурсов относятся к задачам управления ... проекта»
- 2) Как в проектном менеджменте называется итоговый документ, устанавливающий полный перечень работ проекта, их последовательность, взаимосвязь, сроки выполнения, продолжительность, исполнителей и ресурсы, необходимые для выполнения работ?
 - 3) Укажите название процедуры деления результатов проекта на меньшие, более управляемые компоненты до уровня пакетов работ
 - 4) Укажите название метода для определения продолжительности работ, при котором происходит сопоставление с результатами других проектов
 - 5) Укажите метод определения продолжительности работ проекта, который учитывает объем работ и производительность труда
 - 6) Укажите как в проектном менеджменте называется последовательность работ, которую можно выполнить с некоторой задержкой, не приводящей к увеличению длительности проекта
 - 7) Укажите как в проектном менеджменте называется время, необходимое одному человеку на выполнение данной работы
 - 8) Вставьте пропущенный термин: «Управление временем осуществляется на всех этапах жизненного ... проекта»
 - 9) Укажите в рамках какого метода определения продолжительности работы проекта эксперты письменно, независимо друг от друга оценивают ситуацию, затем каждый эксперт знакомится с оценками коллег и корректирует свою оценку
 - 10) Укажите как в проектном менеджменте назначение дополнительных ресурсов на операцию, которое обычно приводит к увеличению стоимости проекта
 - 11) Вставьте пропущенный термин: «Иерархическая структура работ представляет собой, по сути, перечень ... проекта»
 - 12) Вставьте пропущенный термин: «Согласно теории проектного менеджмента если совещания по проекту проводятся еженедельно, выполнение каждой задачи не должно превышать одной ...»
 - 13) Укажите наименование зависимостей, которые внутренне (физически) присущи выполняемым в рамках проекта работам
 - 14) Укажите наименование зависимостей, которые определяются командой проекта на основе их предпочтений или общепринятой практики
 - 15) Укажите наименование зависимостей, которые определяют взаимосвязи проектных и непроектных работ

Ответы:

- 1) временем
- 2) календарный план
- 3) декомпозиция
- 4) метод аналогии
- 5) количественный
- 6) не критический путь проекта
- 7) трудоемкость работы
- 8) цикл
- 9) метод Дельфи
- 10) сжатие
- 11) задач
- 12) недели
- 13) обязательные
- 14) по усмотрению
- 15) внешние

Критерии оценивания:

Каждое задание, выполненное в полном объеме, оценивается одним баллом

«зачтено» - 50% и более правильных ответов (8 баллов и более)

«не зачтено» - менее 50% и более правильных ответов (менее 8 баллов)

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

не предусмотрено

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вопросы к промежуточной аттестации по дисциплине

1. Понятие проекта и его фундаментальные характеристики.
2. Системный и деятельностный подходы к определению проекта.
3. Разновидности проектов.
4. Жизненный цикл проекта и его структура.
5. Понятие, основные характеристики и принципы управления проектом.
6. Факторы успеха проектного менеджмента.
7. Стандарты деятельности по управлению проектами.
8. «Магический треугольник» проектного менеджмента.
9. Общая характеристика процессов управления проектами.
10. Основные стадии и процессы управления проектами.
11. Управление качеством проекта: стандарты и основные процессы управления качеством.
12. Управление рисками проекта: понятие и классификация рисков и факторов риска.
13. Основные методы оценки риска проекта и технологии их минимизации.
14. Управление командой проекта: принципы создания и развития проектной команды.
15. Критерии оценки и технологии повышения эффективности работы команды. Управление коммуникациями проекта: вербальные и невербальные коммуникации.
16. Структура каналов эффективного общения; диагностика и оценка коммуникационной системы проекта.
17. Управление отношениями со стейкхолдерами проекта: функции и роли стейкхолдеров проекта.
18. Способы и стратегии воздействия стейкхолдеров на менеджмент проекта.
19. Управление бюджетом проекта: последовательность действий проектного бюджетирования на каждом этапе реализации проекта.
20. Основные технологии контроля исполнения бюджета проекта и оптимизации основных статей расходов.
21. Управление временем проекта: последовательность этапов сетевого анализа и календарного планирования проекта.
22. Построение иерархической структуры работ. Сетевые графы и определение критического пути проекта.
23. Управление изменениями проекта. Мониторинг и контроль.

Форма проведения промежуточной аттестации: зачет

Оценивание ответа на зачете:

Отлично (зачтено) Студентом дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса.

Хорошо (зачтено) Студентом дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе.

Удовлетворительно (зачтено) Студентом дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа.

Неудовлетворительно (незачтено) Студентом дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны, студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Балашов А. И., Рогова Е. М., Тихонова М. В., Ткаченко Е. А	Управление проектами: Учебник и практикум для вузов/	Москва : Юрайт,, 2022	https://urait.ru/bcode/489629
Л1.2	Зуб, Анатолий Тимофеевич	Управление проектами: Учебник и практикум для вузов	Москва : Юрайт,, 2021	https://urait.ru/book/upravlenie-proektami-489197
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Москвин, С. Н.	Управление проектами в сфере образования : учебное пособие для вузов:	М. : Издательство Юрайт // ЭБС , 2021	https://urait.ru/bcode/476428
Л2.2	Н. С. Гегедюш [и др.]	Проектное управление в органах власти : учебник и практикум для вузов:	М. : Издательство Юрайт // ЭБС, 2021	https://urait.ru/bcode/476653
Л2.3	Шкурко, В. Е.	Управление рисками проекта : учебное пособие для вузов	М. : Издательство Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/98B10AB3-0155-4551-8DA2-1E0AA6E566AC
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Курс в moodle «Проектный менеджмент»		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8528	
6.3. Перечень программного обеспечения				
<p>Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно); Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно); Chrome (http://www.chromium.org/chromium-os/licenses), (бессрочно); 7-Zip (http://www.7-zip.org/license.txt), (бессрочно); AcrobatReader (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно); ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно); LibreOffice (https://ru.libreoffice.org/), (бессрочно); Веб-браузер Chromium (https://www.chromium.org/Home/), (бессрочно); Антивирус Касперский (https://www.kaspersky.ru/), (до 23 июня 2024); Архиватор Ark (https://apps.kde.org/ark/), (бессрочно); Okular (https://okular.kde.org/ru/download/), (бессрочно); Редактор изображений Gimp (https://www.gimp.org/), (бессрочно)</p>				

6.4. Перечень информационных справочных систем

Информационная справочная система:

СПС Консультант Плюс (инсталлированный ресурс АлтГУ или <http://www.consultant.ru/>).

Профессиональные базы данных:

1. Электронная база данных «Scopus» (<http://www.scopus.com>);
2. Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (<http://elibrary.asu.ru/>);
3. Научная электронная библиотека elibrary (<http://elibrary.ru>)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
Помещение для самостоятельной работы	помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Курс "Проектный менеджмент", размещенный на портале "Цифровой университет АлтГУ" (<https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8528>) включает материалы, сгруппированные тематически по двум разделам: «Концептуальные основания проектного менеджмента» и «Содержание основных процессов проектного менеджмента». В ЭУМКД по дисциплине представлены лекционные материалы в формате видео, практические задания с инструкцией по их выполнению, глоссарий (содержит ряд понятий и терминов, знание которых пригодится в процессе выполнения практических заданий), учебные и интерактивные материалы, а также итоговый тест по дисциплине. Просмотр видеолекций, представленных в курсе, является необходимым условием успешного его освоения. Представленные практические задания и интерактивные элементы выполняются слушателями согласно инструкции самостоятельно и индивидуально. Курс имеет заданную траекторию обучения: последующие задания открываются по мере выполнения предыдущих.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Цифровая культура рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра культурологии и дизайна
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты:	1
аудиторные занятия	36		
самостоятельная работа	72		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		Итого	
	Неделя 16			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	20	20	20	20
Лабораторные	16	16	16	16
Сам. работа	72	72	72	72
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
кандидат искусствоведения, Доцент, О.А.Шелюгина

Рецензент(ы):
кандидат искусствоведения, Ю.В. Кирюшина

Рабочая программа дисциплины
Цифровая культура

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра культурологии и дизайна

Протокол от 23.05.2023 г. № 7
Срок действия программы: 20232024 уч. г.

Заведующий кафедрой
Нехвядович Лариса Ивановна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра культурологии и дизайна

Протокол от 23.05.2023 г. № 7
Заведующий кафедрой *Нехвядович Лариса Ивановна*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Целью дисциплины является формирование цифровой и информационной грамотности студентов, освоение ими знаний и умений рационального поиска, отбора, обработки и использования информации и цифровых инструментальных средств в учебной и профессиональной деятельности, а также формирование навыков саморазвития в контексте современной информатизации общества и принципов образования в течение всей жизни.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.02

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК-6.1	Знает закономерности становления и развития личности; механизмы, принципы и закономерности процессов самоорганизации, самообразования и саморазвития; теорию тайм-менеджмента
УК-6.2	Умеет определять свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и др.) для успешного выполнения порученной работы, ставить цели и устанавливать приоритеты собственного профессионально-карьерного развития с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы достижения; осуществлять самоанализ и рефлексии собственного жизненного и профессионального пути
УК-6.3	Владеет методиками саморегуляции эмоционально - психологических состояний в различных условиях деятельности, приемами самооценки уровня развития своих индивидуально-психологических особенностей; технологиями проектирования профессионально-карьерного развития; способами планирования, организации, самоконтроля и самооценки деятельности
УК-6.4	Применяет разнообразные способы, приемы техники самообразования и самовоспитания на основе принципов образования в течение всей жизни

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	Знает закономерности становления и развития личности; механизмы, принципы и закономерности процессов самоорганизации, самообразования и саморазвития; теорию тайм менеджмента
3.2.	Уметь:
3.2.1.	Умеет определять свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и др.) для успешного выполнения порученной работы, ставить цели и устанавливать приоритеты собственного профессионально-карьерного развития с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы достижения; осуществлять самоанализ и рефлексии собственного жизненного и профессионального пути.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	Владеет методиками саморегуляции эмоционально- психологических состояний в различных условиях деятельности, приемами самооценки уровня развития своих индивидуально психологических особенностей; технологиями проектирования профессионально-карьерного развития; способами планирования, организации, самоконтроля и самооценки деятельности. Применяет разнообразные способы, приемы техники самообразования и самовоспитания на основе принципов образования в течение всей жизни

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Цифровая этика и безопасность						
1.1.	Развитие информационно-коммуникационных технологий. Цифровая этика и этикет в интернет-коммуникациях	Лекции	1	2	УК-6.1	Л1.1, Л2.1
1.2.	Входное анкетирование	Сам. работа	1	2	УК-6.1	Л1.1, Л2.1
1.3.	Информационно-коммуникационные технологии в современном мире	Лабораторные	1	2	УК-6.1	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.4.	Аккаунты в социальных сетях как форма интернет-коммуникации	Сам. работа	1	4	УК-6.1	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.5.	Основы безопасности в цифровой среде. Правовые и этические нормы в интернет-коммуникации и цифровых проектах	Лекции	1	4	УК-6.1	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.6.	Тест по теме "Основы безопасности в цифровой среде"	Сам. работа	1	2	УК-6.1	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.7.	Основы деловой коммуникации в цифровой среде	Сам. работа	1	4	УК-6.1	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.8.	Тест по теме "Правовые и этические нормы в интернет-коммуникации и цифровых проектах"	Сам. работа	1	2	УК-6.1	Л1.1, Л2.1, Л2.2
Раздел 2. Саморазвитие в цифровой среде						
2.1.	Информационный поиск и курирование контента	Лекции	1	2	УК-6.2	Л1.1, Л2.1
2.2.	Тест по теме "Информационный поиск и курирование контента"	Сам. работа	1	2	УК-6.2	Л1.1, Л2.1
2.3.	Инструменты работы с текстовыми документами, электронными таблицами и изображениями	Лекции	1	2	УК-6.2	Л1.1, Л2.1
2.4.	Инструменты для работы с текстом, электронными	Лабораторные	1	4	УК-6.2	Л1.1, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	таблицами и изображениями					
2.5.	Основы презентации проектов	Лекции	1	2	УК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.6.	Инструменты разработки электронных слайдов	Лабораторные	1	2	УК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.7.	Создание электронной презентации	Сам. работа	1	10	УК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.8.	Основы использования онлайн-конструкторов сайтов	Лабораторные	1	2	УК-6.2	Л1.1, Л2.1
2.9.	Создание одностраничного сайта	Сам. работа	1	10	УК-6.2	Л1.1, Л2.1
2.10.	Персональные базы знаний и конспектирование	Лекции	1	2	УК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.11.	Разработка интеллект-карты	Сам. работа	1	6	УК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.12.	Образовательные ресурсы сети Интернет и траектория саморазвития	Лекции	1	2	УК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.13.	Подготовка к тестированию и тестирование по темам раздела	Сам. работа	1	4	УК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л2.2
Раздел 3. Самоорганизация и командная работа в цифровой среде						
3.1.	Основы тайм-менеджмента и управления задачами	Лекции	1	2	УК-6.2	Л1.1, Л2.1
3.2.	Инструменты командной работы	Лекции	1	2	УК-6.2	Л1.1, Л2.1
3.3.	Разработка командного проекта	Лабораторные	1	2	УК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л2.2
3.4.	Разработка цифрового проекта "Моя учебная группа"	Сам. работа	1	8	УК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л2.2
3.5.	Подготовка к тестированию и тестирование по темам раздела	Сам. работа	1	8	УК-6.2	Л1.1, Л2.1
3.6.	Итоговая работа по дисциплине	Сам. работа	1	10	УК-6.2, УК-6.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
3.7.	Итоговое тестирование	Лабораторные	1	4	УК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л2.2

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ» — <https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8477>.

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ УК-6:

Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

1. Какие механизмы лежат в основе процессов саморазвития личности?

- a) Только воздействие окружающей среды.
- b) Только внутренние усилия.
- c) Взаимодействие внутренних усилий и внешних воздействий.
- d) Только наследственные факторы.

Ответ: c) Взаимодействие внутренних усилий и внешних воздействий.

2. Какие принципы лежат в основе самообразования?

- a) Пассивное усвоение знаний от учителя.
- b) Активное взаимодействие с информацией, рефлексия и практическое применение знаний.
- c) Только запоминание информации наизусть.
- d) Случайный подход к обучению.

Ответ: b) Активное взаимодействие с информацией, рефлексия и практическое применение знаний.

3. Что такое теория тайм-менеджмента?

- a) Теория организации рабочего пространства.
- b) Теория управления временем и задачами.
- c) Теория управления финансами в организации.
- d) Теория мотивации сотрудников.

Ответ: b) Теория управления временем и задачами.

4. Какой из нижеперечисленных подходов наиболее соответствует теории тайм-менеджмента?

- a) Работа без определенного плана и контроля времени.
- b) Разделение задач на более мелкие подзадачи, установление приоритетов и эффективное использование времени.
- c) Отказ от выполнения задач, требующих много времени.
- d) Работа только в стрессовых ситуациях.

Ответ: b) Разделение задач на более мелкие подзадачи, установление приоритетов и эффективное использование времени.

5. Какие факторы влияют на формирование личности?

- a) Только генетическая предрасположенность.
- b) Только образование.
- c) Генетические, социальные, культурные и личные факторы.
- d) Только материальное положение.

Ответ: c) Генетические, социальные, культурные и личные факторы.

6. Какое влияние оказывают цифровые технологии на процессы самоорганизации?

- a) Не имеют влияния на процессы самоорганизации.
- b) Облегчают доступ к информации и инструментам, что способствует более эффективной самоорганизации.
- c) Полностью заменяют необходимость в самоорганизации.

Ответ: b) Облегчают доступ к информации и инструментам, что способствует более эффективной самоорганизации.

7. Как цифровая культура влияет на процессы самообразования?

- a) Делает процессы самообразования менее доступными.
- b) Не оказывает влияния на самообразование.
- c) Предоставляет больше возможностей для онлайн-обучения, самообучения через видеоматериалы и интерактивные курсы.

d) Устраняет необходимость в самообразовании.

Ответ: с) Предоставляет больше возможностей для онлайн-обучения, самообучения через видеоматериалы и интерактивные курсы.

8. К основным принципам эффективного _____ в условиях цифровой культуры относятся установление приоритетов и использование цифровых инструментов для планирования задач. Укажите пропущенное слово:

a) Тайм-менеджмента.

b) Обучения.

c) Самоанализа.

d) Информированности.

Ответ: a) Тайм-менеджмента.

9. Как цифровые технологии влияют на установление приоритетов и целей профессионального развития?

a) Не имеют отношения к процессу установления приоритетов и целей.

b) Создают новые задачи, мешая установлению приоритетов.

c) Облегчают доступ к информации, позволяя легче определить актуальные направления развития и установить приоритеты.

d) Препятствуют личностному и профессиональному развитию.

Ответ: c) Облегчают доступ к информации, позволяя легче определить актуальные направления развития и установить приоритеты.

10. Что такое рефлексия в процессе обучения?

a) Процесс осмысления и анализа собственного опыта и действий.

b) Периодический отдых во время учебы.

c) Запоминание информации без анализа.

d) Автоматическая оценка результатов обучения.

Ответ: a) Процесс осмысления и анализа собственного опыта и действий.

11. Какие вызовы привносит развитие цифровой культуры в работу с приоритетами?

a) Никаких вызовов, цифровая культура упрощает установку приоритетов.

b) Перегрузка информацией из-за постоянной доступности онлайн-ресурсов.

c) Процессы установки приоритетов не зависят от цифровой культуры.

d) Цифровая культура делает установку приоритетов ненужной, так как все задачи могут быть выполнены сразу.

Ответ: b) Перегрузка информацией из-за постоянной доступности онлайн-ресурсов.

12. Как цифровая культура влияет на возможности самообразования?

a) Ограничивает доступ к образовательным ресурсам.

b) Не имеет влияния на самообразование.

c) Расширяет доступ к разнообразным онлайн-курсам, видеолекциям, вебинарам и другим образовательным материалам.

d) Делает традиционные методы обучения более эффективными.

Ответ: c) Расширяет доступ к разнообразным онлайн-курсам, видеолекциям, вебинарам и другим образовательным материалам.

13. Каковы последствия самообразования на основе принципов образования в течение всей жизни?

a) Принципы образования в течение всей жизни ограничивают процесс самообразования.

b) Самообразование в течение всей жизни позволяет развиваться только в одной профессиональной области.

c) Самообразование в течение всей жизни обеспечивает постоянное обновление знаний, умений и навыков, что актуально в быстро меняющемся мире.

d) Самообразование в течение всей жизни приводит к излишней нагрузке на мозг и негативно влияет на здоровье.

Ответ: c) Самообразование в течение всей жизни обеспечивает постоянное обновление знаний, умений и навыков, что актуально в быстро меняющемся мире.

14. Процесс осознанного и намеренного самостоятельного обучения, позволяющий расширять знания и навыки вне формальных учебных заведений и способствующий личностному росту, — это:

a) Самообразование.

b) Самоанализ.

c) Информированность.

d) Тайм-менеджмент.

Ответ: а) Самообразование.

15. К каким последствиям приводит применение разнообразных способов и техник самообразования в контексте цифровой культуры?

а) Применение разнообразных способов самообразования не имеет отношения к цифровой культуре.

б) Это позволяет глубже и шире изучить различные темы, развивать креативность и критическое мышление.

с) Применение разнообразных способов самообразования усложняет процесс обучения.

Ответ: б) Это позволяет глубже и шире изучить различные темы, развивать креативность и критическое мышление.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:

Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

- «зачтено» — верно выполнено более 50% заданий;

- «не зачтено» — верно выполнено 50% и менее заданий.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

1. Процесс осознанного и намеренного самостоятельного обучения, позволяющий расширять знания и навыки вне формальных учебных заведений, — это:

Ответ: Самообразование ИЛИ Самообучение.

2. Укажите не менее двух направлений тайм-менеджмента, которые помогают эффективно управлять временем:

Ответ: Основные направления тайм-менеджмента включают планирование задач и установку приоритетов, использование методов учета времени, избегание прокрастинации.

3. Почему саморазвитие является непрерывным процессом в жизни человека?

Ответ: Саморазвитие непрерывно, так как человек постоянно сталкивается с новыми ситуациями, требующими адаптации и роста.

4. Какова роль целей и приоритетов в саморазвитии и самоорганизации?

Ответ: Цели и приоритеты помогают сосредоточиться на важных задачах, ориентироваться на желаемый результат и эффективно использовать свои ресурсы.

5. Как развитие цифровой культуры влияет на доступ к образовательным ресурсам?

Ответ: Развитие цифровой культуры расширяет доступ к образовательным ресурсам через онлайн-курсы, видеолекции, электронные книги и образовательные платформы.

6. Какие преимущества может предоставить использование цифровых инструментов для самообразования?

Ответ: Использование цифровых инструментов для самообразования позволяет обучаться гибко, в удобное время и в разнообразных форматах.

7. Какие вызовы приносит избыток информации в контексте самообразования?

Ответ: Избыток информации может затруднить выбор качественных источников, вносить путаницу, увеличивать риск получения недостоверной или ненадежной информации.

8. Как принципы образования в течение всей жизни могут помочь в успешном самообразовании?

Ответ: Принципы образования в течение всей жизни предоставляют непрерывную возможность обучения, адаптации к изменениям и обновлению знаний.

9. Почему важно определять свои ресурсы при планировании своего развития?

Ответ: Определение своих ресурсов при планировании развития позволяет рационально распоряжаться временем и навыками, достигать результатов с максимальной эффективностью.

10. Процесс осмысления и анализа собственного опыта и действий в процессе обучения — это:

Ответ: Рефлексия.

11. Чем помогает самоанализ в достижении личных и профессиональных целей?

Ответ: Самоанализ помогает осознать сильные и слабые стороны, определить области для роста, а также следить за прогрессом в достижении личных и профессиональных целей.

12. Как цифровая культура влияет на процессы установки приоритетов?

Ответ: Цифровая культура предоставляет доступ к разнообразной информации, это способствует более точному определению приоритетов и выбору важных задач.

13. Как перегрузка информацией влияет на работу с приоритетами?

Ответ: Перегрузка информацией из-за постоянной доступности онлайн-ресурсов препятствует точной расстановке приоритетов.

14. Какие шаги включает в себя процесс планирования профессионально-карьерного пути?

Ответ: Процесс планирования профессионально-карьерного пути включает определение целей, выбор направления развития, создание плана действий.

15. Какие процессы развития личности поддерживаются такими цифровыми инструментами, как сервисы для ведения дневников, анализа данных и оценки своих действий?

Ответ: Самоанализ и рефлексия

16. Почему важно осуществлять самооценку своей деятельности?

Ответ: Самооценка деятельности помогает оценить свои сильные стороны, области для улучшения и прогресс в профессиональном росте.

17. Какие преимущества приносит организация деятельности при планировании карьеры?

Ответ: Организация деятельности при планировании карьеры способствует более эффективному использованию времени, ресурсов и возможностей для достижения желаемых результатов.

18. Укажите ключевые принципы эффективного тайм-менеджмента в контексте развития цифровой культуры:

Ответ: установление приоритетов, использование цифровых инструментов для планирования задач.

19. Укажите специальный термин для теории управления временем и задачами:

Ответ: Тайм-менеджмент.

20. Укажите не менее двух принципов, которые лежат в основе самообразования.

Ответ: Активное взаимодействие с информацией, рефлексия ИЛИ самоанализ, практическое применение знаний.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ

«Зачтено» — ответ полный, терминологически правильный, нет существенных недостатков, студент хорошо владеет пройденным материалом, суждения правильны.

«Не зачтено» — ответ в сущности неверен, переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала или ответ не соответствует вопросу; ответ вовсе не дан.

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Не предусмотрено.

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра зачета.

Обучающиеся, выполнившие в срок задания текущего контроля и набравшие не менее 60 баллов, получают зачет автоматически.

Для обучающихся, не получивших зачет по результатам текущей успеваемости, организуется зачет в форме письменного опроса по всему изученному курсу.

Контрольно-измерительный материал для письменного опроса формируется из заданий открытого типа текущего контроля, размещенных в Контрольных вопросах и заданиях для проведения текущей

аттестации по дисциплины, а также заданий текущего контроля в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ». Количество заданий в письменном опросе для промежуточной аттестации - 5.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:

Каждое задание оценивается 1 баллом.

Оценивание КИМ в целом: «зачтено» – верно выполнено более 50% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 50% и менее 50% заданий.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Гендина Н.И., Косолапова Е.В., Рябцева Л.Н.	Информационная культура личности в 2 ч. Часть 1: учебное пособие для вузов	Юрайт, 2021	https://urait.ru/bcode/477568
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Чернова, Е.В.	Информационная безопасность человека: учебное пособие для вузов	Юрайт, 2021	https://urait.ru/bcode/476294
Л2.2	Федотов, М.А.	Информационное право: учебник для вузов	Юрайт, 2020	https://urait.ru/bcode/451031
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Электронный курс "Цифровая культура" на Едином образовательном портале АлтГУ. - URL: https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8477		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8477	
Э2	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - URL: https://elibrary.ru		https://elibrary.ru	
6.3. Перечень программного обеспечения				
Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно); Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно); Chrome (http://www.chromium.org/chromium-os/licenses), (бессрочно); 7-Zip (http://www.7-zip.org/license.txt), (бессрочно); AcrobatReader (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно); ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно); LibreOffice (https://ru.libreoffice.org/), (бессрочно); Веб-браузер Chromium (https://www.chromium.org/Home/), (бессрочно); Антивирус Касперский (https://www.kaspersky.ru/), (до 23 июня 2024); Архиватор Ark (https://apps.kde.org/ark/), (бессрочно); Okular (https://okular.kde.org/ru/download/), (бессрочно); Редактор изображений Gimp (https://www.gimp.org/), (бессрочно)				
6.4. Перечень информационных справочных систем				

Информационная справочная система
 СПС КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс АлтГУ или <http://www.consultant.ru/>).
 Профессиональные информационные базы:
 - электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (<http://elibrary.asu.ru/>)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
Помещение для самостоятельной работы	помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Данная учебная дисциплина реализуется в форме освоения электронного курса, включающего материалы лекций, задания для практических занятий и самостоятельной работы, а также дополнительные материалы и ссылки рекомендуемые ресурсы. Электронный курс осваивается последовательно. К следующему учебному элементу можно будет перейти после завершения работы с предыдущим. В процессе изучения курса большое внимание уделяется самостоятельной работе студентов. Качество самостоятельной работы во многом определяется эффективной организацией работы, которая может быть достаточно индивидуальной. Однако за основу можно взять общий модуль, который включает:

1. Изучение видеозаписи лекций, ознакомление с дополнительными материалами по теме лекции (как рекомендуемыми, так и найденными самостоятельно);
2. Формирование конкретных прикладных навыков и закрепление тем каждого раздела в форме практических занятий и самостоятельной работы. Практические занятия предполагают выполнение заданий по определенной инструкции, выполнение заданий для самостоятельной работы может потребовать самостоятельного поиска верного решения.
3. Степень освоения некоторых тем проверяется с помощью тестирования. Прохождение тестов в разделах курса не занимает много времени, но рекомендуется предварительно освежить содержание соответствующих тем с помощью материалов курса или самостоятельного информационного поиска.

Важной задачей освоения данной дисциплины следует считать изучение основ культуры учебного труда и отдыха, самоменеджмента, организации самовоспитания, самообразования, саморазвития в вузе. Последовательная, размеренная и систематическая работа над освоением дисциплины должна стать полезным учебным опытом, открывающим возможности эффективного обучения в течение всей жизни.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Цифровая культура в профессиональной деятельности

рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	6 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	216	Виды контроля по семестрам
в том числе:		экзамены: 2
аудиторные занятия	72	
самостоятельная работа	117	
контроль	27	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (2)		Итого	
	Неделя 18			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лабораторные	72	72	72	72
Сам. работа	117	117	117	117
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	216	216	216	216

Программу составил(и):
Преод., Боржиков Т.;Ельченинова О.А.

Рецензент(ы):
к.филол.н., Доцент, Лапина Н.В.

Рабочая программа дисциплины
Цифровая культура в профессиональной деятельности

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11
Срок действия программы: 2022-2023 уч. г.

Заведующий кафедрой
Ковалева Алла Владимировна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11
Заведующий кафедрой *Ковалева Алла Владимировна*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	формирование представлений о составляющих цифровой культуры, подготовка к эффективному применению в профессиональной деятельности информационных технологий коммуникации, поиска, сбора, обработки, интерпретации, анализа и хранения информации в цифровых средах, понимание рисков и угроз, связанных с использованием информационных и коммуникационных технологий.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.02

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
-------	---

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	сущность личности и индивидуальности, структуру личности и движущие силы ее развития.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	выстраивать индивидуальную образовательную траекторию развития; анализировать эффективность, планировать свою профессионально-образовательную деятельность; критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата; применять разнообразные способы, приемы техники самообразования и самовоспитания на основе принципов образования в течение всей жизни.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками эффективного целеполагания; приемами организации собственной познавательной деятельности; приемами саморегуляции, регуляции поведения в сложных, стрессовых ситуациях.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Введение в программирование на языке Python, знакомство со средами разработки Jupyter Notebook и GoogleColab						
1.1.	Установка фреймворка Anaconda. Настройка рабочего окружения. Знакомство со средой программирования Jupyter Notebook. Знакомство с облачной средой разработки Google Colab. Преимущества и особенности Python.	Лабораторные	2	4	ОПК-6	Л1.1


Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.2.	Установка фреймворка Anaconda. Настройка рабочего окружения. Знакомство со средой программирования Jupyter Notebook. Знакомство с облачной средой разработки Google Colab. Преимущества и особенности Python.	Сам. работа	2	6	ОПК-6	Л1.1
Раздел 2. Загрузка данных в рабочую среду. Визуализация данных и описательная статистика. Корреляционно-регрессионный анализ						
2.1.	Библиотека Pandas для обработки и анализа данных. Считывание больших данных чанками (порциями). Библиотека NumPy. Визуализация с помощью библиотек Matplotlib и Seaborn. Типы данных. Кросс-таблицы, группировка, сортировка и агрегирование данных. Корреляционный анализ. Линейная регрессия. Основы работы с библиотекой scikit-learn	Лабораторные	2	12	ОПК-6	
2.2.	Библиотека Pandas для обработки и анализа данных. Считывание больших данных чанками (порциями). Библиотека NumPy. Визуализация с помощью библиотек Matplotlib и Seaborn. Типы данных. Кросс-таблицы, группировка, сортировка и агрегирование данных. Корреляционный анализ. Линейная регрессия. Основы работы с библиотекой scikit-learn	Сам. работа	2	18	ОПК-6	
Раздел 3. Типовые задачи машинного обучения: кластеризация, классификация и регрессия						
3.1.	Избранные методы кластеризации данных (k-means, иерархическая и спектральная кластеризация, DBSCAN). Задачи обучения с учителем.	Лабораторные	2	12	ОПК-6	

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	Понятие переобучения. Деревья решений для задач классификации и регрессии. Методы, основанные на деревьях решений: Random Forest, XGBoost и CatBoost. Метрики качества обучения и валидация					
3.2.	Избранные методы кластеризации данных (k-means, иерархическая и спектральная кластеризация, DBSCAN). Задачи обучения с учителем. Понятие переобучения. Деревья решений для задач классификации и регрессии. Методы, основанные на деревьях решений: Random Forest, XGBoost и CatBoost. Метрики качества обучения и валидация	Сам. работа	2	18	ОПК-6	
Раздел 4. Введение в нейронные сети и глубокое обучение						
4.1.	Полносвязные нейронные сети. Фреймворк TensorFlow и инструментарий Keras для построения нейронных сетей. Контроль переобучения. Классификация и регрессия с помощью нейронных сетей	Лабораторные	2	8	ОПК-6	
4.2.	Полносвязные нейронные сети. Фреймворк TensorFlow и инструментарий Keras для построения нейронных сетей. Контроль переобучения. Классификация и регрессия с помощью нейронных сетей	Сам. работа	2	12	ОПК-6	
Раздел 5. Сверточные нейронные сети в задачах анализа изображений						
5.1.	Идеи, лежащие в основе сверточной нейронной сети, ее преимущество в сравнении с полносвязной нейронной сетью в задачах обработки изображений. Инструментарий Keras	Лабораторные	2	8	ОПК-6	

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	для построения сверточных нейронных сетей. Предобученные нейронные сети и перенос обучения. Примеры задач компьютерного зрения					
5.2.	Идеи, лежащие в основе сверточной нейронной сети, ее преимущество в сравнении с полносвязной нейронной сетью в задачах обработки изображений. Инструментарий Keras для построения сверточных нейронных сетей. Предобученные нейронные сети и перенос обучения. Примеры задач компьютерного зрения	Сам. работа	2	12	ОПК-6	
Раздел 6. Нейронные сети в задачах анализа текста. Конструирование чат-ботов						
6.1.	Особенности обработки естественных языков. Векторная модель текста и классификация длинных текстов. Базовые нейросетевые методы работы с текстами. Языковые модели и генерация текста. Прикладные задачи обработки текста. Конструирование чат-ботов	Лабораторные	2	8	ОПК-6	
6.2.	Особенности обработки естественных языков. Векторная модель текста и классификация длинных текстов. Базовые нейросетевые методы работы с текстами. Языковые модели и генерация текста. Прикладные задачи обработки текста. Конструирование чат-ботов	Сам. работа	2	12	ОПК-6	
Раздел 7. Сервисы, использующих технологии искусственного интеллекта						
7.1.	Обзор готовых сервисов, использующих технологии машинного обучения для решения прикладных задач	Лабораторные	2	6	ОПК-6	

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
7.2.	Обзор готовых сервисов, использующих технологии машинного обучения для решения прикладных задач	Сам. работа	2	8	ОПК-6	
Раздел 8. Технологии искусственного интеллекта в проектировании информационных ресурсов						
8.1.	Применение машинного обучения для аналитики трендов веб-дизайна. Генеративный дизайн	Лабораторные	2	8	ОПК-6	
8.2.	Применение машинного обучения для аналитики трендов веб-дизайна. Генеративный дизайн	Сам. работа	2	14	ОПК-6	
Раздел 9. Цифровая среда проектной работы дизайнера						
9.1.	Ключевые инструменты и принципы организации работы дизайнера в цифровой среде	Лабораторные	2	6	ОПК-6	
9.2.	Ключевые инструменты и принципы организации работы дизайнера в цифровой среде	Сам. работа	2	17	ОПК-6	

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
См. Приложение
5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)
См. Приложение
5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
См. Приложение
Приложения
Приложение 1.  ФОС ЦК в проф деятельности.docx

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература
6.1.1. Основная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Хахаев И. А.	Практикум по алгоритмизации и программированию на Python: курс	М.: Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2016//ЭБС «Университетская библиотека online»	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429256
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Электронный курс "Цифровая культура"		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=9188	
6.3. Перечень программного обеспечения				
Microsoft Windows Microsoft Office 7-Zip Acrobat Reader				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com) Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/) Научная электронная библиотека eLibrary (http://elibrary.ru)				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
415Д	специализированный компьютерный класс кафедры связей с общественностью и рекламы - компьютерный класс - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 16 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1шт.; системный блок: IntelCore 2 DuoE7400 -17 шт.; сервер: системный блок: AquariusIntelPentiumD; монитор: Acer V173 B -16 шт.; монитор: Acer V193W 1 шт.; телевизор Samsung
415Д	специализированный компьютерный класс кафедры связей с общественностью и рекламы - компьютерный класс - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 16 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1шт.; системный блок: IntelCore 2 DuoE7400 -17 шт.; сервер: системный блок: AquariusIntelPentiumD; монитор: Acer V173 B -16 шт.; монитор: Acer V193W 1 шт.; телевизор Samsung

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает практические занятия, а также самостоятельную работу. Изучение курса завершается экзаменом, в промежуточной аттестации курсовым проектом. Успешное изучение курса требует активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Практическое занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим

освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует:

руководствоваться графиком самостоятельной работы,

выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях

неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Экзамен. Подготовка к экзамену ведется на основе полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы.

При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеется один теоретический вопрос и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

Методические указания по написанию курсового проекта содержатся в отдельных методических рекомендациях по подготовке и защите курсовых работ (курсовых проектов) на факультете массовых коммуникаций, филологии и политологии (кафедра связей с общественностью и рекламы).

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	6 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	216	Виды контроля по семестрам
в том числе:		экзамены: 4
аудиторные занятия	72	курсовой проект: 4
самостоятельная работа	117	
контроль	27	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (4)		Итого	
	Неделя 18			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лабораторные	72	72	72	72
Сам. работа	117	117	117	117
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	216	216	216	216

Программу составил(и):

Старший преподаватель, Жеребненко А.В.; к. филол. н., Доцент, Милюкова А.Г.

Рецензент(ы):

к. социол. н., директор ИП «Василенко» (+ WEB – Актуальные интернет решения), Василенко И.А.

Рабочая программа дисциплины

Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11

Срок действия программы: 2022-2023 уч. г.

Заведующий кафедрой

д. социол. н., профессор Ковалева А.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11

Заведующий кафедрой *д. социол. н., профессор Ковалева А.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	постановка навыков проектирования и первичной проектной работы в запуске новых или модернизации имеющихся каналов коммуникации; приобретение умений управления коммуникациями на этапе внедрения проекта в сфере рекламы и связях с общественностью.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.02.ДВ.01

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
ПК-1	Способен создавать рекламные, PR или иные комму-никационные продукты для государственных и бизнес-структур с учетом специфики разных каналов коммуникации
ПК-3	Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии государственных и бизнес-структур для продвижения продукции СМИ
ПК-4	Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен


3.1.	Знать:
3.1.1.	определения и понятия медиапроектов и их контекста как объектов управления; различные подходы к классификации медиапроектов; процессы и инструменты управления различными функциональными областями медиапроекта; историю и тенденции развития подходов к управлению медиапроектами; методы, применяемые при управлении медиапроектами. технологии по созданию концепций медиапроектов и их реализации;
3.2.	Уметь:
3.2.1.	определять цели, задачи, предметную область, заинтересованные стороны и структуры медиапроекта; составлять организационно-технологическую модель медиапроекта; разрабатывать и проводить публичные презентации медиапроектов и проектов в сфере культуры; рассчитывать календарный план осуществления медиапроекта; качественно и количественно оценивать риски и возможности медиапроекта; взаимодействовать и управлять командой медиапроекта.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками внедрения бизнес-стратегии в практику медиапредприятия; навыками анализа и управления рисками в медиапроектной работе; навыками управления творческим персоналом в редакции СМИ; навыками руководства людьми с акцентом на оперативное управление; навыками управления медиапроектной работой; навыками презентации и защиты медиапроекта перед вышестоящими менеджерами;

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Основы управления медиапроектом. СМИ как медиапроект						
1.1.	Стандарты медиапроектного менеджмента	Лабораторные	4	2	ПК-3, ПК-4, ПК-1, УК-6, УК-3, УК-2	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.2.	Структура медиапроектной заявки	Лабораторные	4	4	ПК-3, ПК-4, ПК-1, УК-6, УК-3, УК-2	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.3.	Правила ведения коммуникаций в медиапроекте	Лабораторные	4	4	ПК-3, ПК-4, ПК-1, УК-6, УК-3, УК-2	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.4.	Структура медиапроекта	Лабораторные	4	4	ПК-3, ПК-4, ПК-1, УК-6, УК-3, УК-2	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.5.	Оценка эффективности медиапроекта	Лабораторные	4	4	ПК-3, ПК-4, ПК-1, УК-6, УК-3, УК-2	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.6.	СМИ как медиапроект	Лабораторные	4	4	ПК-3, ПК-4, ПК-1, УК-6, УК-3, УК-2	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.7.	Основы управления медиапроектом. СМИ как медиапроект	Сам. работа	4	10	ПК-3, ПК-4, ПК-1, УК-6, УК-3, УК-2	Л2.1, Л1.1, Л1.2
Раздел 2. Медиапродукт как медиапроект						
2.1.	Медиапродукт как медиапроект	Лабораторные	4	10	ПК-3, ПК-4, ПК-1, УК-6, УК-3, УК-2	Л2.1, Л1.1, Л1.2
2.2.	Медиапродукт как медиапроект	Сам. работа	4	10	ПК-3, ПК-4, ПК-1, УК-6, УК-3, УК-2	Л2.1, Л1.1, Л1.2
Раздел 3. Интернет-медиапроекты						
3.1.	Интернет-медиапроекты	Лабораторные	4	10	ПК-3, ПК-4, ПК-1, УК-6, УК-3, УК-2	Л2.1, Л1.1, Л1.2
3.2.	Интернет-медиапроекты	Сам. работа	4	20	ПК-3, ПК-4, ПК-1, УК-6, УК-3, УК-2	Л2.1, Л1.1, Л1.2
Раздел 4. Исследовательские медиапроекты						
4.1.	Исследовательские медиапроекты	Лабораторные	4	10	ПК-3, ПК-4, ПК-1, УК-6, УК-3, УК-2	Л2.1, Л1.1, Л1.2
4.2.	Исследовательские медиапроекты	Сам. работа	4	20	ПК-3, ПК-4, ПК-1, УК-6, УК-3, УК-2	Л2.1, Л1.1, Л1.2
Раздел 5. Творческие, игровые и развлекательные медиапроекты						

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
5.1.	Творческие, игровые и развлекательные медиапроекты	Лабораторные	4	10	ПК-3, ПК-4, ПК-1, УК-6, УК-3, УК-2	Л2.1, Л1.1, Л1.2
5.2.	Творческие, игровые и развлекательные медиапроекты	Сам. работа	4	20	ПК-3, ПК-4, ПК-1, УК-6, УК-3, УК-2	Л2.1, Л1.1, Л1.2
Раздел 6. Социальные медиапроекты						
6.1.	Социальные медиапроекты	Лабораторные	4	10	ПК-3, ПК-4, ПК-1, УК-6, УК-3, УК-2	Л2.1, Л1.1, Л1.2
6.2.	Социальные медиапроекты	Сам. работа	4	37	ПК-3, ПК-4, ПК-1, УК-6, УК-3, УК-2	Л2.1, Л1.1, Л1.2

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
См. Приложение
5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)
См. Приложение
5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
См. Приложение
Приложения
Приложение 1.  ФОС_Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью_2022_1-2.docx

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Немировская, М.Л.	Телевидение как среда для реализации продюсерских проектов: монография	М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015	www.biblioclub.ru/index.php?page=book&id=446499
Л1.2	В.М. Аньшин, А.В. Алешин, К.А. Багратиони ; под ред. В.М. Аньшина, О.М. Ильиной	Управление проектами: фундаментальный курс : учебник	М. : Высшая школа экономики, 2013	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227270

6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Ныркова Л.М.	Система СМИ региона: Учебное пособие	Барнаул, Изд-во Алт ун-та, 2013	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/857
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Силамедиа - Мультимедийный сторителлинг		http://sila.media/	
Э2	Курс "Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью"		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7305	
6.3. Перечень программного обеспечения				
MicrosoftOffice, MicrosoftWindows, 7-Zip AcrobatReader				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com) Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/) Научная электронная библиотека eLibrary (http://elibrary.ru)				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица
307Д	лаборатория проектирования интегрированных коммуникаций кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 19 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; телевизор: HD Samsung 22"; учебные пособия; плакаты; наглядные пособия; презентационные материалы
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное

Аудитория	Назначение	Оборудование
	консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	оборудование стационарное или переносное)
106Л	помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Стеллажи – 3 шт. осциллограф, паяльная станция, источник тока, переносные ноутбуки
320Л	медиатека, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает практические занятия, а также самостоятельную работу. Изучение курса завершается экзаменом, в промежуточной аттестации курсовым проектом. Успешное изучение курса требует активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Практическое занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует:

- руководствоваться графиком самостоятельной работы,
- выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы;
- при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем.

Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом

образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Экзамен. Подготовка к экзамену ведется на основе полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы. При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеется один теоретический вопрос и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

Методические указания по написанию курсового проекта содержатся в отдельных методических рекомендациях по подготовке и защите курсовых работ (курсовых проектов) на факультете массовых коммуникаций, филологии и политологии (кафедра связей с общественностью и рекламы).

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Алтайский государственный университет»

Разработка и запуск медиапроекта рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра теории и практики журналистики
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	6 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	216	Виды контроля по семестрам
в том числе:		экзамены: 4
аудиторные занятия	72	курсовой проект: 4
самостоятельная работа	117	
контроль	27	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (4)		Итого	
	Неделя 18			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лабораторные	72	72	72	72
Сам. работа	117	117	117	117
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	216	216	216	216

Программу составил(и):
к.ф.н., Доцент, Деминова М.А.

Рецензент(ы):
д.филос.н., Профессор, Фотиева И.В.

Рабочая программа дисциплины
Разработка и запуск медиапроекта

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра теории и практики журналистики

Протокол от 28.06.2022 г. № 7
Срок действия программы: 2022-2024 уч. г.

Заведующий кафедрой
Лукашевич Елена Васильевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра теории и практики журналистики

Протокол от 28.06.2022 г. № 7
Заведующий кафедрой *Лукашевич Елена Васильевна*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Курс строится по принципу практикума. Студенты параллельно с освоением теории, на первом этапе создают собственный медиапроект, осваивая необходимые начальные навыки и компетенции управления. Их задача: правильно оценив аудиторный запрос, возможности продвижения, кадровых и технологических ресурсов, пройти все этапы производства от идеи и постановки задачи, формирования редакции (команды) до этапа post-production, продвижения продукта. Если на первом этапе работа коллективная, предполагает получение общих знаний об этапах производства, то на втором этапе задача студентов - в индивидуальном порядке разработать собственный медиапроект. Итогом работы становится презентация проектов с соревновательным принципом.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.О.02.ДВ.01**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-1	Способен создавать рекламные, PR или иные комму-никационные продукты для государственных и бизнес-структур с учетом специфики разных каналов коммуникации
ПК-1.1	Знает: маркетинговые технологии и технологии бренд менеджмента; содержание методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта
ПК-1.2	Умеет: осуществлять выбор эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта и применять их с учетом специфики деятельности государственных и бизнес-структур
ПК-1.3	Владеет: навыками применения эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта (в том числе современных информационно-компьютерных и интернет-технологий, специализированных программных продуктов)
ПК-2	Способен осуществлять маркетинговые исследования в области СМИ
ПК-2.1	Знает: маркетинговые технологии; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации
ПК-2.2	Умеет: находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей; составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования
ПК-2.3	Владеет навыками: поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; анализа имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ; определения целевой аудитории по требителям продукции СМИ; контроля выполнения договора, приемки результатов маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ
ПК-3	Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии государственных и бизнес-структур для продвижения продукции СМИ
ПК-3.1	Знает: маркетинговые технологии и технологии бренд менеджмента; технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов; организацию системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж
ПК-3.2	Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение

ПК-3.3	Владеет: навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий; выбора маркетинговых технологий и инструментов для до несения до потребителя необходимой информации
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-2.1	Знает основные законодательные и нормативно-правовые документы, основные этические ограничения, принятые в обществе, основные понятия, методы выработки принятия и обоснования решений задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, методы выбора оптимального решения задач
УК-2.2	Формулирует перечень взаимосвязанных задач, обеспечивающих достижение поставленной цели, в том числе с использованием сервисных возможностей соответствующих информационных (справочных правовых) систем
УК-2.3	Определяет ожидаемые результаты решения задач и разрабатывает различные виды планов по реализации проектов учетом действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, осуществлять поиск оптимальных способов решения поставленных задач, с учетом действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;
УК-2.4	Проектирует решение задачи, выбирая оптимальный способ ее решения, оценивая вероятные риски и ограничения в выборе решения поставленных задач
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-3.1	Знает концепции, принципы и методы построения эффективной работы в команде с учетом правовых и этических принципов и норм социального взаимодействия, сущностные характеристики и типологию лидерства
УК-3.2	Участвует в обмене информацией, знаниями и опытом в интересах выполнения командной задачи, презентуя профессиональные задачи
УК-3.3	Владеет способами самодиагностики определения своего ролевого статуса в команде, приемами эффективного социального взаимодействия и способами их правовой и этической оценки, коммуникативными навыками
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК-6.1	Знает закономерности становления и развития личности; механизмы, принципы и закономерности процессов самоорганизации, самообразования и саморазвития; теорию тайм-менеджмента
УК-6.2	Умеет определять свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и др.) для успешного выполнения порученной работы, ставить цели и устанавливать приоритеты собственного профессионально-карьерного развития с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы достижения; осуществлять самоанализ и рефлексию собственного жизненного и профессионального пути
УК-6.3	Владеет методиками саморегуляции эмоционально - психологических состояний в различных условиях деятельности, приемами самооценки уровня развития своих индивидуально-психологических особенностей; технологиями проектирования профессионально-карьерного развития; способами планирования, организации, самоконтроля и самооценки деятельности
УК-6.4	Применяет разнообразные способы, приемы техники самообразования и самовоспитания на основе принципов образования в течение всей жизни

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	ПК-3.1. Знает: маркетинговые технологии и технологии брендменеджмента; технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и

	<p>конкурентов; организацию системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж;</p> <p>ПК-2.1. Знает: маркетинговые технологии; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации;</p> <p>ПК-1.1. Знает: маркетинговые технологии и технологии брендменеджмента; содержание методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта;</p> <p>УК-6.1. Знает закономерности становления и развития личности; механизмы, принципы и закономерности процессов самоорганизации, самообразования и саморазвития; теорию тайм-менеджмента;</p> <p>УК-3.1. Знает концепции, принципы и методы построения эффективной работы в команде с учетом правовых и этических принципов и норм социального взаимодействия, существенные характеристики и типологию лидерства;</p> <p>УК-2.1. Знает основные законодательные и нормативно-правовые документы, основные этические ограничения, принятые в обществе, основные понятия, методы выработки принятия и обоснования решений задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, методы выбора оптимального решения задач.</p>
3.2.	Уметь:
3.2.1.	<p>ПК-3.2. Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение;</p> <p>ПК-2.2. Умеет: находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей; составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования;</p> <p>ПК-1.2. Умеет: осуществлять выбор эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта и применять их с учетом специфики деятельности государственных и бизнес-структур;</p> <p>УК-6.2. Умеет определять свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и др.) для успешного выполнения порученной работы, ставить цели и устанавливать приоритеты собственного профессионально-карьерного развития с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы достижения; осуществлять самоанализ и рефлексию собственного жизненного и профессионального пути;</p> <p>УК-3.2. Участвует в обмене информацией, знаниями и опытом в интересах выполнения командной задачи, презентуя профессиональные задачи;</p> <p>УК-2.2. Формулирует перечень взаимосвязанных задач, обеспечивающих достижение поставленной цели, в том числе с использованием сервисных возможностей соответствующих информационных (справочных правовых) систем.</p>
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	<p>ПК-3.3. Владеет: навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий; выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации.</p> <p>ПК 2.3. Владеет навыками: поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; анализа имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ; определения целевой аудитории потребителей продукции СМИ; контроля выполнения договора, приемки результатов маркетингового исследования. социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ.</p> <p>ПК-1.3. Владеет: навыками применения эффективных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта (в том числе современных информационно-компьютерных и интернет-технологий, специализированных программных продуктов).</p>

<p>УК-6.3. Владеет методиками саморегуляции эмоционально - психологических состояний в различных условиях деятельности, приемами самооценки уровня развития своих индивидуально-психологических особенностей; технологиями проектирования профессионально-карьерного развития; способами планирования, организации, самоконтроля и самооценки деятельности;</p> <p>УК-6.4. Применяет разнообразные способы, приемы техники самообразования и самовоспитания на основе принципов образования в течение всей жизни</p> <p>УК-3.3. Владеет способами самодиагностики определения своего ролевого статуса в команде, приемами эффективного социального взаимодействия и способами их правовой и этической оценки, коммуникативными навыками.</p> <p>УК-2.3. Определяет ожидаемые результаты решения задач и разрабатывает различные виды планов по реализации проектов учетом действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, осуществлять поиск оптимальных способов решения поставленных задач, с учетом действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;</p> <p>УК-2.4. Проектирует решение задачи, выбирая оптимальный способ ее решения, оценивая вероятные риски и ограничения в выборе решения поставленных задач.</p>
--

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Разработка медиапроекта: этап препродакшн						
1.1.	Производственные алгоритмы в работе над медиапроектами	Лабораторные	4	4	УК-6.1, УК-6.2, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л1.6, Л1.7
1.2.	Связка «тема-идея-аудитория-монетизация».	Лабораторные	4	4	УК-6.1, УК-6.2, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л1.6, Л1.7
1.3.	Структурные элементы и требования к сценариям.	Лабораторные	4	6	УК-6.1, УК-6.2, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л1.6, Л1.7
1.4.	Написать синопсис медиапроекта.	Сам. работа	4	12	УК-6.1, УК-6.2, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л1.6, Л1.7
1.5.	Основные принципы работы над сценарными заявками на медиапроект.	Лабораторные	4	6	УК-6.1, УК-6.2, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л1.6, Л1.7
1.6.	Работа с идеей и драматургией в больших форматах: создать сценарную заявку на медиапроект.	Сам. работа	4	24	УК-6.1, УК-6.2, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л1.6, Л1.7
Раздел 2. Разработка медиапроекта: этап продакшн (производство)						

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.1.	Формат медиапроекта и выбор производственной базы.	Лабораторные	4	4	УК-6.1, УК-6.2, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л1.6, Л1.7
2.2.	Специфика мультимедийных и аудиовизуальных форматов.	Лабораторные	4	8	УК-6.1, УК-6.2, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л1.6, Л1.7
2.3.	Технологии и инструменты производства мультимедийных форматов.	Лабораторные	4	8	УК-6.1, УК-6.2, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л1.6, Л1.7
2.4.	Технологии и инструменты производства аудиовизуальных форматов.	Лабораторные	4	8	УК-6.1, УК-6.2, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л1.6, Л1.7
2.5.	Работа в студии.	Лабораторные	4	8	УК-6.1, УК-6.2, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л1.6, Л1.7
2.6.	Проведение этапа продакшн собственного медиапроекта.	Сам. работа	4	48	УК-6.1, УК-6.2, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л1.6, Л1.7
Раздел 3. Запуск медиапроекта: этап постпродакшн						
3.1.	Постпродакшн в мультимедийном производстве.	Лабораторные	4	8	УК-6.1, УК-6.2, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л1.6, Л1.7
3.2.	Постпродакшн в аудиовизуальном производстве.	Лабораторные	4	8	УК-6.1, УК-6.2, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л1.6, Л1.7
3.3.	Проведение этапа постпродакшн собственного медиапроекта.	Сам. работа	4	33	УК-6.1, УК-6.2, УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л1.6, Л1.7

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ УК-3

Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Какое из определений является неверным?

- а. Команда – группа единомышленников, решающих общую задачу и обладающих взаимодополняющими навыками и качествами. Для достижения стоящей перед ними цели члены команды вместе формулируют задачи и стратегию работы, за которую они несут взаимную ответственность.
- б. Команда – это автономный самоуправляемый коллектив профессионалов, способный оперативно, эффективно и качественно решать поставленные перед ним задачи.
- в. Команда – это группа людей, которые выполняют определенную работу за денежное вознаграждение.

ОТВЕТ: в

Вопрос 2. Выберите два верных определения лидерства:

- а. Лидерство – это умение так организовать взаимодействие с людьми, чтобы каждый из них искренне захотел достичь поставленной лидером цели.
- б. Лидерство – это стиль руководства, который характеризуется централизацией руководителем управленческих функций и систематическим контролем за качественным выполнением их деятельности.
- в. Лидерство – это процесс социального влияния, благодаря которому лидер получает поддержку со стороны других членов сообщества для достижения цели.

ОТВЕТ: ав

Вопрос 3. Какое из определений типа лидерства является неверным?

- а. Авторитарное (деспотичное) – лидер раздает четкие поручения и единолично принимает решения.
- б. Народное (демократичное): лидер поддерживает коллаборации, а решения принимает вся группа.
- в. Эталонное – лидер не включен в процесс, а у группы полная свобода действий.

ОТВЕТ: в

Вопрос 4. Какова оптимальная численность сотрудников в команде согласно «Закону парадокса и кооперации»?

- а. не более 12-15 человек.
- б. определяется сложностью и количеством бизнес-процессов.
- в. 20-25 человек.
- г. определяет руководитель исходя из своего видения и целей.

ОТВЕТ: а

Вопрос 5. Выберите 3 основные характеристики эффективной команды.

- а. Имеют лидера, являющегося ядром команды, отличаются высоким качеством конечных результатов своей деятельности, члены команды хорошо сотрудничают и взаимодействуют друг с другом.
- б. Члены команды высокопрофессиональны, обладают богатым опытом, они экстраверты и нацелены на карьерный рост в организации.
- в. Состав команды хорошо сбалансирован в зависимости от ролей, выполняемых членами команды, менеджеры команды пользуются большим уважением благодаря примеру, который они подают членам команды, имеют высокую степень автономности.
- г. Способны быстро учиться на собственных ошибках, хорошо ориентированы на клиента, потребителя, имеют навыки оптимального решения проблем и регулярно следят за их разрешением, участники высокоэффективных команд хорошо мотивированы на результат.

ОТВЕТ: абв

Вопрос 6. Выберите две основные задачи лидера в команде:

- а. Создает особые способы взаимодействия между подчиненными, правила коммуникации, благодаря этому организует эффективную работу и поддерживает собственный статус.
- б. Создает идею, подбирает сотрудников, расписывает им функциональные обязанности, организывает оценку и контроль, презентует окончательный вариант проекта заказчику.
- в. Влияет на людей силой своего убеждения, а не силой статуса, предлагает высокие цели, ведет участников команды за собой.

ОТВЕТ: ав

...

Вопрос 15. «Синергия» – это

- а. суммирующий эффект взаимодействия двух или более факторов, характеризующийся тем, что их действие существенно превосходит эффект каждого отдельного.
- б. выявление самого эффективного средства взаимодействия между людьми.
- в. совместное действие двух или нескольких органов.

ОТВЕТ: а

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

- «зачтено» – верно выполнено более 50% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 50% и менее 50% заданий;
- «отлично» – верно выполнено 85-100% заданий; «хорошо» – верно выполнено 70-84% заданий; «удовлетворительно» – верно выполнено 51-69% заданий; «неудовлетворительно» – верно выполнено 50% или менее 50% заданий.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

1. Назовите 3 основных стиля руководства коллективом?

Ответ: авторитарный (директивный), демократический (разрешительный) и либеральный (попустительский).

2. Какой стиль руководства коллективом считается самым успешным и почему?

Ответ: Демократический тип. Руководитель дает высказывать идеи подчиненным, прислушивается к их мнению. Люди максимально реализуют свой потенциал, при этом командное взаимодействие на высоком уровне.

3. Лидерство – это

Ответ: Положение определенной личности в группе или в обществе в целом, которое характеризуется способностью занимающего его лица оказывать влияние на других людей, направляя их усилия на достижение определенных целей.

4. Какова оптимальная численность сотрудников в команде согласно «Закону парадокса и кооперации»?

Ответ: не более 12-15 человек.

5. Общая структура стратегического управления включает в себя следующие этапы:

Ответ: 1) анализ среды, 2) определение миссии и целей, 3) выбор стратегии, 4) реализацию стратегии, 5) осуществление контроля.

6. Основное назначение стратегического планирования:

Ответ: Стратегическое планирование – это процесс определения направления развития компании, который обычно выполняют ее руководители. Он включает в себя установление приоритетов и принятие решений о том, как будут распределяться ресурсы, в целях поддержки выработанной концепции.

7. Какие факторы внешней среды оказывают прямое воздействие на организацию?

Ответ: поставщики, потребители, конкуренты, профсоюзы, законы и государственные органы

8. Целью саморазвития личности является: «...умение определять, что конкретно хочется получить, настойчивость в достижении намеченного, доведение дела до конца...». О какой универсальной компетенции идет речь?

Ответ: умение реализовывать замыслы

9. _____ – это изменения, которые происходят во внутреннем мире человека и выражаются в конструктивном овладении средой, социально полезном развитии и сотрудничестве с людьми». Вставьте пропущенное слово

Ответ: личностный рост ИЛИ личностно-профессиональное развитие менеджера как эффективного руководителя.

10. Охарактеризуйте демократический стиль руководства

Ответ: руководитель обычно советуется с подчиненными, используя их компетентность по специальным вопросам; стиль предполагает применение коллегиального метода принятия решений и характеризуется не навязыванием собственной воли руководителем подчиненным.

...

20. Бизнес-аналитик в команде и технический лидер не могут найти общий язык и постоянно конфликтуют, обвиняя друг друга в некомпетентности. Аргументы для подтверждения своей точки зрения есть у обоих, личной неприязни до этого проекта не было замечено. Что можно сделать, чтобы уменьшить вероятность такой ситуации?
 Ответ: Можно провести структурные изменения (поменять структуру команды) ИЛИ Можно более четко разграничить и прописать конкретные функции каждого исполнителя.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ.
 «Отлично» (зачтено): Ответ полный, развернутый. Вопрос точно и исчерпывающе передан, терминология сохранена, студент превосходно владеет основной и дополнительной литературой, ошибок нет.
 «Хорошо» (зачтено): Ответ полный, хотя краток, терминологически правильный, нет существенных недочетов. Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.
 «Удовлетворительно» (зачтено): Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.
 «Неудовлетворительно» (не зачтено): Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен. Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.


5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

не предусмотрено

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Примерные вопросы к итоговой форме контроля
 Контрольные вопросы:
 1. Определение медиапродукта, характеристика
 2. Типы и формы медиапродуктов
 3. Человек и медиа: субъект или объект
 4. Замысел и идея в создании медиапродукта
 5. Сценарий, составные части сценария - план
 6. Технические программы и формы исполнения медиапродукта
 7. Газета как медиапродукт, создание макета, основные элементы
 8. Фото и видео в медиапродукте: правила заимствования
 9. Интерактивность в медиапроектах: способы достижения
 10. Правила использования Интернет в размещении медиапродукта
 11. Основное законодательство, регулирующее деятельность медиа
 12. Авторское право в медиаиндустрии
 13. Маркетинг в медиаиндустрии
 14. Продюсирование в медиаиндустрии
 15. Основные подходы формирования идеи замысла медиапродукта
 16. СМИ, Литература и медиа: правила заимствования

Приложения

Приложение 1.  [ФОС Разработка и запуск медиапроекта .doc](#)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес

Л1.1	Аньшин, В.М.	Управление проектами: фундаментальный курс: учебник	Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2013	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227270
Л1.2	Пименов, В. И.	Видеомонтаж. Практикум: учебное пособие для академического бакалавриата	Юрайт, 2019	https://www.biblio-online.ru/bcode/437912
Л1.3	Волынец, М.М.	Профессия: оператор:	Аспект Пресс, 2018	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496032
Л1.4	под ред. М.А. Бережной	Телевизионный журналист: основы творческой деятельности:	Аспект Пресс, 2017	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=458390
Л1.5	Познин, В. Ф.	Техника и технология сми. Радио- и тележурналистика: учебник и практикум для академического бакалавриата	Издательство Юрайт, 2019	https://biblio-online.ru/bcode/433815
Л1.6	ред. А. Бриггз, П. Кобли ; пер. Ю.В. Никуличев.	Медиа: введение:	Юнити, 2015	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784
Л1.7	А.Г. Качкаева, С.А. Шомова, А.А. Мирошниченко, Е.Г. Лапина-Кратасюк; под общ. ред. А.Г. Качкаевой, С.А. Шомовой	Мультимедийная журналистика: учебник для вузов :	, 2017	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471761

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Лебедева, Т.В.	Жанры радиожурналистики:	Аспект Пресс, 2012	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104056
Л2.2	Познин В.	Основы монтажа изображения: учеб. пособие	СПбГУ,	
Л2.3	Амзин А. и др.	Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016 :	Гуманитарный университет, 2016	http://newmedia2016.digital-books.ru/wp-content/uploads/2016/06/New-Media-2016.pdf

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

	Название	Эл. адрес
Э1	Электронная библиотека публикаций СМИ	http://www.public.ru
Э2	Научное издание «Меди@льманах»	http://www.journ.msu.ru/science/pub/media-almanac

Э3	Polpred.com: Обзор СМИ.	Polpred.com/news
Э4	Журналистика и конвергенция	http://www.newsman.tsu.ru/wp-content/uploads/2014/02/Журналистика-и-конвергенция.pdf
Э5	Мудп	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7564

6.3. Перечень программного обеспечения

Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно);
 Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно);
 Chrome (<http://www.chromium.org/chromium-os/licenses>), (бессрочно);
 7-Zip (<http://www.7-zip.org/license.txt>), (бессрочно);
 AcrobatReader
 (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно);
 ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (<https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/>), (бессрочно);
 LibreOffice (<https://ru.libreoffice.org/>), (бессрочно);
 Веб-браузер Chromium (<https://www.chromium.org/Home/>), (бессрочно);
 Антивирус Касперский (<https://www.kaspersky.ru/>), (до 23 июня 2024);
 Архиватор Ark (<https://apps.kde.org/ark/>), (бессрочно);
 Okular (<https://okular.kde.org/ru/download/>), (бессрочно);
 Редактор изображений Gimp (<https://www.gimp.org/>), (бессрочно)

6.4. Перечень информационных справочных систем

Информационная справочная система:
 СПС КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс АлтГУ или <http://www.consultant.ru/>).
 Профессиональные базы данных:
 1. Электронная база данных «Scopus» (<http://www.scopus.com/>);
 2. Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (<http://elibrary.asu.ru/>);
 3. Научная электронная библиотека elibrary (<http://elibrary.ru>)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)
Учебная аудитория	для проведения занятий всех видов (дисциплинарной, междисциплинарной и модульной подготовки), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проекта (работы), проведения практики	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)
Помещение для самостоятельной работы	помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ

Аудитория	Назначение	Оборудование
Помещение для самостоятельной работы	помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Практические занятия направлены на экспериментальное подтверждение изученной теории, развитие умений решать производственные задачи опытным путем. В ходе занятия студенты индивидуально или в группе самостоятельно выполняют практические задания, обмениваются опытом, развивают умения наблюдать, сопоставлять, анализировать, делать выводы. Подготовка к лабораторному занятию предполагает самостоятельную работу в соответствии с выданным заданием. В том числе у обучающихся формируются профессиональные умения и навыки обращения с различными техническими средствами. На практическом занятии студент может получить консультацию преподавателя и отработать навык создания медиапродукта.

Самостоятельная работа. В целом, рекомендации те же, что и к выполнению практических заданий, с учетом того, что данный вид работ требует существенно больше времени. Самостоятельная работа требует ответственного подхода и тщательного планирования.

Итогом курса является курсовой проект, который студент представляет на экзамене. Экзамен состоит из теоритического вопроса и презентации собственного проекта. Подготовка к экзамену ведется на основе изучения полученного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Управление медиапроектами рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	6 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	216	Виды контроля по семестрам
в том числе:		экзамены: 4
аудиторные занятия	72	курсовой проект: 4
самостоятельная работа	117	
контроль	27	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (4)		Итого	
	Неделя 18			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лабораторные	72	72	72	72
Сам. работа	117	117	117	117
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	216	216	216	216

Программу составил(и):
Старший преподаватель, Жеребненко Анна Вячеславовна

Рецензент(ы):
к.социол.н., директор ИП «Василенко (+WEB. Актуальные интернет решения)», Василенко И.А.

Рабочая программа дисциплины
Управление медиапроектами

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11
Срок действия программы: 2022-2023 уч. г.

Заведующий кафедрой
д.социол.н., профессор Ковалева А.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11
Заведующий кафедрой *д.социол.н., профессор Ковалева А.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	постановка навыков проектирования и первичной проектной работы в запуске новых или модернизации имеющихся каналов коммуникации; приобретение умений управления коммуникациями на этапе внедрения медиапроекта.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.02.ДВ.01

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
ПК-1	Способен создавать рекламные, PR или иные комму-никационные продукты для государственных и бизнес-структур с учетом специфики разных каналов коммуникации
ПК-3	Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии государственных и бизнес-структур для продвижения продукции СМИ
ПК-4	Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен


3.1.	Знать:
3.1.1.	определения и понятия медиапроектов и их контекста как объектов управления; различные подходы к классификации медиапроектов; процессы и инструменты управления различными функциональными областями медиапроекта; историю и тенденции развития подходов к управлению медиапроектами; методы, применяемые при управлении медиапроектами. технологии по созданию концепций медиапроектов и их реализации;
3.2.	Уметь:
3.2.1.	определять цели, задачи, предметную область, заинтересованные стороны и структуры медиапроекта; составлять организационно-технологическую модель медиапроекта; разрабатывать и проводить публичные презентации медиапроектов и проектов в сфере культуры; рассчитывать календарный план осуществления медиапроекта; качественно и количественно оценивать риски и возможности медиапроекта; взаимодействовать и управлять командой медиапроекта.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками внедрения бизнес-стратегии в практику медиапредприятия; навыками анализа и управления рисками в медиапроектной работе; навыками управления творческим персоналом в редакции СМИ; навыками руководства людьми с акцентом на оперативное управление; навыками управления медиапроектной работой; навыками презентации и защиты медиапроекта перед вышестоящими менеджерами;

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Основы управления медиапроектом. СМИ как медиапроект						
1.1.	Стандарты медиапроектного менеджмента	Лабораторные	4	2	ПК-3, ПК-4, ПК-1, УК-6, УК-3, УК-2	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.2.	Структура медиапроектной заявки	Лабораторные	4	2	ПК-3, ПК-4, ПК-1, УК-6, УК-3, УК-2	Л2.1
1.3.	Правила ведения коммуникаций в медиапроекте	Лабораторные	4	2	ПК-3, ПК-4, ПК-1, УК-6, УК-3, УК-2	Л2.1
1.4.	Структура медиапроекта	Лабораторные	4	2	ПК-3, ПК-4, ПК-1, УК-6, УК-3, УК-2	Л2.1
1.5.	Оценка эффективности медиапроекта	Лабораторные	4	2	ПК-3, ПК-4, ПК-1, УК-6, УК-3, УК-2	
1.6.	СМИ как медиапроект	Лабораторные	4	32	ПК-3, ПК-4, ПК-1, УК-6, УК-3, УК-2	Л2.1
1.7.	Основы управления медиапроектом. СМИ как медиапроект	Сам. работа	4	30	ПК-3, ПК-4, ПК-1, УК-6, УК-3, УК-2	Л2.1, Л1.1, Л1.2
Раздел 2. Медиапродукт как медиапроект						
2.1.	Медиапродукт как медиапроект	Лабораторные	4	8	ПК-3, ПК-4, ПК-1, УК-6, УК-3, УК-2	Л2.1, Л1.2
2.2.	Медиапродукт как медиапроект	Сам. работа	4	30	ПК-3, ПК-4, ПК-1, УК-6, УК-3, УК-2	Л2.1, Л1.2
Раздел 3. Интернет-медиапроекты						
3.1.	Интернет-медиапроекты	Лабораторные	4	8	ПК-3, ПК-4, ПК-1, УК-6, УК-3, УК-2	Л2.1, Л1.1
3.2.	Интернет-медиапроекты	Сам. работа	4	2	ПК-3, ПК-4, ПК-1, УК-6, УК-3, УК-2	Л2.1, Л1.1, Л1.2
Раздел 4. Исследовательские медиапроекты						
4.1.	Исследовательские медиапроекты	Лабораторные	4	6	ПК-3, ПК-4, ПК-1, УК-6, УК-3, УК-2	Л2.1, Л1.1, Л1.2
4.2.	Исследовательские медиапроекты	Сам. работа	4	5	ПК-3, ПК-4, ПК-1, УК-6, УК-3, УК-2	Л2.1, Л1.1, Л1.2
Раздел 5. Творческие, игровые и развлекательные медиапроекты						

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
5.1.	Творческие, игровые и развлекательные медиапроекты	Лабораторные	4	4	ПК-3, ПК-4, ПК-1, УК-6, УК-3, УК-2	Л2.1, Л1.1, Л1.2
5.2.	Творческие, игровые и развлекательные медиапроекты	Сам. работа	4	10	ПК-3, ПК-4, ПК-1, УК-6, УК-3, УК-2	Л2.1, Л1.1, Л1.2
Раздел 6. Социальные медиапроекты						
6.1.	Социальные медиапроекты	Лабораторные	4	4	ПК-3, ПК-4, ПК-1, УК-6, УК-3, УК-2	Л2.1, Л1.1, Л1.2
6.2.	Социальные медиапроекты	Сам. работа	4	40	ПК-3, ПК-4, ПК-1, УК-6, УК-3, УК-2	Л2.1, Л1.1, Л1.2

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
См. Приложение
5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)
См. Приложение
5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
См. Приложение
Приложения
Приложение 1.  ФОС_Управление медиапроектами_РиСО_2022.docx

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Немировская, М.Л.	Телевидение как среда для реализации продюсерских проектов: монография	М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015	www.biblioclub.ru/index.php?page=book&id=446499
Л1.2	В.М. Аньшин, А.В. Алешин, К.А. Багратиони ; под ред. В.М. Аньшина, О.М. Ильиной	Управление проектами: фундаментальный курс : учебник	М. : Высшая школа экономики, 2013	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227270
6.1.2. Дополнительная литература				

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Ныркова Л.М.	Система СМИ региона: Учебное пособие	Барнаул, Изд-во Алт ун-та, 2013	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/857
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Силамедиа - Мультимедийный сторителлинг		http://sila.media/	
Э2	Электронный курс "Управление медиапроектами"		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7108	
6.3. Перечень программного обеспечения				
MicrosoftOffice, MicrosoftWindows, 7-Zip AcrobatReader				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com) Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/) Научная электронная библиотека elibrary (http://elibrary.ru)				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица
307Д	лаборатория проектирования интегрированных коммуникаций кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 19 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; телевизор: HD Samsung 22"; учебные пособия; плакаты; наглядные пособия; презентационные материалы
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)

Аудитория	Назначение	Оборудование
	проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	
106Л	помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Стеллажи – 3 шт. осциллограф, паяльная станция, источник тока, переносные ноутбуки
320Л	медiateка, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает практические занятия, а также самостоятельную работу. Изучение курса завершается экзаменом, в промежуточной аттестации курсовым проектом. Успешное изучение курса требует активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Практическое занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и

представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует:

руководствоваться графиком самостоятельной работы,

выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях

неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения

актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Экзамен. Подготовка к экзамену ведется на основе полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы. При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеется один теоретический вопрос и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

Методические указания по написанию курсового проекта содержатся в отдельных методических рекомендациях по подготовке и защите курсовых работ (курсовых проектов) на кафедре медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Безопасность жизнедеятельности рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра техносферной безопасности и аналитической химии
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты:	1
аудиторные занятия	36		
самостоятельная работа	72		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		Итого	
	Неделя	16		
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	18	18	18	18
Практические	18	18	18	18
Сам. работа	72	72	72	72
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
кандидат хим. наук, Доцент, Харнутова Елена Павловна

Рецензент(ы):
кандидат биолог. наук, Доцент, Яценко Е.С.

Рабочая программа дисциплины
Безопасность жизнедеятельности

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра техносферной безопасности и аналитической химии

Протокол от 29.06.2023 г. № 9
Срок действия программы: 2023-2024 уч. г.

Заведующий кафедрой
Темерев Сергей Васильевич

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра техносферной безопасности и аналитической химии

Протокол от 29.06.2023 г. № 9
Заведующий кафедрой *Темерев Сергей Васильевич*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	- способствовать развитию профессиональной компетенции студентов посредством формирования мышления безопасного типа и здоровьесберегающего поведения; - подготовки студентов к упреждающим комплексным действиям по защите жизни и здоровья от опасностей природного, техногенного и социального характера.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.03

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
УК-8.1	Знает терминологию, предмет безопасности жизнедеятельности личности, общества и государства, источники, причины их возникновения, детерминизм опасностей; методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций; сущность и содержание чрезвычайных ситуаций, их классификацию, поражающие факторы чрезвычайных ситуаций; основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий и способы применения современных средств поражения, основные меры по ликвидации их последствий; технику безопасности и правила пожарной безопасности
УК-8.2	Способен разрабатывать алгоритм безопасного поведения при опасных ситуациях природного, техногенного и пр. характера; использовать приемы первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций
УК-8.3	Имеет опыт использования основных средств индивидуальной и коллективной защиты для сохранения жизни и здоровья граждан; планирования обеспечения безопасности в конкретных техногенных авариях и чрезвычайных ситуациях; оказания первой помощи пострадавшим в условиях опасных и чрезвычайных ситуаций

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	терминологию, предмет безопасности жизнедеятельности личности, общества и государства, источники, причины их возникновения, детерминизм опасностей; методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций; сущность и содержание чрезвычайных ситуаций, их классификацию, поражающие факторы чрезвычайных ситуаций; основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий и способы применения современных средств поражения, основные меры по ликвидации их последствий; технику безопасности и правила пожарной безопасности.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	разрабатывать алгоритм безопасного поведения при опасных ситуациях природного, техногенного и пр. характера; использовать приемы первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	опытом использования основных средств индивидуальной и коллективной защиты для сохранения жизни и здоровья граждан; планирования обеспечения безопасности в конкретных техногенных авариях и чрезвычайных ситуациях; оказания первой помощи пострадавшим в условиях опасных и чрезвычайных ситуаций.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Теоретические основы безопасности жизнедеятельности						
1.1.	Безопасность жизнедеятельности как наука. Понятийный аппарат, предмет, задачи, методы. История развития БЖД	Лекции	1	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.2.	Опасности и чрезвычайные ситуации. Анализ риска и управление рисками обитания»	Сам. работа	1	10	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.3.	Основные положения и принципы обеспечения безопасности. Понятийный аппарат, предмет, задачи, методы.	Практические	1	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.4.	Внеаудиторная самостоятельную работа: изучение дополнительной литературы и выполнение контрольного теста по разделу.	Сам. работа	1	6	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
Раздел 2. Негативные факторы техносферы и их воздействие на человека						
2.1.	Взаимодействие в системе: «Человек - среда обитания». Негативные факторы техносферы и их воздействие на человека. Классификация опасных и вредных факторов. Воздействие негативных факторов на человека и защита от них.	Лекции	1	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
2.2.	Безопасность труда. Физиология труда.	Практические	1	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
2.3.	Чрезвычайные ситуации биолого-социального характера	Лекции	1	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
2.4.	Внеаудиторная самостоятельную работа: изучение дополнительной литературы и выполнение контрольного теста по разделу.	Сам. работа	1	10	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 3. Классификация чрезвычайных ситуаций и причины их возникновения						
3.1.	Классификация ЧС и причины их возникновения.	Лекции	1	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
3.2.	Первая доврачебная медицинская помощь	Практические	1	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
3.3.	Внеаудиторная самостоятельную работа: изучение дополнительной литературы и выполнение контрольного теста по разделу.	Сам. работа	1	10	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
Раздел 4. Защита населения и территорий от чрезвычайных ситуаций						
4.1.	ЧС техногенного происхождения. ЧС природного происхождения.	Лекции	1	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
4.2.	Защита населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного происхождения.	Практические	1	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
4.3.	Защита населения и территорий от чрезвычайных ситуаций техногенного характера.	Практические	1	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
4.4.	Биосоциальные чрезвычайные ситуации.	Лекции	1	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
4.5.	Безопасность жизнедеятельности в чрезвычайных ситуациях социально-психологического характера.	Практические	1	1	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
4.6.	Биологические опасности и защита от них.	Практические	1	1	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
4.7.	ЧС экологического характера.	Лекции	1	1	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
4.8.	Экологические чрезвычайных ситуаций.	Практические	1	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
4.9.	Изучение и оценка экологической обстановке в Алтайском крае.	Сам. работа	1	10	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
4.10.	Защита населения в чрезвычайных	Лекции	1	1	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	ситуациях. РСЧС и гражданская оборона.					
4.11.	Защита населения в ЧС. РСЧС и гражданская оборона. Средства индивидуальной, коллективной и медицинской защиты.	Практические	1	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
4.12.	Внеаудиторная самостоятельную работа: изучение дополнительной литературы и выполнение контрольного теста по разделу.	Сам. работа	1	10	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
Раздел 5. Первая помощь как составляющая основ безопасности жизнедеятельности						
5.1.	Определение неотложных состояний пострадавших и правила оказания первой помощи при чрезвычайных ситуациях.	Лекции	1	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
5.2.	Первая помощь.	Практические	1	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
5.3.	Здоровый образ жизни, воздействие на организм вредных привычек.	Сам. работа	1	6	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
5.4.	Внеаудиторная самостоятельную работа: изучение дополнительной литературы и выполнение контрольного теста по разделу.	Сам. работа	1	4	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
Раздел 6. Управление безопасностью жизнедеятельности						
6.1.	Управление безопасностью жизнедеятельности. Нормативно-правое регулирование вопросов в области охраны труда и охраны окружающей среды.	Лекции	1	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
6.2.	Место безопасности в системе потребностей современного человека.	Сам. работа	1	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
6.3.	Внеаудиторная самостоятельную работа: изучение дополнительной	Сам. работа	1	4	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	литературы и выполнение контрольного теста по разделу. Выполнение итогового теста по курсу.					

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

- 1) Безопасность жизнедеятельности - это...
- +область научных знаний, охватывающая теорию и практику защиты человека от опасных и вредных факторов;
 - область научных знаний, охватывающая только теорию защиты человека от опасных и вредных факторов;
 - область научных знаний, охватывающая только практику защиты человека от опасных и вредных факторов;
- 2) Главная аксиома БЖД –
- любая деятельность потенциально безопасна;
 - любая деятельность всегда опасна;
 - любая деятельность безопасна;
 - +любая деятельность потенциально опасна
- 3) Опасные изменения состояния суши, воздушной среды, гидросферы и биосферы по сфере возникновения относятся к ... ЧС
- социальным;
 - +экологическим;
 - биологическим;
 - техногенным;
- 4) Количество стадий развития ЧС:
- три;
 - семь;
 - +пять;
 - четыре;
- 5) Метод А - это:
- адаптация человека к соответствующей среде и повышение его защищенности (включает снабжение человека средствами индивидуальной защиты, профессиональный отбор, обучение, психологическое воздействие) ;
 - нормализация ноксосферы путем исключения опасности (включает средства коллективной защиты) ;
 - +пространственное и (или) временное разделение гомосферы и ноксосферы (включает дистанционное управление, автоматизацию, роботизацию)
- 6) Какие явления относятся к геологическим ЧС?
- +сели;
 - бури;
 - землетрясения;
 - +оползни
- 7) Какие явления относятся к геофизическим ЧС?
- +землетрясения;
 - +извержение вулканов;
 - оползни;
 - обвалы;
- 8) На территории России наиболее разрушительными являются -
- +наводнения;
 - +штормовые ветры;
 - +землетрясения;
 - +лесные пожары
- 9) Условная величина, характеризующая общую энергию упругих колебаний, вызванных землетрясением
-

эпицентр землетрясения;

очаг землетрясения;

шкала Рихтера;

+магнитуда землетрясения

10) Причина возникновения землетрясений -

усиление химических процессов в недрах земли;

разрывы в земной коре;

+столкновение тектонических плит;

деятельность человека

11) Наиболее частый путь передачи особо опасных инфекций:

гемотранфузионный (при переливании крови);

+воздушно-капельный;

половой;

трансмиссивный (при укусах насекомых)

12) Очаг биологического поражения - это

территория, в пределах которой распространены биологические средства, опасные для людей, животных и растений;

+территория, в пределах которой произошло массовое поражение людей, животных и растений. Очаг может образовываться как в зоне биологического заражения, так и за ее границами в результате распространения инфекционных заболеваний

13) Зона биологического действия - это

+территория, в пределах которой распространены биологические средства, опасные для людей, животных и растений;

территория, в пределах которой произошло массовое поражение людей, животных и растений. Очаг может образовываться как в зоне биологического заражения, так и за ее границами в результате распространения инфекционных заболеваний

14) Широкое распространение инфекционной болезни у людей - это:

эпифитотия;

+эпидемия;

панфитотия;

эпизоотия

15) Эпифитотия - это:

массовый падеж скота вследствие распространения особо опасных болезней;

+массовое инфекционное заболевание сельскохозяйственных растений;

резкое увеличение численности вредителей растений, сопровождающееся массовой гибелью сельскохозяйственных культур и снижением продуктивности;

массовое и быстрое распространение острозаразных болезней у людей, значительно превышающее обычный ежегодно регистрируемый уровень, характерный для данной территории

16) ЧС, происхождение которых связано с техническими объектами, называются:

+техногенными;

экономическими;

антропогенными;

экологическими

17) Одна из самых серьезных опасностей при пожаре -

огонь;

высокая температура;

+ядовитый дым;

боязнь высоты;

18) Газ, который представлен в воздухе в большем процентном выражении:

+азот;

кислород;

углекислый газ;

аргон

19) Зонами чрезвычайной экологической ситуации являются

+участки территории, на которых в результате хозяйственной или иной деятельности происходят устойчивые отрицательные изменения в окружающей среде, состоянии естественных экологических систем, генетических фондов растений и животных;

такие территории, на которых в результате хозяйственной или иной деятельности произошли глубокие необратимые изменения окружающей природной среды, повлекшие за собой существенное ухудшение здоровья населения, нарушение природного равновесия, разрушение естественных экологических систем, деградацию флоры и фауны

- 20) Зонами экологического бедствия признаются такие участки территории, на которых в результате хозяйственной или иной деятельности происходят устойчивые отрицательные изменения в окружающей среде, состоянии естественных экологических систем, генетических фондов растений и животных;
- +такие территории, на которых в результате хозяйственной или иной деятельности произошли глубокие необратимые изменения окружающей природной среды, повлекшие за собой существенное ухудшение здоровья населения, нарушение природного равновесия, разрушение естественных экологических систем, деградацию флоры и фауны
- 21) Нижняя часть атмосферы, вся гидросфера и верхняя часть литосферы Земли, населенные живыми организмами - это:
- стратосфера;
 - ноосфера;
 - ноксосфера;
 - +биосфера
- 22) Наибольшей токсичность обладает:
- +ртуть;
 - хлор;
 - угарный газ;
 - аммиак
- 23) Большой вклад в загрязнение атмосферы вносят:
- +автомобили, работающие на бензине;
 - +железнодорожный и водный транспорт;
 - +автомобили с дизельным двигателем;
 - +самолеты
- 24) В состав основных компонентов фотохимического смога входят:
- хлорфторуглероды;
 - +озон;
 - +фотооксиданты;
 - +оксиды азота и серы
- 25) К парниковым газам относят:
- +хлорфторуглероды;
 - +метан;
 - +озон;
 - +углекислый газ
- 26) Опасности, относящиеся к социальным:
- угрожают жизни людей;
 - +получили широкое распространение в обществе и угрожают жизни и здоровью людей;
 - угрожают только здоровью людей;
 - не представляют угрозу жизни
- 27) Причины возникновения социально-опасных явлений:
- +экономический упадок в стране;
 - +миграция населения;
 - +интенсивное развитие международных связей, контактов;
 - климатические изменения
- 28) По природе социальные опасности делятся на:
- +психологическое воздействие на человека;
 - +употребление и распространение психоактивных веществ;
 - +физическое насилие;
 - +болезни
- 29) Какими причинами могут быть вызваны массовые беспорядки?
- +борьба за передел сфер влияния между преступными группировками;
 - +произвол властей, недовольство политикой правительства и пр. ;
 - +нехватка продовольствия, катастрофическая инфляция, всеобщая безработица и т. д. ;
 - +разногласия между представителями различных конфессий
- 30) Какие стадии включает в себя процесс развития массовых беспорядков?
- +Возникновение повода для массовых беспорядков и их осуществление;
 - +Обстановка после массовых беспорядков;
 - +Осложнение обстановки
- 31) В каких режимах функционирует система мониторинга и прогнозирования чрезвычайных ситуаций?
- +режиме чрезвычайной ситуации;
 - +режиме повышенной готовности;
 - +повседневной деятельности

32) В зависимости от чего функционирует система мониторинга и прогнозирования чрезвычайных ситуаций?

- +от складывающейся обстановки;
- +от масштаба прогнозируемой или возникшей чрезвычайной ситуации

33) Что включает в себя мониторинг и прогнозирование чрезвычайных ситуаций?

- +прогнозирование чрезвычайных ситуаций природного характера;
- +мониторинг состояния безопасности зданий, сооружений и потенциально опасных объектов;
- + прогнозирование техногенных чрезвычайных ситуаций;
- +мониторинг окружающей среды, опасных природных процессов и явлений

34) Принцип организационной структуры РСЧС заключающийся в организации защиты населения на территориях республик, краев, областей, городов, районов, поселков, согласно административному делению РФ называется ... принципом.

- региональным;
- +территориальным;
- заблаговременным;
- производственным

35) Каждый уровень РСЧС имеет ...

- +координационные органы;
- +силы и средства;
- +резервы финансовых и материальных ресурсов;
- радиационную защиту

36) Террористический акт - это....

- +совершение взрыва, поджога или иных действий, устрашающих население и создающих опасность гибели человека, причинения значительного имущественного ущерба либо наступления иных тяжких последствий, в целях воздействия на принятие решения органами власти или международными организациями, а также угроза совершения указанных действий в тех же целях;
- пропаганда идей терроризма, распространение материалов или информации, призывающих к осуществлению террористической деятельности либо обосновывающих или оправдывающих необходимость осуществления такой деятельности;
- комплекс специальных, оперативно-боевых, войсковых и иных мероприятий с применением боевой техники, оружия и специальных средств по пресечению террористического акта, обезвреживанию террористов, обеспечению безопасности физических лиц, организаций и учреждений, а также по минимизации последствий террористического акта.

37) Цели террора -

- +Морально-психологическое воздействие на население;
- +Провокация войны;
- +Нанесение экономического ущерба;
- +Воздействие на органы государственной власти

38) Носители терроризма -

- +Террористические организации;
- +Криминальные структуры;
- +Религиозные общества (сообщества) ;
- +Экстремистские группировки;

39) Основные предпосылки терроризма -

- +Рассогласованность действий ветвей власти;
- +Неспособность обеспечить уровень защищенности населения;
- +Возведение культа силы и оружия для решения проблем;
- +Изменение понятия справедливости и порядка

40) Основные коренные признаки терроризма -

- +Несовершенство системы образования и подготовки кадров;
- +Обострение социального неравенства;
- +Ослабление семейных и социальных связей;

41) Какие формы труда различают в соответствии с физиологической классификацией трудовой деятельности?

- +формы труда, требующие значительной мышечной активности;
- +формы интеллектуального (умственного) труда;
- +групповые формы труда;
- +механизированные формы труда

42) Какой труд считается наиболее эмоционально напряженным?

- творческий;
- труд учащихся и студентов;
- педагогический;

<p>управленческий</p> <p>43) Энергетические затраты человека зависят от:</p> <ul style="list-style-type: none"> +интенсивности мышечной работы; +степени эмоционального напряжения; +скорости движения воздуха; +информационной насыщенности труда <p>44) К физическим факторам внешней среды относят:</p> <ul style="list-style-type: none"> +температуру, влажность, запыленность и загрязненность воздуха; +производственный шум и вибрации; +освещенность и окраску помещений, средств и предметов труда; +степень безопасности труда <p>45) При тяжелом физическом труде допустима температура воздуха:</p> <ul style="list-style-type: none"> 10-16 °С; 18-23 °С; +12-16 °С <p>46) Основной нормативный документ по оказанию первой помощи — это...</p> <ul style="list-style-type: none"> +Федеральный закон от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан Российской Федерации» ; Нормы пожарной безопасности «Обучение мерам пожарной безопасности работников организаций» от 12 декабря 2007г. № 645; Федеральный закон РФ от 21 декабря 1994 г. № 69-ФЗ «О пожарной безопасности» <p>47) Оказание медицинской помощи пораженным в очаге массовых потерь условно можно разделить на следующие фазы (периода), в соответствии с фазами протекания ЧС:</p> <ul style="list-style-type: none"> +фаза спасения; +фаза восстановления; +фаза изоляции <p>48)Состояние, при котором потоки за короткий период времени могут нанести травму, привести к летальному исходу?</p> <ul style="list-style-type: none"> опасное состояние; +чрезвычайно опасное состояние; комфортное состояние; допустимое состояние <p>49)Анализаторы – это?</p> <ul style="list-style-type: none"> +подсистемы ЦНС, которые обеспечивают в получении и первичный анализ информационных сигналов; совместимость сложных приспособительных реакций живого организма, направленных на устранение действия факторов внешней и внутренней среды, нарушающих относительное динамическое постоянство внутренней среды организма; совместимость факторов способных оказывать прямое или косвенное воздействие на деятельность человека; величина функциональных возможностей человека <p>50)Работоспособность характеризуется:</p> <ul style="list-style-type: none"> количеством выполнения работы; количеством выполняемой работы; количеством и качеством выполняемой работы; +количеством и качеством выполняемой работы за определённое время
<p>5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)</p>
<p>Фонды оценочных средств размещены в приложении.</p>
<p>5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации</p>
<p>Пример оценочного средства</p> <p>Задание 1.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Составить схему основных законов и иных нормативно-правовых актов в области обеспечения безопасности РФ 2. Оформить схему структуры единой государственной системы подготовки населения РФ в области гражданской обороны и защиты от ЧС. <p>Задание 2.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ливневые дожди в Краснодарском крае привели к паводковым наводнениям на реках, затоплению

большинства населенных пунктов на их берегах, человеческим жертвам. Было временно эвакуировано пострадавшее население, на территории края введено чрезвычайное положение. Чрезвычайная ситуация какого масштаба произошла?

2. После прорыва дамбы мощные потоки воды полностью уничтожили постройки трех населенных пунктов. Есть человеческие жертвы, затоплены поля с сельскохозяйственными посевами, погибло много скота. Определите масштаб чрезвычайной ситуации?

3. По системе оповещения РСЧС получен сигнал о приближении урагана. Ваши действия при угрозе и во время урагана.

4. Поступило сообщение об опасности наводнения в вашем городе. Ваш дом попадает в зону объявленного затопления. Ваши действия при угрозе и во время наводнения.

Задание 3.

1. Установите последовательность проведения противоэпизоотических мероприятий

Варианты ответов:

- 1) изоляция источника возбудителя инфекции
- 2) обезвреживание источника возбудителя инфекции
- 3) Устранение (ликвидация) механизма передачи возбудителя
- 4) повышение общей и специфической устойчивости животных

2. Установите соответствие между путями передачи и группами инфекционных болезней человека.

1. Инфекции, передающиеся через инфицированную воду и пищу
2. Инфекции, передающиеся воздушно-капельным путем
3. Инфекции, передающиеся при помощи кровососущих членистоногих
4. Инфекции, передающиеся через домашних животных

Варианты ответов:

- 1) алиментарные
- 2) респираторные
- 3) трансмиссивные
- 4) контактные

3. Какая пандемия в истории человечества, на Ваш взгляд, является самой страшной? Почему Вы так считаете? Какие меры можно было бы предпринять для её предупреждения?

Задание 4.

1. В результате аварии на очистном сооружении в городской водопровод попало значительное количество хлора. Возникла угроза массового поражения населения. К какому типу по масштабам распространения относится данная чрезвычайная ситуация? Как вы оцените это происшествие?

2. Почувствовав острый запах гари, дежурный по второму этажу гостиницы подбежал к комнате, из-под двери которой валил дым. Распахнул ее, и густые клубы начали быстро распространяться по коридору.

Оставив дверь открытой, бросился к телефону, чтобы вызвать пожарных, но связь отсутствовала.

Коридор быстро наполнился удушливым дымом. Дежурный разбил оконное стекло, чтобы вдохнуть свежего воздуха и обеспечить себе возможность выпрыгнуть, если распространение огня будет угрожать его жизни. Перечислите ошибки в действиях дежурного.

3. Во время прогулки по лесу в пожароопасный период вы почувствовали запах дыма и поняли, что попали в зону лесного пожара. Ваши действия по сохранению личной безопасности в подобной ситуации?

Задание 5.

1. Соотнесите виды чрезвычайных ситуаций экологического характера с соответствующими примерами. Ответ запишите в таблицу, указав номер ЧС.

Примеры ЧС экологического характера:

1. Значительно превышение предельно допустимого уровня шума.
2. Резкая нехватка питьевой воды.
3. Резкие изменения погоды или климата в результате хозяйственной деятельности человека.
4. Опустынивание на обширных территориях из-за эрозии, засоления, заболачивания почв.
5. Разрушение озонового слоя атмосферы.
6. Гибель растительности на обширной территории.
7. Исчезновение видов растений, животных, чувствительных к изменениям условий среды обитания.
8. Истощение невозобновляемых природных ископаемых.
9. Катастрофические просадки, оползни, обвалы земной поверхности.
10. Массовая гибель животных.

Виды ЧС экологического характера: Примеры ЧС экологического характера

ЧС, связанные с изменением состояния суши

ЧС, связанные с изменением состава и свойств атмосферы

ЧС, связанные с изменением состава и свойств гидросферы

ЧС, связанные с изменением состояния биосферы

2. Опишите известные экологические чрезвычайные ситуации, произошедшие на территории Алтайского

края.

Задание 6.

1. Вы получили звонок по мобильному телефону с незнакомого номера. Ваш друг просит срочно привезти ему по указанному адресу крупную сумму денег, объясняя, что попал в сложную ситуацию и должен откупиться. Составьте алгоритм своих действий, обоснуйте принятое решение.
2. Вы пошли на санкционированный митинг, но ситуация изменилась, Вы оказались в агрессивной толпе. Составьте алгоритм своих действий, обоснуйте принятое решение.
3. Дайте рекомендации по безопасному поведению своему приятелю – футбольному фанату, который едет болеть за любимую команду в город, где большинство болеет за команду противников.
4. Вы направляетесь в общественное место (в кинотеатр, на стадион и др.). Ваши действия по соблюдению мер личной безопасности в общественном месте и в толпе.

Задание 7.

1. Оформить схему структуры единой государственной системы подготовки населения РФ в области гражданской обороны и защиты от ЧС.
2. Опишите основные мероприятия по защите населения.
3. Возможно ли применение подвального помещения вашего дома в качестве защиты от поражающих факторов современных средств поражения? Приведите доводы, подтверждающие ваше мнение.

Задание 8.

Задание. При проверке государственным инспектором соблюдения законодательства по охране труда на заводе железобетонных изделий было выявлено значительное число несчастных случаев, связанных с производством. Основными причинами были:

- 1) отсутствие системы обучения безопасным условиям труда;
 - 2) не проведение инструктажей как при приеме на работу, так и в процессе производственной работы.
- Главный инженер завода объяснил это тем, что на работу принимались только квалифицированные работники и в указанных мероприятиях не было нужды.

1. Основаны ли на законе действия главного инженера?
2. Какие обязанности администрации установлены по обучению безопасным условиям труда?
3. Какие меры к виновным может применить государственный инспектор по охране труда?

Нормативно-правовая база:

Статья 212 ТК РФ. Обязанности работодателя по обеспечению безопасных условий и охраны труда

Статья 225 ТК РФ. Обучение в области охраны труда.

Задание 9.

1. Во время прогулки вдоль озера зимой при температуре воздуха -2°C приятель провалился одной ногой под лед. Через 40 минут вы пришли домой. Пострадавший жалуется на дрожь и отсутствие чувствительности пальцев ног. Выберите правильные действия при оказании помощи пострадавшему и перечислите их.

- 1) Предложить принять ванну с горячей водой.
- 2) Снять обувь, растереть стопы шерстяной тканью и опустить их в горячую воду.
- 3) Снять с ноги мокрый ботинок, обернуть стопу теплым одеялом.
- 4) Снять обувь, растереть стопу спиртом и приложить теплые грелки.
- 5) Предложить выпить горячий сладкий чай.
- 6) Предложить таблетку анальгина при проявлении сильных болей в ногах (при отсутствии аллергии).
- 7) Вызвать скорую медицинскую помощь.

2. Во время лыжной прогулки у товарища (у подруги) на щеке появилось белое пятно. Прикосновения пальцев он (она) не ощущает. Что произошло? Перечислите меры первой помощи, которые должны быть оказаны пострадавшему.

3. Пожилой мужчина упал, споткнувшись о бордюр, и ударился голенью. Отмечает сильную боль в области ушиба, быстро нарастающую припухлость. Какой объем первой помощи необходимо оказать пострадавшему, обоснуйте свой выбор.

Критерии оценивания практических заданий

«Зачтено» - студентом задание выполнено самостоятельно или с небольшой подсказкой преподавателя.

При этом составлен правильный алгоритм выполнения задания, в логических рассуждениях нет существенных ошибок, получен верный ответ, задание выполнено рациональным способом.

«Незачтено» - студентом задание не выполнено. Студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.

Приложения

Приложение 1.  [ФОС БЖД.docx](#)

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Мастрюкова Б.С.	Безопасность жизнедеятельности: учеб. для вузов	М.: Академия, 2012	
Л1.2	Занько, Наталья Георгиевна. / Н. Г. Занько, К. Р. Малаян, О. Н. Русак ; под ред. О. Н. Русака.	Безопасность жизнедеятельности : учебник	СПб. ; М. ; Краснодар : Лань, 2008	
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	А. В. Фролов, Т. Н. Бакаева	Безопасность жизнедеятельности. Охрана труда: учеб. пособие для вузов	Феникс, 2008	
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Безопасность жизнедеятельности		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8533	
6.3. Перечень программного обеспечения				
<p>Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно) Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно) Chrome (http://www.chromium.org/chromium-os/licenses), (бессрочно) 7-Zip (http://www.7-zip.org/license.txt), (бессрочно) Adobe Reader (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legat/servicetou/ Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно) ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (http://astalinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно) Libre Office (http://ru.libreoffice.org/), (бессрочно) Веб-браузер Chromium (http://www.chromium.org/Home), (бессрочно) Антивирус Касперский (http://www.kaspersky.ru/), (до 23 июня 2024) Архиватор ARK (http://apps.kde.org/ark/), (бессрочно) Okular (http://okular.kde.org/ru/download/), (бессрочно)</p>				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Информационно-справочная система Консультант плюс (http://www.consultant.ru) 2. Научная электронная библиотека (https://elibrary.ru Научная электронная библиотека) 3. Реферативная база данных ВИНТИ РАН (http://www.viniti.ru). 4. Реферативная база данных научной периодики «Scopus» (http://www.scopus.com/) 5. Реферативно-библиографическая база данных научной периодики «Web of Science» (http://www.webofknowledge.com/). 6. Сеть патентной информации Европейского патентного ведомства «Espacenet» (http://worldwide.espacenet.com/). 7. Информационный ресурс SpringerLinc (https://link.springer.com) 				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
Помещение для самостоятельной работы	помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ
521К	лаборатория инженерно-технических систем защиты техносферы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 20 посадочных мест; рабочее место преподавателя; стол весовой; сьло лабораторный; доска меловая 1шт.; сейф для хранения приборов; шкафы для хранения оборудования, лабораторной посуды и материалов; медицинская кушетка; стационарный экран: - 1 единица; тонометры, манекен-тренажер для реанимационных мероприятий, аспиратор для отбора проб воздуха АПВ-4-12/220В-40; дозиметр ДБГ-06Т; измеритель длины лазерный PLR; люксметр ТКА-ПКМлюксметр+УФ-Радиометр; печь муфельная SNOL; пирометр Самоцвет С500; универсальный учебный комплекс для мониторинга водной/воздушной среды на базе AsusX51RL.

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

1. Для успешного освоения содержания дисциплины необходимо посещать лекции, принимать активное участие в работе на семинаре, практическом занятии, а также выполнять задания, предлагаемые преподавателем для самостоятельного изучения.
2. Лекция.
 - На лекцию приходите не опаздывая, так как это неэтично.
 - На лекционных занятиях необходимо конспектировать изучаемый материал.
 - Для систематизации лекционного материала, который будет полезен при подготовке к итоговому контролю знаний, записывайте на каждой лекции тему, вопросы для изучения, рекомендуемую литературу.
 - В каждом вопросе выделяйте главное, обязательно запишите ключевые моменты (определение, факты, законы, правила и т.д.), подчеркните их.
 - Если по содержанию материала возникают вопросы, не нужно выкрикивать, запишите их и задайте по окончании лекции или на семинарском занятии.
 - Перед следующей лекцией обязательно прочитайте предыдущую, чтобы актуализировать знания и осознанно приступить к освоению нового содержания.
3. Семинарское (практическое) занятие – это форма работы, где студенты максимально активно участвуют в обсуждении темы.
 - Для подготовки к семинару необходимо взять план семинарского занятия (на открытом образовательном портале - курс "Безопасность жизнедеятельности").
 - Самостоятельную подготовку к семинарскому занятию необходимо начинать с изучения понятийного аппарата темы. Рекомендуем использовать справочную литературу (словари, справочники, энциклопедии), целесообразно создать и вести свой словарь терминов.

- На семинар выносятся обсуждение не одного вопроса, поэтому важно просматривать и изучать все вопросы семинара, но один из вопросов исследовать наиболее глубоко, с использованием дополнительных источников (в том числе тех, которые вы нашли самостоятельно). Не нужно пересказывать лекцию.
 - Важно запомнить, что любой источник должен нести достоверную информацию, особенно это относится к Internet-ресурсам. При использовании Internet - ресурсов в процессе подготовки не нужно их автоматически «скачивать», они должны быть проанализированы. Не нужно «скачивать» готовые рефераты, так как их однообразие преподаватель сразу выявляет, кроме того, они могут быть сомнительного качества.
 - В процессе изучения темы анализируйте несколько источников. Используйте периодическую печать - специальные журналы.
 - Полезным будет работа с электронными учебниками и учебными пособиями в Internet-библиотеках. Зарегистрируйтесь в них: университетская библиотека Онлайн (<https://elibrary.ru> Научная электронная библиотека).
 - В процессе подготовки и построения ответов при выступлении не просто пересказывайте текст учебника, но и выражайте свою лично-профессиональную оценку прочитанного.
 - Принимайте участие в дискуссиях, круглых столах, так как они развивают ваши навыки коммуникативного общения.
 - Если к семинарским занятиям предлагаются задания практического характера, продумайте план их выполнения или решения при подготовке к семинару.
 - При возникновении трудностей в процессе подготовки взаимодействуйте с преподавателем, консультируйтесь по самостоятельному изучению темы.
4. Самостоятельная работа.
- При изучении дисциплины не все вопросы рассматриваются на лекциях и семинарских занятиях, часть вопросов рекомендуется преподавателем для самостоятельного изучения.
 - Поиск ответов на вопросы и выполнение заданий для самостоятельной работы позволит вам расширить и углубить свои знания по курсу, применить теоретические знания в решении задач практического содержания, закрепить изученное ранее.
 - Эти задания следует выполнять не «наскоком», а постепенно, планомерно, следуя порядку изучения тем курса.
 - При возникновении вопросов обратитесь к преподавателю в день консультаций на кафедру.
 - Выполнив их, проанализируйте качество их выполнения. Это поможет вам развивать умения самоконтроля и оценочные компетенции.
5. Итоговый контроль.
- Для подготовки к зачету/экзамену возьмите перечень примерных вопросов (на открытом образовательном портале - курс "Безопасность жизнедеятельности").
 - В списке вопросов выделите те, которые были рассмотрены на лекции, семинарских занятиях. Обратитесь к своим записям, выделите существенное. Для более детального изучения изучите рекомендуемую литературу.
 - Если в списке вопросов есть те, которые не рассматривались на лекции, семинарском занятии, изучите их самостоятельно. Если есть сомнения, задайте вопросы на консультации перед экзаменом.
 - Продумайте свой ответ на зачете, его логику. Помните, что ваш ответ украсит ссылка на источник литературы, иллюстрация практики применения теоретического знания, а также уверенность и наличие авторской аргументированной позиции как будущего субъекта профессиональной деятельности.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Физическая культура и спорт рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра физического воспитания
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты:	1
аудиторные занятия	36		
самостоятельная работа	72		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		Итого	
	Неделя 16			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	18	18	18	18
Практические	18	18	18	18
Сам. работа	72	72	72	72
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

ст. преподаватель , Лопатина О.А.;к.ф.н., доцент, Романова Е.В.

Рецензент(ы):

к.ф.н., доцент, Климов М.Ю.

Рабочая программа дисциплины

Физическая культура и спорт

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра физического воспитания

Протокол от 15.06.2023 г. № 13

Срок действия программы: 2023-2024 уч. г.

Заведующий кафедрой

Романова Е.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра физического воспитания

Протокол от 15.06.2023 г. № 13

Заведующий кафедрой *Романова Е.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	<ul style="list-style-type: none">- овладение системой научно-практических и специальных знаний, необходимых для понимания природных и социальных процессов функционирования физической культуры общества и личности, умение их адаптивного, творческого использования для личностного, профессионального развития и самосовершенствования;- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;- организации здорового стиля жизни при выполнении учебной, профессиональной и социокультурной деятельности;- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности;- приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.03

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
УК-7.1	Демонстрирует знания основ физической культуры и здорового образа жизни; применяет умения и навыки в работе с дистанционными образовательными технологиями
УК-7.2	Применяет методiku оценки уровня здоровья; выстраивает индивидуальную программу сохранения и укрепления здоровья с учетом индивидуально-типологических особенностей организма
УК-7.3	Анализирует источники информации, сопоставляет разные точки зрения, формирует общее представление по определенной теме
УК-7.4	Демонстрирует систему практических умений и навыков при выполнении техники двигательных действий в различных видах спорта
УК-7.5	Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	Базовые термины и понятия физической культуры. Ценности физической культуры и спорта. Значение физической культуры в жизнедеятельности человека. Факторы, определяющие здоровье человека, понятие здорового образа жизни и его составляющие. Способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	Раскрывать понятия и термины физической культуры. Ориентироваться в общих и специальных литературных источниках. Придерживаться здорового образа жизни. Самостоятельно поддерживать и развивать основные физические качества в процессе занятий физическими упражнениями. Составить комплекс производственной гимнастики в зависимости от условий и характера труда.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):

3.3.1.	Понятийно-терминологическим аппаратом в области физической культуры. Навыками ведения здорового образа жизни. Методами самостоятельного выбора вида спорта или системы физических упражнений для укрепления здоровья. Средствами и методами воспитания физических (быстрота, сила выносливость, гибкость и ловкость) и волевых (целеустремленность, инициативность, решительность, самостоятельность) качеств, необходимых для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.
--------	--

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Теоретические основы физической культуры						
1.1.	Тема №1. Физическая культура в профессиональной подготовке студентов и социокультурное развитие личности студента.	Лекции	1	2		Л1.1, Л2.1, Л3.1
1.2.	Простейшие методики самооценки работоспособности, усталости, утомления и применения средств физической культуры для их направленной коррекции.	Практические	1	2		Л1.1, Л2.1, Л3.1
1.3.	Подготовка к учебным занятиям. Изучение учебной литературы по дисциплине.	Сам. работа	1	12		Л1.1, Л2.1, Л3.1
1.4.	Тема №2. Социально-биологические основы адаптации организма человека к физической и умственной деятельности, факторам среды обитания.	Лекции	1	6		Л1.1, Л2.1, Л3.1
1.5.	Функциональные изменения в организме при физических нагрузках.	Практические	1	6		Л1.1, Л2.1, Л3.1
1.6.	Подготовка к учебным занятиям. Изучение учебной литературы по дисциплине.	Сам. работа	1	12		Л1.1, Л2.1, Л3.1
1.7.	Тема №3. Образ жизни и его отражение в профессиональной деятельности.	Лекции	1	2		Л1.1, Л2.1, Л3.1
1.8.	Методы самоконтроля состояния здоровья и физического развития.	Практические	1	2		Л1.1, Л2.1, Л3.1
1.9.	Подготовка к учебным занятиям. Изучение	Сам. работа	1	12		Л1.1, Л2.1, Л3.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	учебной литературы по дисциплине.					
1.10.	Тема №4. Общая физическая и спортивная подготовка студентов в образовательном процессе.	Лекции	1	4		Л1.1, Л2.1, Л3.1
1.11.	Методика индивидуального подхода и применения средств для направленного развития отдельных физических качеств. Средства и методы мышечной релаксации в спорте.	Практические	1	4		Л1.1, Л2.1, Л3.1
1.12.	Подготовка к учебным занятиям. Изучение учебной литературы по дисциплине.	Сам. работа	1	12		Л1.1, Л2.1, Л3.1
1.13.	Тема №5. Методические основы самостоятельных занятий физическими упражнениями и самоконтроль в процессе занятий.	Лекции	1	2		Л1.1, Л2.1, Л3.1
1.14.	Подготовка к учебным занятиям. Изучение учебной литературы по дисциплине.	Сам. работа	1	12		Л1.1, Л2.1, Л3.1
1.15.	Самоконтроль, его основные методы, показатели. Использование отдельных методов контроля при регулярных занятиях физическими упражнениями и спортом.	Практические	1	2		Л1.1, Л2.1, Л3.1
1.16.	Тема №6. Профессионально-прикладная физическая подготовка будущих специалистов.	Лекции	1	2		Л1.1, Л2.1, Л3.1
1.17.	Методика самостоятельного освоения отдельных элементов профессионально-прикладной физической подготовки. Методика проведения производственной гимнастики с учетом	Практические	1	2		Л1.1, Л2.1, Л3.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	заданных условий и характера труда.					
1.18.	Подготовка к учебным занятиям. Изучение учебной литературы по дисциплине.	Сам. работа	1	12		Л1.1, Л2.1, Л3.1

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Контрольные задания для проведения текущего контроля.

Тестовые задания (в тестах может быть правильным как один, так и несколько вариантов ответов).

1. Задачи физического воспитания в вузе:

- A) образовательные
- B) воспитательные
- C) оздоровительные
- D) развивающие
- E) социализирующие
- F) профориентационные
- G) интеллектуализирующие

2. Какая обязательная форма занятий физической культурой в вузе?

- A) учебные
- B) внеучебные
- C) групповые
- D) самостоятельные

3. Перечислите, что относится к психофизиологическим функциям, которые совершенствуются в процессе занятий физической культурой и спортом, позволяют занимающимся успешно осваивать двигательные действия:

- A) чувство времени
- B) способность ориентироваться в пространстве
- C) совершенная идеомоторика
- D) точность сенсомоторных реакций

4. Для количественной оценки наследственности используют коэффициент Хольцингера (H)?

- A) Верно
- B) Неверно

5. Тренированность – это приспособленность (адаптированность) организма к определенной деятельности, достигнутая посредством тренировки?

- A) Верно
- B) Неверно

6. Организм человека – это единая саморазвивающаяся биологическая система?

- A) Верно
- B) Неверно

7. Что не допускает здоровый образ жизни?

- A) употребление спиртного
- B) употребление углеводов
- C) избыточную массу тела
- D) занятия физической культурой

8. Здоровье – это состояние полного

- A) физического благополучия
- B) духовного благополучия
- C) житейского благополучия
- D) социального благополучия
- E) финансового благополучия

9. От здорового образа жизни зависит:

- A) наличие семьи
- B) количество друзей
- C) долголетие
- D) социальный статус

10. Какие из перечисленных советов при стрессовой ситуации можно использовать?

- A) сосчитать до десяти
- B) употребить алкогольный напиток
- C) сделать несколько глубоких вдохов, потянуться
- D) задержать дыхание

11. Физиологической основой быстроты одиночного движения является частота импульсации мотонейронов

- A) Верно
- B) Неверно

12. Метод максимальных усилий направлен на увеличение физиологического поперечника мышцы

- A) Верно
- B) Неверно

13. Метод разучивания по частям это метод частично регламентированного упражнения

- A) Верно
- B) Неверно

14. Малые, крупные и соревновательные формы относят к урочным формам занятий физическими упражнениями

- A) Верно
- B) Неверно

15. На начальной стадии освоения движения в коре головного мозга преобладает процесс концентрации возбуждения

- A) Верно
- B) Неверно

16. Нестандартные двигательные действия применяются в единоборствах, спортивных играх, кроссах

- A) Верно
- B) Неверно

17. Что включают в себя физкультурно-оздоровительные технологии?

- A) постановка цели и задач, их применения
- B) объем и организация тренировочной нагрузки
- C) реализация физкультурно-оздоровительной деятельности
- D) организация места занятия

18. Фитбол на занятиях используется как

- A) отягощение
- B) опора
- C) предмет
- D) стул

19. Какие из упражнений служат для развития общей выносливости?

- A) длительный бег
- B) упражнения на пресс
- C) приседы и полуприседы с различным весом
- D) плавание

20. Какие цели предполагает ППФП?

- A) предупреждение профессиональных заболеваний
- B) соблюдение техники безопасности
- C) способ отбора к будущей профессии
- D) отдых и восстановление работоспособности

21. Каковы задачи ППФП?

- A) освоение прикладных умений и навыков
- B) соблюдение техники безопасности
- C) развитие прикладных физических качеств
- D) включение в трудовой процесс физической тренировки

22. Какой из видов спорта не является прикладным?

- A) вольная борьба
- B) конный спорт
- C) фехтование
- D) лыжный спорт

23. Что не относится к средствам ППФП?

- A) естественные силы природы
- B) прикладные виды спорта
- C) режим питания
- D) гигиенические факторы

24. Что из перечисленного не относится к динамике работоспособности?

- A) степень утомления в течение дня
- B) скорость восстановления в перерывах и после работы
- C) длительность обеденного перерыва
- D) скорость вработывания и успешность трудовых операций в начале работы

25. Что не входит перечень особенностей характера труда?

- A) продолжительность рабочей смены
- B) двигательные действия
- C) приём, хранение и переработка информации
- D) тяжесть работы

Правильные ответы :

- 1. A, B, C, D
- 2. A
- 3. A, B, C, D
- 4. A
- 5. A
- 6. A
- 7. A, C
- 8. A, B, D
- 9. C
- 10. A, C
- 11. A
- 12. B
- 13. B
- 14. B
- 15. B
- 16. A
- 17. A, B, C
- 18. A, B, C
- 19. A, D
- 20. A, D
- 21. A, C
- 22. C
- 23. C
- 24. C

25. А

Тестовые задания открытой формы (с кратким ответом).

1. _____ составная часть физической культуры, средство и метод физического воспитания, основанный на использовании соревновательной деятельности и подготовке к ней.
2. _____ физической культуры – значимые явления, предметы, процессы и результаты деятельности в сфере физической культуры, стимулирующие поведение и физкультурно-спортивную активность.
3. Двигательная _____ – естественная и специально организованная двигательная деятельность человека, обеспечивающая его успешное физическое и психическое развитие.
4. Физическая _____ – процесс и результат физической активности, обеспечивающий формирование двигательных умений и навыков, развитие физических качеств, повышение уровня работоспособности.
5. Физическое _____ – педагогический процесс, направленный на формирование физической культуры личности.
6. Физическое образование _____ – процесс физического образования, выражающий высокую степень развития индивидуальных физических способностей.
7. _____ – это индивидуальное развитие организма, в ходе которого происходит преобразование его морфофизиологических, физиолого-биохимических, цитогенетических и этологических (у животных) признаков.
8. _____ совокупность реакций, обеспечивающих восстановление или поддержание относительно динамического постоянства внутренней среды и некоторых физиологических функций организма (кровообращения, обмена веществ, терморегуляции и др.).
9. Клетки, имеющие общее происхождение, одинаковое строение и функции – это _____.
10. Как называется физкультурно-оздоровительная технология, занятия которой проводятся с использованием специального комплекта амортизаторов, фиксирующихся одновременно на руках и ногах занимающихся и образующих единую взаимосвязанную систему?
11. _____ – это способ осуществления разнообразной физкультурно-оздоровительной деятельности, направленной на сохранение и укрепление здоровья с учетом возраста, профессиональной деятельности, достижение и поддержание физического благополучия, предупреждение заболеваний и общее оздоровление, повышение сопротивляемости организма вредным воздействиям внешней среды.
12. _____ – это уникальная система упражнений, направленная на согласованную работу мышц, правильное естественное движение и владение своим телом.
13. _____ одна из форм массовой физической культуры с регулируемой нагрузкой.
14. Автор термина "Аэробика"?
15. Как называется физкультурно-оздоровительная технология, занятия которой предполагают использование специальной степ-платформы с регулируемой высотой?
16. Компоненты физической культуры. Сколько их?
17. Физическая культура (Письменский И.А., Аллянов Ю.Н.) – это органическая часть _____ общества и личности; рациональное использование человеком двигательной деятельности в качестве фактора оптимизации своего состояния и развития, физической подготовки к жизненной практике.
18. Что называется своеобразием психического склада личности, ее неповторимость?
19. Принципы закаливания: систематичности, _____, индивидуальности, сознательности.
20. Сколько основных принципов (правил) в рациональном питании?
21. Оптимальный двигательный режим для юношей (мужчин) _____ - _____ часов в неделю.
22. Сколько основных видов закаливания?
23. Основными факторами, определяющими здоровье человека, являются образ жизни человека, _____, экология, здравоохранение.
24. Физические качества. Сколько их?
25. Сколько основных составляющих здорового образа жизни?
26. При любом уровне физической подготовленности, каждое упражнение надо делать до _____.
27. Основная цель самостоятельных занятий - в сохранении хорошего здоровья и поддержании высокого уровня _____ и умственной работоспособности.
28. Сколько форм самостоятельных занятий существует?
29. Упражнения в течение _____, которые предупреждают наступающее утомление и способствуют поддержанию высокой работоспособности без перенапряжения.
30. Сколько основных форм самостоятельных занятий физическими упражнениями?
31. Физкультминутки в процессе учебного труда проводятся с целью - предупреждения утомления и восстановления _____.
32. Нагрузка, при которой белковые структуры организма ускоренно обновляются в сравнении с процессами разрушения называется _____.

33. В каком году был основан Национальный государственный университет физической культуры, спорта и здоровья имени П. Ф. Лесгафта?
34. Какое физическое качество является важнейшим для поддержания высокой работоспособности?
35. Что оценивает тест Шульте?
36. Сколько основных групп мутагенных факторов?
37. Занятия с большой физической нагрузкой рекомендуется проводить не более, какого количества раз в неделю?
38. Максимально допустимая ЧСС человека в возрасте 40 лет _____ уд/мин?
39. По какой общепринятой структуре проводятся самостоятельные занятия: _____, основная часть, заключительная часть.
40. Определите возраст человека если известно, что его max ЧСС составляет 185 уд/мин.
41. Аэробика низкой интенсивности это – _____ аэробика.
42. Сколько основных функций опорно-двигательной системы?
- 43.. Напишите спортивные разряды в порядке возрастания.
44. Напишите тренировочные циклы в порядке возрастания временных интервалов.
45. Напишите фазы формирования двигательного навыка в порядке освоения движения.

Правильные ответы:

1. Спорт
2. Ценности
3. Активность
4. Подготовленность
5. Воспитание
6. Совершенство
7. Онтогенез
8. Гомеостаз
9. Ткань
10. Тераэробика
11. Физкультурно-оздоровительная технология
12. Пилатес
13. Аэробика
14. Купер
15. Степ-аэробика
16. Три
17. Культуры
18. Индивидуальность
19. Постепенности
20. Три
21. 8-12
22. Три
23. Наследственность
24. Пять
25. Шесть
26. Утомление мышц
27. Физической
28. Три
29. Учебного дня
30. Три
31. Работоспособности
32. Катаболизм
33. 1896
34. Выносливость
35. Внимание
36. Две
37. Трех
38. 180
39. Разминка
40. 35
41. Низкоударная
42. Три
43. Третий, второй, первый
44. Микроцикл, мезоцикл, макроцикл

<p>45. Иррадиации, концентрации, автоматизации</p> <p>Критерии оценивания. При оценивании используется балльно-рейтинговая система. Каждый правильный ответ оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ в целом: "зачтено" - от 20 до 40 баллов "не зачтено" - 19 и менее баллов.</p>
<p>5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)</p>
<p>Не предусмотрено</p>
<p>5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации</p>
<p>Промежуточная аттестация оценивается «Итоговым тестом». Итоговый тест формируется из банка вопросов случайным образом, т.е. у каждого студента может быть разный набор вопросов итогового тестирования. Выполнение теста ограничено по времени – 60 минут. В тестах может быть правильным как один, так и несколько вариантов ответов, а также свой вариант ответа. При оценивании используется балльно-рейтинговая система. Каждый правильный ответ оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ в целом: "зачтено" - от 15 до 30 баллов "не зачтено" – 14 и менее баллов.</p>

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Муллер А.Б. и др.	Физическая культура : учебник и практикум для вузов	М:Юрайт, 2020	https://urait.ru/viewer/fizicheskaya-kultura-449973#page/2
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Письменский И.А., Аллянов Ю.Н.	Физическая культура : учебник для вузов	М:Юрайт , 2020	https://urait.ru/viewer/fizicheskaya-kultura-450258#page/1
6.1.3. Дополнительные источники				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л3.1	Лопатина О.А. и др.	Физическая культура и спорт: Учебное пособие	Барнаул: АлтГУ , 2018	http://elibrary.asu.ru/xmlui/handle/asu/4908
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	ЭБС "Юрайт"		https://biblio-online.ru/	

Э2	ЭБС "Университетская библиотека online"	http://biblioclub.ru/
Э3	ЭБС АлтГУ	http://elibrary.asu.ru/
Э4	Курс в системе Moodle "Физическая культура и спорт"	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8158
6.3. Перечень программного обеспечения		
<p>Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно); Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно); Chrome (http://www.chromium.org/chromium-os/licenses), (бессрочно); 7-Zip (http://www.7-zip.org/license.txt), (бессрочно); AcrobatReader (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно); ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно); LibreOffice (https://ru.libreoffice.org/), (бессрочно); Веб-браузер Chromium (https://www.chromium.org/Home/), (бессрочно); Антивирус Касперский (https://www.kaspersky.ru/), (до 23 июня 2024); Архиватор Ark (https://apps.kde.org/ark/), (бессрочно); Okular (https://okular.kde.org/ru/download/), (бессрочно); Редактор изображений Gimp (https://www.gimp.org/), (бессрочно)</p>		
6.4. Перечень информационных справочных систем		
<p>СПС КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс АлтГУ или http://www.consultant.ru/). Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com); Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/); Научная электронная библиотека elibrary (http://elibrary.ru) Электронный ресурс в системе "Moodle" https://portal.edu.asu.ru/enrol/index.php?id=2653</p>		

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
Помещение для самостоятельной работы	помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Учебные занятия по дисциплине (модулю) «Физическая культура и спорт» реализуются в виде лекционных, практических (семинарских) занятий и самостоятельной работы студентов.

Главное назначение лекции – обеспечить теоретическую основу обучения, развить интерес к учебной дисциплине, сформировать у обучающихся ориентиры для самостоятельной работы над курсом.

Практические (семинарские) занятия формируют исследовательский подход к изучению учебного материала, формируют и развивают у обучающихся навыки самостоятельной работы, умения активно участвовать в творческой дискуссии, делать выводы, аргументировано излагать свое мнение и отстаивать

его. Практическое (семинарское) занятие - особая форма учебно-теоретических занятий, служащая дополнением к лекционному курсу. В ходе занятий (текущий контроль успеваемости) предусматривается проверка освоенности компетенции в виде двух докладов или доклада и контрольной работы.

Для эффективной подготовки освоения дисциплины (модуля) «Физическая культура и спорт» студенты должны посещать лекционные и практические занятия, иметь конспекты лекций. Самостоятельно готовиться к каждому практическому (семинарскому) занятию, изучить конспект лекции по соответствующей теме, изучить рекомендованную основную и дополнительную литературу по теме.

При подготовке к сдаче промежуточной аттестации (зачет) рабочей программы дисциплины (модуля) «Физическая культура и спорт» повторите лекционный материал, используя конспекты лекций, а также используйте учебную литературу рекомендованную преподавателем, содержащуюся в электронной библиотечной системе (ЭБС) АлтГУ. Оценка освоенности компетенции проверяется в виде тестирования.

Программу составил(и):

ст. преподаватель, Лопатина О.А.; к.ф.н. , доцент , Романова Е.В.

Рецензент(ы):

к.ф.н., доцент, Климов М.Ю.

Рабочая программа дисциплины

Элективные дисциплины по физической культуре и спорту

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра физического воспитания

Протокол от 15.06.2023 г. № 13

Срок действия программы: 2023-2024 уч. г.

Заведующий кафедрой

Романова Е.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра физического воспитания

Протокол от 15.06.2023 г. № 13

Заведующий кафедрой *Романова Е.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	- поддержание и повышение уровня функциональной и физической подготовленности обучающихся с использованием методов и средств физической культуры для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к полноценной социальной и профессиональной деятельности, а также формирование устойчивого мотивационно-ценностного отношения к физкультурно-спортивной деятельности.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.03

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
------	--

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	УК-7.3. Систему практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности средствами физической культуры и спорта.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	УК-7.4. Применять приобретенные умения и навыки в своей профессиональной деятельности, проводить самостоятельные занятия физическими упражнениями с общей развивающей, профессионально-прикладной и оздоровительно-корректирующей направленностью.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	УК-7.5. Владеет средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Обучение видам спорта						
1.1.	Легкая атлетика. Техника безопасности на занятиях легкой атлетикой. Техника скандинавской ходьбы. Техника бега на средние и длинные дистанции. Кардиотренировка с использованием внедорожного самоката (правой, левой ногами). ОФП, СФП.	Практические	1	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.2.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения в течение учебного дня. Самостоятельные тренировочные занятия. Ходьба 30-40 мин. в темпе 90-120 шаг/мин. Постепенно увеличивая до 1 часа и повысить темп до 120-140 шаг/мин или оздоровительный бег от 5 до 10 мин на 1 км. Пульс для начинающих 120-130 уд/мин, со средним уровнем подготовленности 130-145 уд/мин, с высоким 150-165 уд/мин и выше уд/мин. Плавание - в начальном периоде занятий время пребывания в воде от 10-15 до 30-45 мин. Рекомендуется преодолевать за это время отрезки 600-700м, постепенно увеличивая до 700-800м, а затем до 1000-1200м. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	1	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.3.	Техника кроссового бега (бег по пересеченной местности). Техника челночного бега. Кардиотренировка с использованием внедорожного самоката (правой, левой ногами). ОФП, СФП.	Практические	1	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.4.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения в течение учебного дня. Самостоятельные тренировочные занятия. Ходьба 30-40 мин. в темпе 90-120 шаг/мин. Постепенно увеличивая до 1 часа и повысить темп до 120-140 шаг/мин или оздоровительный бег от 5 до 10 мин на 1 км. Пульс для начинающих 120-130 уд/мин, со средним уровнем подготовленности 130-145 уд/мин, с высоким 150-165 уд/мин и выше уд/мин. Плавание - в начальном периоде занятий время	Сам. работа	1	6	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	пребывания в воде от 10-15 до 30-45 мин. Рекомендуется преодолевать за это время отрезки 600-700м, постепенно увеличивая до 700-800м, а затем до 1000-1200м. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.					
1.5.	Техника прыжка в длину с места. Бег на средние и длинные дистанции. Кардиотренировка с использованием внедорожного самоката (правой, левой ногами). ОФП, СФП.	Практические	1	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.6.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения в течение учебного дня. Самостоятельные тренировочные занятия. Ходьба 30-40 мин. в темпе 90-120 шаг/мин. Постепенно увеличивая до 1 часа и повысить темп до 120-140 шаг/мин или оздоровительный бег от 5 до 10 мин на 1 км. Пульс для начинающих 120-130 уд/мин, со средним уровнем подготовленности 130-145 уд/мин, с высоким 150-165 уд/мин и выше уд/мин. Плавание - в начальном периоде занятий время пребывания в воде от 10-15 до 30-45 мин. Рекомендуется преодолевать за это время отрезки 600-700м, постепенно увеличивая до 700-800м, а затем до 1000-1200м. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	1	6	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.7.	Баскетбол. Техника безопасности на занятиях по баскетболу. Правила игры. Техника нападения. Передвижения/перемещения. Техника владения мячом.	Практические	1	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.					
1.8.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	1	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.9.	Техника защиты. Техника передвижений. Техника овладения мячом и противодействия. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	1	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.10.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	1	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.11.	Финты и сочетание приемов. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	1	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.12.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	1	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.13.	Тактика нападения. Тактические действия в защите. Игровая подготовка. (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	1	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.14.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	1	6	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.15.	Волейбол. Техника безопасности на занятиях по волейболу. Правила игры. Техника игры в нападении. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	1	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.16.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	1	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.17.	Техника игры в защите. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	1	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.18.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	1	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.19.	Тактика игры в нападении. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	1	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.20.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	1	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.21.	Тактические действия в защите. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	1	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.22.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	1	6	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
Раздел 2. Обучение видам спорта						
2.1.	Лыжная подготовка. Техника безопасности на занятиях лыжной подготовкой. Классические лыжные ходы. Прохождение дистанции.	Практические	2	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.2.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ходьба на лыжах для начинающих 3-4 км, постепенно увеличивая дистанцию до 8-10 км. Продолжительность первых занятий 30-60 мин, постепенно увеличивая до 1,5-2 часов. Упражнения, направленные на развитие силы и гибкости. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	2	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.3.	Обучение различными способами подъемов на лыжах. Прохождение дистанции.	Практические	2	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.4.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ходьба на лыжах для начинающих 3-4 км, постепенно увеличивая дистанцию до 8-10 км. Продолжительность первых занятий 30-60 мин, постепенно увеличивая до 1,5-2 часов. Упражнения, направленные на развитие силы и гибкости. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	2	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.5.	Обучение способам спусков на лыжах (основная (средняя), высокая, низкая стойки и стойка отдыха). Прохождение дистанции.	Практические	2	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.6.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ходьба на лыжах для начинающих 3-4 км, постепенно увеличивая дистанцию до 8-10 км. Продолжительность первых занятий 30-60 мин, постепенно увеличивая до 1,5-2 часов. Упражнения, направленные на развитие силы и гибкости. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	2	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.7.	Обучение торможению на лыжах (торможение плугом, торможение упором, торможение палками, торможение падением). Прохождение дистанции.	Практические	2	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.8.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ходьба на лыжах для начинающих 3-4 км, постепенно увеличивая дистанцию до 8-10 км. Продолжительность первых занятий 30-60 мин, постепенно увеличивая до 1,5-2 часов. Упражнения, направленные на развитие силы и гибкости. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	2	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.9.	Обучение поворотам в движении и на месте (поворот переступанием,	Практические	2	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	поворот плугом, поворот на месте). Прохождение дистанции.					
2.10.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ходьба на лыжах для начинающих 3-4 км, постепенно увеличивая дистанцию до 8-10 км. Продолжительность первых занятий 30-60 мин, постепенно увеличивая до 1,5-2 часов. Упражнения, направленные на развитие силы и гибкости. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	2	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.11.	Баскетбол. Техника безопасности на занятиях по баскетболу. Техника нападения. Техника владения мячом. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	2	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.12.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	2	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.13.	Техника защиты. Техника овладения мячом и противодействия. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	2	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.14.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	2	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.15.	Финты и сочетание приемов. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	2	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.16.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	2	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.17.	Тактика нападения. Тактические действия в защите. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	2	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.18.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	2	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.19.	Волейбол. Техника безопасности на занятиях по волейболу. Техника игры в нападении. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	2	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.20.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	2	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.21.	Техника игры в защите. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	2	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.22.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	2	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.23.	Тактика игры в нападении. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	2	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.24.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	2	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.25.	Тактические действия в защите. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	2	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.26.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	2	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
Раздел 3. Совершенствование по видам спорта						
3.1.	Легкая атлетика. Техника безопасности на занятиях легкой атлетикой.	Практические	3	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	Скандинавская ходьба. Бег на средние и длинные дистанции. Фартлек (интервальная циклическая тренировка). Кардиотренировка с использованием внедорожного самоката (правой, левой ногами). ОФП, СФП.					
3.2.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения в течение учебного дня. Самостоятельные тренировочные занятия Ходьба 30-40 мин. в темпе 90-120 шаг/мин. Постепенно увеличивая до 1 часа и повысить темп до 120-140 шаг/мин. или оздоровительный бег от 5 до 10 мин на 1 км. Пульс для начинающих 120-130 уд/мин, со средним уровнем подготовленности 130-145 уд/мин, с высоким 150-165 уд/мин и выше уд/мин. Плавание - в начальном периоде занятий время пребывания в воде от 10-15 до 30-45 мин. Рекомендуется преодолевать за это время отрезки 600-700м, постепенно увеличивая до 700-800м, а затем до 1000-1200м. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	3	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.3.	Кроссовый бег (бег по пересеченной местности). Фартлек (интервальная циклическая тренировка). Кардиотренировка с использованием внедорожного самоката (правой, левой ногами). ОФП, СФП.	Практические	3	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.4.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения в течение учебного дня. Самостоятельные тренировочные занятия. Ходьба 30-40 мин. в темпе 90-120 шаг/мин. Постепенно	Сам. работа	3	6	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	увеличивая до 1 часа и повысить темп до 120-140 шаг/мин. или оздоровительный бег от 5 до 10 мин на 1 км. Пульс для начинающих 120-130 уд/мин, со средним уровнем подготовленности 130-145 уд/мин, с высоким 150-165 уд/мин и выше уд/мин. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.					
3.5.	Челночный бег. Прыжки в длину с места. Кроссовый бег (бег по пересеченной местности). Фартлек (интервальная циклическая тренировка). Кардиотренировка с использованием внедорожного самоката (правой, левой ногами). ОФП, СФП.	Практические	3	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.6.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения в течение учебного дня. Самостоятельные тренировочные занятия. Ходьба 30-40 мин. в темпе 90-120 шаг/мин. Постепенно увеличивая до 1 часа и повысить темп до 120-140 шаг/мин. или оздоровительный бег от 5 до 10 мин на 1 км. Пульс для начинающих 120-130 уд/мин, со средним уровнем подготовленности 130-145 уд/мин, с высоким 150-165 уд/мин и выше уд/мин. Плавание - в начальном периоде занятий время пребывания в воде от 10-15 до 30-45 мин. Рекомендуется преодолевать за это время отрезки 600-700м, постепенно увеличивая до 700-800м, а затем до 1000-1200м. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	3	6	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
3.7.	Баскетбол. Техника безопасности на занятиях по баскетболу. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	3	10	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.8.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	3	18	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.9.	Волейбол. Техника безопасности на занятиях по волейболу. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	3	10	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.10.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	3	18	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
Раздел 4. Совершенствование по видам спорта.						
4.1.	Лыжная подготовка. Техника безопасности на занятиях лыжной подготовкой. Коньковые способы лыжных ходов. Прохождение дистанции.	Практические	4	6	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
4.2.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ходьба на лыжах для начинающих 3-4 км, постепенно увеличивая дистанцию до 8-10 км. Продолжительность первых занятий 30-60 мин, постепенно увеличивая до 1,5-2 часов. Упражнения, направленные на развитие силы и гибкости. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	4	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
4.3.	Стойки на спусках, преодоление неровностей (основная, высокая и низкая стойки). Прохождение дистанции.	Практические	4	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
4.4.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ходьба на лыжах для начинающих 3-4 км, постепенно увеличивая дистанцию до 8-10 км. Продолжительность первых занятий 30-60 мин, постепенно увеличивая до 1,5-2 часов. Упражнения, направленные на развитие силы и гибкости. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	4	6	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
4.5.	Прохождение дистанции.	Практические	4	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
4.6.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ходьба на лыжах для начинающих 3-4 км, постепенно увеличивая дистанцию до 8-10 км. Продолжительность первых занятий 30-60 мин, постепенно увеличивая до 1,5-2 часов. Упражнения, направленные на развитие силы и гибкости. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	4	6	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
4.7.	Баскетбол. Техника безопасности на занятиях по баскетболу. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	4	12	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
4.8.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	4	14	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
4.9.	Волейбол. Техника безопасности на занятиях по волейболу. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	4	12	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
4.10.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	4	14	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
<p>Тесты (нормативы) для проведения текущего контроля</p> <p>Тесты оценки спортивно-технической подготовленности (баскетбол)</p> <p>№ п/п-----Тесты ----Женщины ----Мужчины Оценка 5-----4-----3-----2 5-----4-----3-----2</p> <p>1. Штрафной бросок (кол-во попаданий из 7 попыток) >3-----2-----1-----0 >4-----3-----2-----1</p> <p>2. Ведение мяча 20 м правой или левой руками (сек) 4,5-----4,8-----5,1-----5,4 3,5-----3,8-----4,1-----4,4</p> <p>3. Передача и ловля мяча (после отскока) от стенки с расстояния 2м за 30сек. (кол-во раз) 25-----23-----21-----19 30-----28-----26-----24</p> <p>Тесты по спортивно-технической подготовленности (волейбол)</p> <p>№ п/п Тесты Женщины Мужчины Оценка 5-----4-----3-----2 5-----4-----3-----2</p> <p>1. Передача сверху двумя руками над собой (кол-во раз) 20-----15-----10-----5 20-----15-----10-----5</p> <p>2. Передача снизу двумя руками над собой (кол-во раз)-----15-----10-----5-----1 15-----10-----5-----1</p> <p>3. Подача из любой части лицевой линии (из 7 попыток) -----7-----5-----3-----1 7-----5-----3-----1</p> <p>Критерии оценивания. "зачтено" Обучающийся должен сдать шесть тестов по спортивно-технической подготовленности не менее чем на оценку «удовлетворительно». "не зачтено" Обучающийся не сдал шесть тестов или получил оценку неудовлетворительно.</p> <p>Тесты (нормативы) для проведения промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины</p> <p>Тест оценки функциональной подготовленности / женщины, мужчины (Ж,М)</p> <p>№ п/п Тесты -----Единица измерения-----Пол -----Оценка-----5-----4-----3-----2</p> <p>1. Проба Мартине (20 приседаний за 30 секунд)-----%-----м/ж <20% -----21-40%-----41-65%-----более 66%</p> <p>2. Проба Штанге-----мин., сек-----м\ж-----в норме 40-55 и более</p>

Тесты оценки физической подготовленности
ЖЕНЩИНЫ

№ п/п-----Тесты-----Единицы измерения-----5-----4-----3-----2

1. Кросс по пересеченной местности 1 км -----мин., сек. 4.30-----5.00-----5.30-----6.00
2. Скандинавская ходьба (для студентов под. группы) км-----5-----4-----3-----2
3. Прыжок в длину с места см-----180-----170-----160-----150
4. Челночный бег 4х9-----сек-----9.8-----10.2-----10.7-----11.00
5. Поднимание туловища из положения, лежа на спине, руки за головой, ноги закреплены кол-во раз-----40-----30-----20-----10
6. Сгибание и разгибание рук в упоре от гимнастической скамейки кол-во раз-----14-----12-----10-----8
7. Наклон вперед из и. п. сед ноги врозь (40 см) см-----13-----11-----9-----7
8. Броски (одной рукой) и ловля теннисного мяча двумя руками с расстояния 1 метра от стенки за 30 сек кол-во раз-----35-----30-----25-----20
9. Бег на лыжах 1 км мин., сек.-----6.00-----6.30-----7.00-----7.30

Обязательные тесты для женщин:

1. Кросс по пересеченной местности 1 км или бег на лыжах 1 км;
2. Прыжок в длину с места или челночный бег 4х9;
3. Поднимание туловища из положения, лежа на спине, руки за головой, ноги закреплены или сгибание и разгибание рук в упоре от гимнастической скамейки;
4. Наклон вперед из и. п. сед ноги врозь (40 см);
5. Броски (одной рукой) и ловля теннисного мяча двумя руками с расстояния 1 метра от стенки за 30 сек.

МУЖЧИНЫ

№ п/п Тесты Единица измерения 5 4 3 2

1. Кросс по пересеченной местности 1 км-----мин., сек.-----4.00-----4.30-----5.00-----5.30
2. Скандинавская ходьба (для студентов под. группы)-----км-----6-----5-----4-----3
3. Прыжок в длину с места-----см-----2.40-----2.30-----2.20-----2.10
4. Челночный бег 4х9-----сек.-----9.2-----9.6-----10.1-----10.5
5. Поднимание туловища из положения, лежа на спине, руки за головой, ноги закреплены -----кол-во раз-----50-----40-----30-----20
6. Подтягивание из виса на высокой перекладине -----кол-во раз-----13-----10-----9-----7
7. Наклон вперед из и. п. сед ноги врозь (40 см)-----см-----11-----9-----7-----5
8. Броски (одной рукой) и ловля теннисного мяча двумя руками с расстояния 1 метра от стенки за 30 сек - кол-во раз-----40-----35-----30-----25
9. Бег на лыжах 1 км-----мин., сек.-----5.30-----6.00-----6.30-----7.00

Обязательные тесты для мужчин:

1. Кросс по пересеченной местности 1 км или бег на лыжах 1 км;
2. Прыжок в длину с места или челночный бег 4х9;
3. Подтягивание из виса на высокой перекладине или поднимание туловища из положения, лежа на спине, руки за головой, ноги закреплены;
4. Наклон вперед из и. п. сед ноги врозь (40 см);
5. Броски (одной рукой) и ловля теннисного мяча двумя руками с расстояния 1 метра от стенки за 30 сек.

Критерии оценивания.

"зачтено" Обучающийся должен сдать пять обязательных тестов по физической подготовленности и два обязательных теста по функциональной подготовленности не менее чем на оценку «удовлетворительно».
"не зачтено" Обучающийся не сдал обязательные тесты или получил оценку неудовлетворительно.

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Не предусмотрено

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация оценивается обязательными тестами по функциональной и физической подготовленности.

(Ж, М) - сдают два теста по функциональной подготовленности, и пять обязательных тестов по физической подготовленности.
Тесты по физической подготовленности для (М) и (Ж) отличаются по гендерному различию (см. контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины).
Обучающимся необходимо сдать вышеперечисленные тесты не менее чем на оценку "удовлетворительно".
Примечание. Тесты по функциональной, физической и спортивно-технической подготовленности проводятся с учетом показаний и противопоказаний для студентов подготовительной группы. Студенты, которые не прошли медицинское обследование к сдаче нормативов (тестов) не допускаются.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Конева Е.В.	Спортивные игры. Правила, техника, тактика.: учебное пособие для вузов	М: Юрайт , 2020	https://urait.ru/bcode/456321
Л1.2	Кондакова В.Л.	Самостоятельная работа студента по физической культуре: учебное пособие	М: Юрайт , 2021	https://urait.ru/viewer/samostoyatelnaya-rabota-studenta-po-fizicheskoy-kulture-476334#page/1
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Зайцев А.А.	Элективные курсы по физической культуре и спорту. Практическая подготовка. : учебное пособие	М.: Юрайт, 2021	https://urait.ru/viewer/elektivnye-kursy-po-fizicheskoy-kulture-i-sportu-prakticheskaya-podgotovka-476677#page/1
Л2.2	Жданкина Е.Ф., Добрынин И.М. и др.	Физическая культура. Лыжная подготовка: учебное пособие для ВУЗов: учебное пособие для ВУЗов	М:Юрайт , 2020	https://urait.ru/viewer/fizicheskaya-kultura-lyzhnaya-podgotovka-453244#page/1
6.1.3. Дополнительные источники				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л3.1	Белоуско Д.В.	Основы обучения двигательным действиям и развития физических качеств : Учебно-методическое пособие	Барнаул:АлтГУ , 2015	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/926
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	ЭБС АлтГУ		http://elibrary.asu.ru/	

Э2	ЭБС "Юрайт"	https://biblio-online.ru/
Э3	Курс в Moodle "Элективные дисциплины по физической культуре и спорту"	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=2316
6.3. Перечень программного обеспечения		
<p>Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно); Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно); Chrome (http://www.chromium.org/chromium-os/licenses), (бессрочно); 7-Zip (http://www.7-zip.org/license.txt), (бессрочно); AcrobatReader (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно); ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно); LibreOffice (https://ru.libreoffice.org/), (бессрочно); Веб-браузер Chromium (https://www.chromium.org/Home/), (бессрочно); Антивирус Касперский (https://www.kaspersky.ru/), (до 23 июня 2024); Архиватор Ark (https://apps.kde.org/ark/), (бессрочно); Okular (https://okular.kde.org/ru/download/), (бессрочно); Редактор изображений Gimp (https://www.gimp.org/), (бессрочно)</p>		
6.4. Перечень информационных справочных систем		
<p>СПС КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс АлтГУ или http://www.consultant.ru/). Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com); Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/); Научная электронная библиотека eLibrary (http://elibrary.ru) Электронный ресурс в системе "Moodle" https://portal.edu.asu.ru/enrol/index.php?id=2653</p>		

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
33СОК	зал аэробики	Амортизаторы резиновые; весы; воланы для бадминтона; гантели 1 кг; гимнастические палочки деревянные; гимнастические палочки металлические; динамометры кистевые; диски вращения; диск CD музыкальный; зеркала; коврики гимнастические (короткие); конусы пластиковые (маленькие); конусы пластиковые (большие); массажные палки; мат гимнастический зальный; музыкальный центр LG; колонки; мячи баскетбольные; мячи волейбольные; мячи резиновые; мячи теннисные; мячи утяжеленные; обручи гимнастические алюминиевые; перекладины на шведскую стенку; рабочее место преподавателя; ракетки для бадминтона; секундомеры; скакалки; спирометр; стенки шведские; степ-платформы деревянные; теп-платформы пластиковые; стул; тонометр автоматический; утяжелители; хореографические станки; эстафетные палочки деревянные.
35СОК	зал лфк, аэробики	Бодибары (палки гимнастические), 3 кг; гантели (0,5-1,5 кг); весы-жироанализаторы многофункциональные; динамометры кистевые; динамометр становой; зеркала; коврики гимнастические; мат гимнастический зальный; механический ростомер-рулетка со сматывающейся металлической лентой; мячи для большого тенниса; мячи массажные; пульсометры; перекладина гимнастическая; секундомер; скамьи; спирометры; стол теннисный; тонометр

Аудитория	Назначение	Оборудование
		автоматический; тонометры автоматические запястные; трекинговые палки; фитдиски; балансировочные подушки (медицинские балансировочные диски); хореографические станки; шагомеры.
35аСОК	тренажерный зал	Беговые дорожки; бицепс-трицепс ног; блины; блины обрезаемые; велотренажеры магнитные; весы; гантели (1-2 кг); гантели (5-40 кг); голень блок; грифы; замки; зеркала; коврики гимнастические (короткие); обруч гимнастический; пояса атлетические; рабочее место преподавателя; скамья 45-90°; скамьи атлета 0-90° кор.; скамья атлета горизонт.; скамьи «Гиперэкстензия»; скамья для прессы проф.; скамьи Жим 0°; скамья Жим 30°; скамья Жим из-за головы; скамья Французский жим; степ-платформа; стойка для приседа; стойки под блины; стойки под гантели; стойка под грифы; стол для армрестлинга; тренажер бицепс-трицепс ног 50 кг; тренажер Голень-присед: тренажер Голень сидя; тренажер-качалка для мышц брюшного пресса; тренажер Жим из-за головы-Хаммер; тренажер Жим Смита; тренажер Кроссовер 2*75 кг; тренажер Машина Смита; тренажер Наутилус (100 кг); тренажер Ножной пресс; тренажер Разводка ног; тренажер Разводка рук сидя; тренажер Сводка ног 50 кг; тренажер Стул Скотта; тренажеры Тяга сверху; тренажер Фронтальная тяга; тренажер Хаммер-грудь; тренажер Хаммер-спина; тренажер эллиптический; тяга стоя; шведская стенка; шведская стенка напольная-твистор.
37СОК	спортивный зал	Воланы для бадминтона; коврики гимнастические (короткие); мат гимнастический зальный; мячи волейбольные; мячи теннисные; насос для мячей; обручи гимнастические; перекладина на шведскую стенку; рабочее место преподавателя; рулетка, ракетки для бадминтона; сетка волейбольная; скакалки; скамьи гимнастические; стенка шведская; стойки волейбольные; судейская вышка; табло волейбольное электронное.
Лыжная база ЛБ	строение и прилегающая территория	Ботинки лыжные; лыжи деревянные; лыжи пластиковые; обручи гимнастические; палки для скандинавской ходьбы; палки лыжные; скакалки; брусья гимнастические; рабочее место преподавателя; сетка волейбольная; снегоходы; стойки волейбольные.
Склад ЛБ	помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Ботинки лыжные; гири (24 кг); канат; лыжероллеры; лыжи деревянные; лыжи пластиковые; мячи баскетбольные; мячи волейбольные; мячи футбольные; палки для скандинавской ходьбы; палки лыжные; секундомеры.
Спортивный зал С		Воланы для бадминтона; гантели (1-5 кг); коврики гимнастические (короткие); коврики гимнастические (длинные); мат гимнастический зальный; мячи баскетбольные; мячи волейбольные; насос для мячей; обручи гимнастические; перекладина гимнастическая; перекладины на шведскую стенку; рулетка; рабочее место преподавателя; ракетки для бадминтона; секундомеры; сетка волейбольная; сетки баскетбольные; скамьи гимнастические; стенки шведские; стойки волейбольные; судейская вышка;

Аудитория	Назначение	Оборудование
		табло баскетбольное; тележка для мячей; щиты баскетбольные в сборе.

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина (модуль) «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» реализуется в виде практических занятий по видам спорта и самостоятельной работы студентов. В начале первого семестра обучающимся необходимо пройти медицинский осмотр (по графику). По результатам медицинского обследования студенты распределяются по учебным отделениям (основное, специальное, спортивное и отделение адаптивной физической культуры (АФК)). Обучающиеся, не прошедшие медицинского обследования с оформлением медицинского заключения о принадлежности к медицинской группе, к практическим занятиям не допускаются.

На практических занятиях обучающимся необходимо соблюдать меры безопасности, выполнять все требования преподавателя и методические указания. Для повышения функциональной, физической и спортивно-технической подготовленности необходимо посещать каждое практическое занятие за исключением уважительной причины (болезнь студента, подтверждающаяся медицинской справкой) и выполнять рекомендации по самостоятельной работе (см. РПД).

Занятия, пропущенные по уважительной причине, не отрабатываются.

Студенты, пропустившие учебные занятия без уважительной причины отрабатывают пропущенные занятия в соответствии с графиком отработок по дисциплине (модулю) «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту», утвержденным заведующим кафедрой физического воспитания АлтГУ. Отрабатывается каждая учебная пара.

Практические занятия для студентов специального отделения и отделения АФК осуществляется с учетом психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Учитываются показания и противопоказания для каждого студента. Использование средств физической культуры включает физические упражнения из различных видов спорта и современных оздоровительных методик и систем. Для их реализации используется индивидуально-дифференцированный подход.

Для групп специального отделения и отделения АФК в расписании планируются отдельные практические занятия.

Обучающиеся, освобожденные от практических занятий по дисциплине (модулю) «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» пишут и защищают рефераты.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

История мировой литературы и искусства

рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра общей и прикладной филологии, литературы и русского языка
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	6 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	216	Виды контроля по семестрам
в том числе:		экзамены: 2
аудиторные занятия	86	зачеты: 1
самостоятельная работа	103	
контроль	27	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		1 (2)		Итого	
	Неделя		18			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	20	20	18	18	38	38
Практические	26	26	22	22	48	48
Сам. работа	62	62	41	41	103	103
Часы на контроль	0	0	27	27	27	27
Итого	108	108	108	108	216	216

Программу составил(и):

к.ф.н., доцент, Ковалев Олег Александрович; к.ф.н., доцент, Романова Екатерина Геннадьевна

Рецензент(ы):

к.ф.н., доцент, Ковалев О.А.

Рабочая программа дисциплины

История мировой литературы и искусства

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра общей и прикладной филологии, литературы и русского языка

Протокол от 05.06.2023 г. № 8

Срок действия программы: 2023-2024 уч. г.

Заведующий кафедрой

Доронина С.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра общей и прикладной филологии, литературы и русского языка

Протокол от 05.06.2023 г. № 8

Заведующий кафедрой *Доронина С.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Освоение многообразия достижений мировой культуры. Формирование умения использования достижений мировой культуры для создания медиапродукта.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.04

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-3.1	Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса
ОПК-3.2	Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	Основные достижения мировой художественной культуры.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	Ориентироваться в мировой художественной культуре.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	Использования достижения мировой художественной культуры в процессе создания медиапродуктов.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Введение						
1.1.	Введение. Происхождение и ранние формы искусства	Лекции	1	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.2.	Античная мифология	Практические	1	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.3.	Чтение текстов, подготовка к практическим занятиям	Сам. работа	1	10	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л2.1, Л2.2
Раздел 2. Античность						

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.1.	Античное искусство	Лекции	1	4	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.1, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.2.	Гомеровский эпос	Практические	1	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.3.	Античная драматургия	Практические	1	4	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.4.	Чтение текстов, подготовка к практическим занятиям	Сам. работа	1	4	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л2.1, Л2.2
Раздел 3. Средние века						
3.1.	Искусство Средних веков	Лекции	1	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.1, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.2.	Данте и его "Божественная комедия"	Практические	1	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.3.	Чтение текстов, подготовка к практическим занятиям	Сам. работа	1	6	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л2.1, Л2.2
Раздел 4. Возрождение						
4.1.	Искусство Возрождения	Лекции	1	4	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.1, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
4.2.	Литература итальянского Возрождения	Практические	1	4	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
4.3.	Ренессанс во французской литературе	Практические	1	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
4.4.	Возрождение в Англии	Практические	1	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
4.5.	Чтение текстов, подготовка к практическим занятиям	Сам. работа	1	12	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л2.1, Л2.2
Раздел 5. XVII век						
5.1.	Искусство XVII века	Лекции	1	4	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.1, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
5.2.	Драматургия классицизма	Практические	1	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
5.3.	Чтение текстов, подготовка к практическим занятиям	Сам. работа	1	10	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 6. XVIII век						
6.1.	Искусство XVIII века	Лекции	1	4	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.1, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
6.2.	Просвещение в Англии	Практические	1	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
6.3.	Английская сатира XVIII века	Практические	1	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
6.4.	Немецкое Просвещение	Практические	1	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
6.5.	Чтение текстов, подготовка к практическим занятиям, подготовка к итоговой аттестации	Сам. работа	1	20	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л2.1, Л2.2
Раздел 7. XIX век						
7.1.	Искусство романтизма	Лекции	2	4	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
7.2.	Творчество Дж. Байрона	Практические	2	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
7.3.	Творчество Э. По	Практические	2	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
7.4.	Реализм в мировом искусстве	Лекции	2	4	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
7.5.	"Человеческая комедия" О. Бальзака	Практические	2	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
7.6.	Реализм в творчестве Г. Флобера	Практические	2	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
7.7.	Ш. Бодлер "Цветы зла"	Практические	2	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
7.8.	Драматургия символизма	Практические	2	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
7.9.	Чтение текстов, подготовка к практическим занятиям	Сам. работа	2	14	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
Раздел 8. XX век						
8.1.	Авангард и его практики	Лекции	2	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
8.2.	Эстетика и поэтика модернизма в мировом искусстве	Лекции	2	4	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
8.3.	Новеллистика Ф. Кафки	Практические	2	1	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
8.4.	У. Фолкнер. «Шум и ярость», техника «потока сознания»	Практические	2	1	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
8.5.	Жанр антиутопии в XX веке	Практические	2	1	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
8.6.	Театр абсурда	Практические	2	1	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
8.7.	Японская литература XX века	Практические	2	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
8.8.	Творчество К. Кизи, его кинематографическая рецепция	Практические	2	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
8.9.	Новеллы Х.Л. Борхеса	Практические	2	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
8.10.	Чтение текстов, подготовка к практическим занятиям	Сам. работа	2	16	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
8.11.	Постмодернизм в мировом искусстве	Лекции	2	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
Раздел 9. XXI век						
9.1.	Основные тенденции современной культуры	Лекции	2	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
9.2.	Чтение текстов, подготовка к итоговой аттестации	Сам. работа	2	11	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
<p>Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале "Цифровой университет АлтГУ": https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=3727</p> <p>Оценка сформированности компетенции ОПК-3: Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> <p>Примеры заданий закрытого типа:</p>

Вопрос 1. Что было написано на яблоке, из-за которого поссорились три богини – Гера, Афродита и Афина?

- а. Прекраснейшей
- б. Мудрейшей
- в. Величайшей
- г. Царице морской

Ответ: а

Вопрос 2. О какой греческой богине идет речь в этих строках?

...с женами сводит земными богов всеблаженных,
И сыновей они смертных бессмертным богам порождают,
Как и с мужами земными богинь она сводит блаженных.

- а. об Эос
- б. об Афродите
- в. о Деметре
- г. об Афине

Ответ: б

Вопрос 3. По какому случаю Сапфо написала этот гимн?

Эй, потолок поднимайте, –

О Гименей! –

Выше, плотники, выше!

О Гименей!

- а. похороны
- б. свадьба
- в. строительство нового дома

Ответ: б

Вопрос 4. Какой внутренний орган клюет орел, посланный Зевсом?

- а. желудок
- б. легкие
- в. сердце
- г. печень

Ответ: г

Вопрос 4. В храм какого бога греки приходили спать?

- а. Афродиты
- б. Асклепия
- в. Гелиоса

Ответ: б

Вопрос 6. Поворот к готике в Средние века начинается именно с этого искусства:

- а. архитектура
- б. литература
- в. скульптура
- г. живопись
- д. музыка

Ответ: а

Вопрос 7. События Троянской войны происходят именно в эту эпоху:

- а. эгейский или крито-микенский период (III–II тыс. до н. э.)
- б. гомеровский период (XI–IX века до н. э.),
- в. архаический период (VIII–VI века до н. э.)
- г. классический период (V–IV века до н. э.)
- д. эллинистический период (вторая половина IV – середина I века до н. э.)

Ответ: а

Вопрос 8. Крито-микенское искусство сходно с искусством этой древней цивилизации:

- а. Египет
- б. Индия
- в. Китай

г. Ассирия

Ответ: а

Вопрос 9. Эта бронзовая статуя – один из немногих хорошо сохранившихся греческих подлинников.

а. «Аполлон Бельведерский»

б. «Дельфийский возничий»

в. «Ника Самофракийская»

г. «Венера Милосская»

Ответ: б

Вопрос 10. С точки зрения современной науки:

а. миф возникает из ритуала

б. ритуал возникает из мифа

в. миф и ритуал взаимосвязаны

Ответ: в

Вопрос 11. Этот ученый считал мифы особой стадией в развитии мышления человека:

а. Люсьен Леви-Брюль (1857–1938)

б. Клод Леви-Стросс (1908–2009)

в. Бронислав Малиновский (1884–1942)

г. Елеазар Мелетинский (1918–2005)

Ответ: а

Вопрос 12. Чьи изображения преобладают в первобытных наскальных рисунках?

а. животных

б. людей

в. богов

г. растений

Ответ: а

Вопрос 13. Кто из перечисленных драматургов вошел в историю литературы как «отец комедии»?

а. Эсхил

б. Аристофан

в. Еврипид

г. Софокл

Ответ: б

Вопрос 14. Укажите верную последовательность рифм в терцинах:

а. aba bcb cdc ded e

б. aab bbc ccd dde e

в. aaa bbb ccc ddd

г. abc abc def def

Ответ: а

Вопрос 15. Сколько лет было Данте, когда он встретил Беатриче Портинари?

а. около 9

б. около 14

в. около 20

г. около 30

Ответ: а

Примеры заданий закрытого типа:

1. К какой партии принадлежал Данте?

Ответ: белые гвельфы

2. Укажите название города, из которого Данте был изгнан за свою политическую деятельность:

Ответ: Флоренция

3. Назовите имя «музы» и тайной возлюбленной итальянского поэта Данте Алигьери.

Ответ: Беатриче

4. Назовите город, где нашел своей последний приют и был похоронен Данте.

Ответ: Равенна

5. Каково первоначальное (авторское) название «Божественной комедии» Данте? Укажите название без кавычек.

Ответ: Комедия

6. Этим словом у Данте обозначается первый круг ада, где находятся некрещеные младенцы и добродетельные нехристиане:

Ответ: лимб

7. Этот поэт сопровождает Данте в его путешествии по аду:

Ответ: Вергилий

8. Как называется историческая область в Италии, административным центром которой является город Флоренция.

Ответ: Тоскана

9. Как называется книга Данте, написанная вскоре после смерти Беатриче и посвященная его любви к ней? Укажите название книги без кавычек.

Ответ: Новая Жизнь

10. Этот жанр Данте определяет как «поэтическое произведение среднего стиля с устрашающим началом и благополучным концом, написанное на народном языке»:

Ответ: комедия

11. Назовите фамилию самого известного переводчика «Божественной комедии» на русский язык:

Ответ: Лозинский

12. Кому принадлежит эпитет «божественная» в названии произведения Данте?

Ответ: Боккаччо

13. Назовите главное произведение Вергилия (без кавычек):

Ответ: Энеида

14. Кто сопровождает Данте в раю?

Ответ: Беатриче

15. Кто сопровождает Данте в «Чистилище»?

Ответ: Вергилий

16. Его туловище зажато камнем и льдом, а ноги, торчащие в пустой пещере, обращены к южному полушарию, где, прямо над его ступнями, встает из океанских волн гора Чистилища.

Ответ: Люцифер

17. Волчица, от которой ты в слезах,
Всех восходящих гонит, утесняя,
И убивает на своих путях;

Она такая лютая и злая,
Что ненасытно будет голодна,
Вслед за едой еще сильнее алкая.

Со всяческою тварью случена,
Она премногих соблазнит, но славный
Нагрянет ..., и кончится она.

Какой зверь победит волчицу?

Ответ: пес

18. «...В досужий час читали мы однажды
О Ланчелоте сладостный рассказ;

Одни мы были, был беспечен каждый.

Над книгой взоры встретились не раз,
И мы бледнели с тайным содроганьем;
Но дальше повесть победила нас.

Чуть мы прочли о том, как он лобзаньем
Прильнул к улыбке дорогого рта,
Тот, с кем навек я скована терзаньем,

Поцеловал, дрожа, мои уста.
И книга стала нашим Галеотом!
Никто из нас не дочитал листа».

Назовите имя рассказчицы.

Ответ: Франческа

19. На какой горе живут греческие боги?

Ответ: Олимп

20. Кто является главным греческим богом?

Ответ: Зевс

Критерии оценивания. Каждое задание оценивается 1 баллом.

"зачтено" - верно выполнено 50% заданий; "не зачтено" - верно выполнено 50% или менее 50% заданий.

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Не предусмотрены.

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра зачета или экзамена (для обучающихся, не получивших зачет по результатам текущей успеваемости по всему изученному курсу). Тест размещен в разделе «Промежуточная аттестация по дисциплине» онлайн-курса на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ».

Количество заданий в контрольно-измерительном материале (тесте) для промежуточной аттестации, составляет 30.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом.

Для зачета: «зачтено» – верно выполнено более 50% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 50% или менее 50% заданий.

Для экзамена: «отлично» – верно выполнено 85–100% заданий; «хорошо» – верно выполнено 70-84% заданий; «удовлетворительно» – верно выполнено 51-69% заданий; «неудовлетворительно» – верно выполнено 50% и менее 50% заданий.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Ильина Т.В.	История искусства Западной Европы от Античности до наших дней: Учебник	М. "Юрайт" //ЭБС "Юрайт", 2018	https://biblio-online.ru/book/46694ABC-134E-493E-A829-EB9427EF1612

Л1.2	Руднев, В.Н.	Эстетика. История мировой литературы и искусства : учебное пособие:	М. ; Берлин : Директ-Медиа, , 2015	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363409
Л1.3	Ильина Т.В., Фомина М.С	История искусства западной европы. От античности до наших дней:: учебник	Юрайт, , 2018	https://biblio-online.ru/book/istoriya-iskusstva-zapadnoy-evropy-ot-antichnosti-do-nashih-dney-431152
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Вёрман К.	История искусства всех времен и народов: Научные монографии	Директ-Медиа, 2015	http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=47520
Л2.2	Васильева М.Г.	История мировой литературы и искусства: учебное пособие	СибГУФК, 2013	biblioclub.ru/index.php?page=book&id=336083
6.1.3. Дополнительные источники				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л3.1	Н.В. Кирьянова	История мировой литературы и искусства. Учебное пособие:	Флинта, 2007	
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название	Эл. адрес		
Э1	Онлайн-курс на образовательном портале "Цифровой университет" АлтГУ	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=3393		
Э2	Онлайн-курс на образовательном портале "Цифровой университет" АлтГУ	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=1238		
6.3. Перечень программного обеспечения				
<p>Microsoft Windows 7 № 60674416 от 19.07.2012 г. (бессрочная) Microsoft Office 2010 № 60674416 от 19.07.2012 г. (бессрочная) Blender, условия использования по ссылке https://www.blender.org/about/license/ (бессрочная)</p> <p>7-Zip AcrobatReader</p>				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
<p>Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com); Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/); Научная электронная библиотекаelibrary(http://elibrary.ru)</p>				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
Учебная аудитория	для проведения занятий всех видов (дисциплинарной, междисциплинарной и модульной подготовки), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проекта (работы), проведения практики	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
Помещение для самостоятельной работы	помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Текущий контроль осуществляется на практических занятиях.

Промежуточная аттестация проводится по результатам работы студентов на практических занятиях. Аттестационные испытания проводятся преподавателем, ведущим лекционные занятия по данной дисциплине, или преподавателями, ведущими практические и лабораторные занятия (кроме устного экзамена). Присутствие посторонних лиц в ходе проведения аттестационных испытаний без разрешения ректора или проректора не допускается (за исключением работников университета, выполняющих контролирующие функции в соответствии со своими должностными обязанностями). В случае отсутствия ведущего преподавателя аттестационные испытания проводятся преподавателем, назначенным письменным распоряжением по кафедре (структурному подразделению).

Инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, имеющие нарушения опорно-двигательного аппарата, допускаются на аттестационные испытания в сопровождении ассистентов-сопровождающих.

Во время аттестационных испытаний обучающиеся могут пользоваться программой учебной дисциплины, а также с разрешения преподавателя справочной и нормативной литературой.

Оценка результатов устного аттестационного испытания объявляется обучающимся в день его проведения. При проведении письменных аттестационных испытаний или компьютерного тестирования – в день их проведения или не позднее следующего рабочего дня после их проведения.

Результаты выполнения аттестационных испытаний, проводимых в письменной форме, форме итоговой контрольной работы или компьютерного тестирования, должны быть объявлены обучающимся и выставлены в зачётные книжки не позднее следующего рабочего дня после их проведения. уемых компетенций. Зачет проводится в устной форме. На ответ студенту отводится 15 минут.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Компьютерные технологии в массмедиа рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	6 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	216	Виды контроля по семестрам
в том числе:		экзамены: 3
аудиторные занятия	86	диф. зачеты: 2
самостоятельная работа	103	
контроль	27	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (2)		2 (3)		Итого	
	Неделя		15,5			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	10	10	12	12	22	22
Лабораторные	32	32	32	32	64	64
Сам. работа	66	66	37	37	103	103
Часы на контроль	0	0	27	27	27	27
Итого	108	108	108	108	216	216

Программу составил(и):
Преподаватель, Боржиков Т.

Рецензент(ы):
к.соц.н., Доцент, Лапина Н.В.

Рабочая программа дисциплины
Компьютерные технологии в массмедиа

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11
Срок действия программы: 2022-2023 уч. г.

Заведующий кафедрой
д.социол.н., профессор А.В. Ковалева

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11
Заведующий кафедрой *д.социол.н., профессор А.В. Ковалева*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	<p>Целями освоения учебной дисциплины Компьютерные технологии в области медиа являются:</p> <ul style="list-style-type: none">- ознакомление студентов с идеологией и технологией работы на компьютере, необходимыми для самоорганизации и приобретения новых знаний и умений в области информационно-коммуникационных технологий;- формирование компьютерной грамотности и целостного представления о возможностях использования информационно-коммуникационных технологий при решении профессиональных задач в области медиа;- овладение практическими навыками самоорганизации и самообразования при изучении программ и программных пакетов. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none">- ознакомление студентов с основными принципами использования информационно-коммуникационных технологий при решении профессиональных задач в медиа;- получение практических навыков решения профессиональных задач в области медиа при помощи информационно-коммуникационных технологий;- изучение способов создания медиа-контента на основе самоорганизации и самообразования, в том числе в сети Интернет.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.О.04**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
-------	---

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	теоретические основы информатики и компьютерных технологий, необходимые для самоорганизации, самообразования и приобретения новых знаний и умений в области информационно-коммуникационных технологий; основные характеристики компьютера, компьютерных сетей и глобальной сети Интернет и методы работы в них, необходимые для решения профессиональных задач по обработке информации из различных источников и поиску информации и идей как на государственном языке Российской Федерации, так и на иностранном языке; основы растровой и векторной графики.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	использовать для решения профессиональных задач различные компьютерные приложения, графические редакторы, информационные системы; на основе самоорганизации и самообразования разрабатывать, сопровождать, оценивать эффективность веб-проектов, в том числе внутрикорпоративных ресурсов; на основе самоорганизации и самообразования создавать ресурсы в сети Интернет и осуществлять целевое и поисковое продвижение сайтов, пользоваться сервисами облачного хранилища.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыки работы с офисными документами, необходимых для решения профессиональных задач в области медиа; навыки работы с программами для создания и редактирования медиаконтента (AliveColors, Figma, kdenlive и др.) для решения профессиональных задач по поиску и обработке визуальной информации в сфере ПР и медиа.


4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Теоретические основы компьютерных технологий и информатики, знание которых необходимо для самоорганизации, самообразования и получения новых знаний с помощью информационно-коммуникационных технологий.						
1.1.	Общая характеристика IT-технологий и информационных процессов (лекция)	Лекции	2	2	ОПК-6	Л1.1
1.2.	Общая характеристика IT-технологий и информационных процессов	Сам. работа	2	8	ОПК-6	Л1.1
1.3.	Информационное общество и его «компьютеризация» (лекция)	Лекции	2	2	ОПК-6	Л1.1
1.4.	Общая характеристика компьютеров, компьютерной среды и компьютерных приложений (лекция)	Лекции	2	2	ОПК-6	Л1.1
1.5.	Информационные системы и информационные технологии	Сам. работа	2	8	ОПК-6	Л1.1
1.6.	Поиск информации в интернете. Работа с браузерами	Лабораторные	2	2	ОПК-6	Л1.1
1.7.	Методы и особенности хранения электронной информации в облачных сервисах	Лабораторные	2	1		Л1.1
Раздел 2. Применение приложений офисного пакета МойОфис для решения профессиональных задач по обработке информации.						
2.1.	Знакомство с экосистемой Mail.ru	Лабораторные	2	1	ОПК-6	Л1.1
2.2.	Знакомство с экосистемой Mail.ru	Сам. работа	2	2	ОПК-6	Л1.1
2.3.	Создание и редактирование текстовых документов в МойОфис	Лабораторные	2	4	ОПК-6	Л1.1
2.4.	Создание и редактирование текстовых документов в МойОфис	Сам. работа	2	8	ОПК-6	Л1.1
2.5.	Создание и редактирование табличных документов в МойОфис	Лабораторные	2	4	ОПК-6	Л1.1
2.6.	Создание и редактирование	Сам. работа	2	8	ОПК-6	Л1.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	табличных документов в МойОфис					
Раздел 3. Применение программ создания медиаконтента для решения профессиональных задач по обработке информации						
3.1.	Основы растровой и векторной графики (лекция)	Лекции	2	2	ОПК-6	Л1.1, Л1.2, Л2.1
3.2.	Обработка растровых изображений в графическом редакторе AliveColors	Лабораторные	2	12	ОПК-6	Л1.1, Л1.2, Л2.1
3.3.	Обработка растровых изображений в графическом редакторе AliveColors	Сам. работа	2	16	ОПК-6	Л1.1, Л1.2, Л2.1
3.4.	Создание векторных изображений в графическом онлайн-редакторе Figma	Лабораторные	2	8	ОПК-6	Л1.1, Л1.2, Л2.1
3.5.	Создание векторных изображений в графическом онлайн-редакторе Figma	Сам. работа	2	16	ОПК-6	Л1.1, Л1.2, Л2.1
3.6.	Теория звука. Виды и устройства звукозаписи (лекция)	Лекции	2	2	ОПК-6	Л1.1, Л2.1
3.7.	Обработка звука в профессиональном аудиоредакторе Audacity	Лабораторные	3	4	ОПК-6	Л1.1, Л2.1
3.8.	Обработка звука в профессиональном аудиоредакторе Audacity	Сам. работа	3	16	ОПК-6	Л1.1, Л2.1
3.9.	Теория видео: разрешение, битрейт, фреймрейт, цифровые стандарты	Лекции	3	2	ОПК-6	Л1.1, Л2.1
3.10.	Характеристики и инструменты записи видеофайлов. Кодеки и видеоформаты (лекция)	Лекции	3	2	ОПК-6	Л1.1, Л2.1
3.11.	Виды современных видеокамер. Настройка и эксплуатация (лекция)	Лекции	3	2	ОПК-6	Л1.1, Л2.1
3.12.	Настройка и эксплуатация DSLR-камеры	Сам. работа	3	8	ОПК-6	Л1.1, Л2.1
3.13.	Основы видеомонтажа. История видеомонтажа. Основные способы и	Лекции	3	2		Л1.1, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	механики монтажа видеороликов (лекция)					
3.14.	Видеомонтаж роликов в kdenlive и Movavi.	Лабораторные	3	16		Л1.1, Л2.1
3.15.	Видеомонтаж роликов в kdenlive и Movavi.	Сам. работа	3	7		Л1.1, Л2.1
Раздел 4. Практическое применение онлайн-сервисов и стриминговых сервисов для решения профессиональных задач по обработке информации.						
4.1.	История развития, классификация, особенность и популярность современных онлайн-сервисов для работы с медиапродуктами (лекция)	Лекции	3	2	ОПК-6	Л1.1, Л2.1
4.2.	Работа с онлайн-сервисами для разработки медиапродуктов	Сам. работа	3	6	ОПК-6	Л1.1, Л2.1
4.3.	Стриминговые сервисы	Лекции	3	2	ОПК-6	Л1.1, Л2.1
4.4.	Создание и управление прямой трансляцией в OBS Studio	Лабораторные	3	12	ОПК-6	Л1.1, Л2.1

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	
См. приложение	
5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)	
См. приложение	
5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации	
См. приложение	
Приложения	
Приложение 1.  ФОС_Компьютерные технологии в массмедиа_РиСО.docx	

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес

Л1.1	Советов Б. Я., Цехановский В. В.	Информационные технологии:	М. : Юрайт, 2022	https://urait.ru/book/informacionnye-tehnologii-489604
Л1.2	Колошкина И. Е., Селезнев В. А., Дмитrochenко С. А	Компьютерная графика:	М. : Юрайт, 2022	https://urait.ru/book/kompyuternaya-grafika-490997
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Лаврентьев А. Н., Жердев Е. В.	Цифровые технологии в дизайне:	М. : Юрайт, 2022	https://urait.ru/book/cifrovye-tehnologii-v-dizayne-istoriya-teoriya-praktika-493320
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название	Эл. адрес		
Э1	Сайт библиотеки АлтГУ	www.lib.asu.ru		
Э2	Электронно-библиотечная система издательства "Лань"	www.e.lanbook.com		
Э3	Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека online"	www.biblioclub.ru		
Э4	Курс в Moodle "Компьютерные технологии в области медиа"	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=9092		
6.3. Перечень программного обеспечения				
<p>Microsoft Windows Google Chrome 7-Zip AcrobatReader Kdenlive Adobe Creative Cloud Movavi Unlimited Audacity Figma (веб-версия) МойОфис (веб-версия) OBS Studio</p>				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
<p>Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com) Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/) Научная электронная библиотека elibrary (http://elibrary.ru)</p>				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)

Аудитория	Назначение	Оборудование
	проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	
415Д	специализированный компьютерный класс кафедры связей с общественностью и рекламы - компьютерный класс - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 16 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1шт.; системный блок: IntelCore 2 DuoE7400 -17 шт.; сервер: системный блок: AquariusIntelPentiumD; монитор: Acer V173 B -16 шт.; монитор: Acer V193W 1 шт.; телевизор Samsung
320Л	медиаотека, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица
106Л	помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Стеллажи – 3 шт. осциллограф, паяльная станция, источник тока, переносные ноутбуки

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции и практические занятия, а также самостоятельную работу. Изучение дисциплины завершается экзаменом. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоновку новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие — это форма организации обучения, представляющая собой аудиторную самостоятельную практическую и исследовательскую работу студентов с целью углубления и закрепления теоретических знаний, развития навыков самостоятельного экспериментирования и творчества под руководством преподавателя и по его заданию. Лабораторное занятие позволяет сформировать у студентов практические умения и навыки обращения с оборудованием и программным обеспечением, владение которыми составляет часть профессиональной практической подготовки.

Практическая работа как вид учебного занятия проводится в специально оборудованных учебных лабораториях (компьютерных классах). Продолжительность - два академических часа. Необходимыми структурными элементами лабораторной работы, помимо самостоятельной деятельности студентов, являются инструктаж, проводимый преподавателем, а также проверка и обсуждение им итогов выполнения лабораторной работы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др.; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны выполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует: руководствоваться графиком самостоятельной работы, выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Экзамен. Подготовка к экзамену ведется на основе полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы. При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеется один теоретический вопрос и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Медиааналитика рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	6 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	216	Виды контроля по семестрам
в том числе:		экзамены: 8
аудиторные занятия	86	зачеты: 7
самостоятельная работа	103	
контроль	27	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	4 (7)		4 (8)		Итого	
	16,5		11			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	18	18	20	20	38	38
Практические	24	24	24	24	48	48
Сам. работа	30	30	73	73	103	103
Часы на контроль	0	0	27	27	27	27
Итого	72	72	144	144	216	216

Программу составил(и):
к.социол.наук, доцент, Василенко И.А.

Рецензент(ы):
Телеведущий ГТРК "Алтай", Долгова Т.Н.

Рабочая программа дисциплины
Медиааналитика

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Срок действия программы: 2023-2026 уч. г.

Заведующий кафедрой
д.социол.н., профессор Ковалева А.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Заведующий кафедрой *д.социол.н., профессор Ковалева А.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Цель освоения учебной дисциплины - ознакомить студентов с анализом процесса кодировки и интерпретации рекламного сообщения, способов передачи того или иного содержания, а также исследованием сообщения через категории, ценности, потребности, к которым отсылает эта реклама, анализом и статистикой рекламы и аудитории. Медианалитика как дисциплина наиболее востребована в качестве исследования медиаполя компаний, брендов, продуктов, ведомств, НКО и персоналий. Основные цели таких проектов — формирование, оценка или корректировка стратегии продвижения и коммуникационной политики, оценка имиджевых угроз.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.О.04**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-2.1	Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
ОПК-2.2	Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
ОПК-4.1	Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
ОПК-4.2	Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий /групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	теоретико-методологические основы медианалитики; содержание основных этапов медиааналитического исследования; параметры, метрики и показатели эффективности (KPI), используемые для оценки коммуникаций;
3.2.	Уметь:
3.2.1.	применять понятийный аппарат медианалитики при исследовании коммуникационных программ и мероприятий; оценивать качество сложившегося вокруг компании или бренда информационного поля; использовать информационные технологии для разработки отчетности перед руководством / рапорта о проделанном анализе медиа.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками использования информационных технологий для анализа потребностей и тенденций рынка (по данным СМИ и социальных медиа); навыками определения ключевых СМИ, лояльных и нелояльных журналистов, а также

основных экспертов и спикеров; навыками формирования комплексной информационной политики любой компании или публичной персоны.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. 1. Медиааналитика как прикладная дисциплина						
1.1.	Основные задачи и возможности медиаанализа	Лекции	7	4	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.2.	Основные задачи и возможности медиаанализа	Практические	7	4	ОПК-4.2, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.3.	Основные задачи и возможности медиаанализа	Сам. работа	7	8	ОПК-4.2, ОПК-2.1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.4.	Медиаизмерения и оценка PR-кампаний	Лекции	7	6	ОПК-4.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.5.	Медиаизмерения и оценка PR-кампаний	Практические	7	8	ОПК-4.2, ОПК-2.1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.6.	Медиаизмерения и оценка PR-кампаний	Сам. работа	7	8	ОПК-4.1, ОПК-2.1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.7.	Этапы и результаты медиааналитического исследования	Лекции	7	4	ОПК-4.2, ОПК-2.1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.8.	Этапы и результаты медиааналитического исследования	Практические	7	8	ОПК-4.1, ОПК-2.2	
1.9.	Этапы и результаты медиааналитического исследования	Сам. работа	7	8	ОПК-4.1, ОПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
Раздел 2. 2. Оценка коммуникаций: параметры, метрики, выбор показателей эффективности (KPI)						
2.1.	Наиболее часто используемые простые параметры исследования публикаций	Лекции	7	4	ОПК-4.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.2.	Наиболее часто используемые простые параметры исследования публикаций	Практические	7	4	ОПК-4.2, ОПК-2.1	
2.3.	Наиболее часто используемые простые параметры	Сам. работа	7	6	ОПК-4.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	исследования публикаций					
2.4.	Метрики, служащие анализу СМИ	Лекции	8	4	ОПК-4.2, ОПК-2.1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.5.	Метрики, служащие анализу СМИ	Практические	8	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.6.	Метрики, служащие анализу СМИ	Сам. работа	8	14	ОПК-4.1, ОПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.7.	Интегральные метрики оценки СМИ	Лекции	8	4	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.8.	Интегральные метрики оценки СМИ	Практические	8	2	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.9.	Интегральные метрики оценки СМИ	Сам. работа	8	14	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.10.	Метрики для анализа социальных медиа	Лекции	8	2	ОПК-4.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.11.	Метрики для анализа социальных медиа	Практические	8	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.12.	Метрики для анализа социальных медиа	Сам. работа	8	14	ОПК-4.1, ОПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.13.	Система KPI PR-специалиста: СМИ	Лекции	8	4	ОПК-4.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.14.	Система KPI PR-специалиста: СМИ	Практические	8	2	ОПК-4.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.15.	Система KPI PR-специалиста: СМИ	Сам. работа	8	14	ОПК-4.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.16.	Система KPI PR-специалиста: Social Media	Лекции	8	6	ОПК-4.2, ОПК-2.1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.17.	Система KPI PR-специалиста: Social Media	Практические	8	6	ОПК-4.2, ОПК-2.1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.18.	Система KPI PR-специалиста: Social Media	Сам. работа	8	9	ОПК-4.2, ОПК-2.1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.19.	Исследование целевых аудиторий — общие рекомендации	Практические	8	4	ОПК-4.2, ОПК-2.1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.20.	Исследование целевых аудиторий — общие рекомендации	Сам. работа	8	4	ОПК-4.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.21.	Оценка удовлетворенности клиентов PR-агентств: общие рекомендации	Практические	8	6	ОПК-4.1, ОПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.22.	Оценка удовлетворенности клиентов PR-агентств: общие рекомендации	Сам. работа	8	4		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.23.		Зачет	7	0		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.24.		Зачет с оценкой	8	27		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ» - <https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=10847>

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ ОПК-4: Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. опросная техника, позволяющая установить количество людей, знающих об объектах исследования (компаниях, персонах, марках и т.п.) с подсказкой, когда опрашиваемый выбирает известное из предложенного списка. см. осведомленность, спонтанная известность

- а. знание с подсказкой
- б. вопрос с подсказкой
- в. опрос с подсказкой
- г. ответы-подсказки

Ответ: а

Вопрос 2. В.А.S.I.C.– это модель планирования исследования, с помощью которой можно определить, на каком этапе коммуникативного проекта находится исследуемый объект. Что является ее элементами?

- а. знание, интерес, информированность, действие, адвокация.
- б. незнание, поиск информации, знание, поддержание актуальности, адвокация
- в. формирование осведомленности, наличие продвинутых знаний, поддержание актуальности, стимул к действию, отстаивание позиции.
- г. незнание, осведомленность, адвокация, поддержание актуальности, стимул к действию

Ответ: в

Вопрос 3. Показатель воздействия вложений в PR-компанию – это...

- а. PR ROI
- б. CTR
- в. SMM
- г. KPI

Ответ: а

Вопрос 4. SM-конверсия - это

- а. метрика, которая показывает количество полученных комментариев по сравнению с общим количеством постов
- б. метрика, которая показывает количество полученных репостов по сравнению с общим количеством постов
- в. метрика, которая показывает количество полученных лайков по сравнению с общим количеством постов
- г. метрика, которая показывает количество полученных отзывов по сравнению с общим количеством постов.

Ответ:

Вопрос 5. На чем основывается Social Media Favourability Index - метрика, применяемая для анализа позиционирования объекта в блогосфере?

- а. на оценке частоты высказываний авторов об объекте исследования
- б. на оценке тональности высказываний пользователей об объекте исследования
- в. на оценке лояльности пользователей относительно объекта исследования
- г. на оценке UGC-контента

Ответ: б

Вопрос 6. Title Popularity Ranking (TPR) - профессиональная методика ранжирования печатных изданий. Она основывается на анализе популярности медиа среди кого?

- а. журналистов
- б. стейкхолдеров
- в. читателей
- г. рекламодателей

Ответ: а,в,г.

Вопрос 6. На основе чего рассчитывается Title Popularity Ranking (TPR)?

- а. охвата целевой аудитории, стоимости полосы рекламного пространства, цитируемости изданий в других СМИ, цитируемости изданий в социальных медиа.
- б. аудиторного охвата, стоимости полосы рекламного пространства, цитируемости изданий в других СМИ, цитируемости изданий в социальных медиа.
- в. аудиторного охвата, стоимости одного выхода, цитируемости изданий в других СМИ, цитируемости изданий в социальных медиа.
- г. аудиторного охвата, CTR, цитируемости изданий в других СМИ, цитируемости изданий в социальных медиа.

Ответ: б

Вопрос 7. Вирусный контент – это

- а. контент соответствующий запросу пользователя
- б. полезный для пользователя контент
- в. бесполезный контент
- г. быстрораспространяющийся контент

Ответ: г

Вопрос 8. По каким признакам происходит агрегирование в медиааналитике?

- а. по признаками тематической, целевой или эмоциональной направленности
- б. по признаками вирусности, охвата или эмоциональной направленности
- в. по признаками релевантности, тональности или эмоциональной направленности
- г. по признаками тематической, аудиторного охвата или эмоциональной направленности

Ответ: б

Вопрос 9. Анализ внешней среды в медиааналитике – это изучение...

- а. целевой аудитории, стейкхолдеров
- б. профессиональные, отраслевые или правительственные издания
- в. медиапредпочтений
- г. структуры медиарынка

Ответ: б

Вопрос 10. Анализ фреймов – это..

- а. исследовательская стратегия, ориентированная на выявление, фиксацию и изучение смысловых различий в медиатекстах.
- б. направление исследований сообщений СМИ и Новых Медиа, позволяющее выявить, описать и изучить устойчивые смысловые структуры
- в. воссоздание образа, содержания и внутренней структуры объекта (системы, процесса, явления)
- г. процедура, направленная на получение некоторого упрощенного описания

Ответ: б

Вопрос 11. Аналитическая реконструкция – это..

- а. воссоздание образа, содержания и внутренней структуры объекта
- б. исследовательская стратегия, ориентированная на выявление, фиксацию и изучение смысловых

различий в медиатекстах.

в. строго определенная последовательность (или описание последовательности) выполнения операций над некими сущностями, приводящих к заданному результату.

г. совокупность принципов методологического, организационного и технологического обеспечения мыслительной деятельности,

Ответ: а

Вопрос 12. Направление изучения медиатекстов, получившее широкое распространение в рамках социолингвистической парадигмы исследований контента СМИ – это..

а. дискурс-анализ

б. дискурс новых медиа

в. диссипация

г. бифуркация

Ответ: а

Вопрос 13. Процедура поиска и сравнения различных форм речевой практики в Новых медиа, построенной по стандартам традиционных, национально определяемых правил общения, не позволяющих пользователям выйти за пределы системы регулятивной организации речи –это..

а. дискурс-анализ

б. жанровый анализ

в. извлечение знаний

г. инноватика

Ответ: б

Вопрос 14. Стратегия интерпретации сообщений Новых медиа, которая подразумевает, что текст взаимодействует с другими текстами и это отражается в его содержании и форме.

а. интертекстуальный анализ

б. интеркодирование

в. извлечение знаний

г. дискурс-анализ

Ответ: б

Вопрос 15. Заработанный охват – это...

а. рекламирование или информационное освещение, осуществляемые в силу событийной ценности или актуальности информации и/или влияния редакционной статьи.

б. инфоповод, вызывающий бурную реакцию аудитории

в. виральный контент

Ответ: а

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Перечислите возможные задачи медиааналитики.

Ответ: Оценка степени заинтересованности СМИ и социальных медиа в деятельности компании, качества сложившегося вокруг компании или бренда информационного поля, сравнительный анализ качества медиаполя целевой компании с конкурентами, оценка медийной активности представителей компании, оценка эффективности разовых PR-мероприятий, оценка эффективности PR-деятельности в СМИ и соцмедиа на регулярной основе (по ключевым показателям эффективности). Это касается как эффективности пресс-службы в целом, так и ее различных подразделений или отдельных сотрудников, оценка репутации и имиджа компании или бренда по данным СМИ и социальных медиа.

Вопрос 2. Назовите системы автоматизированного медиаанализа.

Ответ: Медиалогия, BrandAnalytics, Scan Интерфакс, крибрум, ПрессИндекс, IQBuzz, Интеграм, DataLocator? Angry-analitics.

Вопрос 3. Что означают PR-последствия?

Ответ: Это изменение в осведомленности, знаниях, отношениях, поведении и мнениях, являющееся результатом реализации долгосрочного плана PR-действий или PR-кампании; – результат, следствие или влияние набора или целой программы PR-действий или продуктов; может быть краткосрочным и долгосрочным; зависимая переменная в исследовании.

Вопрос 4. Как работает механизм определения тональности в системах медиаанализа?

Ответ: тональность высказывания определяется тремя компонентами: субъектом тональности (кто высказал оценку), объектом тональности (о ком или о чём высказана оценка) и собственно тональной оценкой (как оценили). Существует два основных метода решения этой задачи автоматического определения тональности:

- Статистический метод. Для него нужны заранее размеченные по тональности коллекции (корпуса) текстов, на которых происходит обучение модели, с помощью которой и происходит определение тональности текста или фразы.
- Метод, основанный на словарях и правилах. Для этого заранее составляются словари позитивных и негативных слов и выражений. Этот метод может использовать как списки шаблонов, так и правила

соединения тональной лексики внутри предложения, основанные на грамматическом и синтаксическом разборе.

Вопрос 5. Что предусматривает концепция больших данных, предложенная Клиффордом Линчем?

Ответ: Данная концепция предполагает одновременное использование данных не только большого объема, но также разного формата, происходящих из многих источников, которые могут находиться на удалении друг от друга.

Вопрос 6. Опишите, что базовые составляющие новые медиа, отличия от традиционных и приведите три примера.

Ответ: Новые СМИ имеют три базовые составляющие: цифровой формат, интерактивность и мультимедийность. Ряд исследователей не признает за данными ресурсами право называться СМИ. Свой отказ признавать социальные медиа средствами массовой информации в традиционном смысле он аргументирует тем, что все традиционные СМИ имеют своей целью донесение до общественности социально важной информации. «Новые медиа», в свою очередь, являются лишь платформой для коммуникации между людьми. Из этого следует, что традиционные СМИ на первое место ставят информацию, то есть содержание, а в рамках социальных медиа главенствует общение, в то время как содержание сообщений отходит на второй план.

Вопрос 7. Опишите элементы информационного пространства.

Ответ: Информационное пространство — совокупность информационных ресурсов, методов и средств доступа к ним, методов, технологий и средств преобразования, обработки и представления информации в виде, наиболее соответствующем потребностям пользователей.

Вопрос 8. Расшифруйте смысл концепции SMART и формулируйте цель PR-на основе концепции.

Ответ: SMART — это метод постановки целей. Он позволяет сформулировать реалистичную и измеримую цель, определить сроки и необходимые ресурсы для ее достижения. Критерии SMART SMART-цель должна быть:

- S — Specific — конкретной;
- M — Measurable — измеримой;
- A — Achievable — достижимой;
- R — Relevant — значимой;
- T — Time bound — ограниченной во времени.

Пример цели – увеличит на 10% количество UGC-контента положительной направленности.

Вопрос 9. Что значит key point PR-кампании?

Ответ: Ключевая точка (Key Point) - фиксируемый измеримый результат проводимой кампании.

Вопрос 10. Коммуникационный аудит – это ситуационный анализ, предполагающий полное и системное изучение эффективности PR-отношений организации с основными внешними и внутренними аудиториями. Какие способы и методы используются для его проведения?

Ответ: Определение характера этих аудиторий, выявление коммуникационных программ и их коммуникационных продуктов, применимых к каждой аудитории, определение эффективности этих программ и их продуктов и выявление недочетов в общей коммуникационной программе. Использует общепринятые методы и техники медиаисследований: анализ вторичной информации, мониторинг, контент-анализ.

Вопрос 11. Опишите, как понимаете суть контент-анализа.

Ответ: Это исследовательская методика (и инструмент оценки), которая позволяет планомерно отслеживать сообщения (письменные, устные, транслируемые) и переводить их в количественную форму посредством систематизации сообщений по категориям с помощью четких единиц анализа; – процесс разделения содержания сообщений на определенные компоненты или категории для того, чтобы сформировать суждение, которое можно оценить.

Вопрос 12. В чем суть коэффициента приближения к идеалу в PR?

Ответ: Это комплексная модель оценки соответствия выходов PR-кампаний определенным целям и поставленным задачам. Характеризуется гибкой системой коэффициентов, определяемых на основе измерения значимых для конкретного исследования параметров, а также масштабируемостью результатов на различные аспекты PR-активности. Показатель PRi может быть рассчитан как для одной публикации, так и для массива сообщений.

Вопрос 13. В чем заключается смысл методики краудсорсинга? Какие преимущества использования для компании и для аудитории?

Ответ: Ресурсосберегающая методика работы компании, предусматривающая привлечение широкой аудитории для решения креативных, исследовательских и иных задач. Концепция предполагает, что желание потребителей бесплатно или за небольшую цену поделиться своими идеями с компанией проистекает исключительно из интереса увидеть эти идеи воплощенными в производстве. Другим мотивирующим фактором может быть потенциальная возможность трудоустройства для авторов наиболее успешных решений.

Вопрос 14. Расшифруйте термин «медиа» в узком и широком смысле.

Ответ: Это средства распространения информации. Как правило, употребляется в узком значении,

идентичном термину «масс-медиа» или «СМИ». В широком понимании медиа, помимо СМИ, включают все инструменты и каналы, используемые обществом для коммуникации: социальные медиа, книги, аудио, видео и др.

Вопрос 15. Что значит медиаохват? Приведите примеры для разных каналов коммуникации.

Ответ: Это рассчитываемый показатель, эквивалентный максимально возможному количеству потенциальных контактов для одного или совокупности сообщений/публикаций с аудиторией.

Применительно к традиционным СМИ рассчитывается по тиражу изданий, причем в случае выхода двух статей в одном и том же номере наиболее распространенным вариантом расчета является - не удваивать МО. Для электронных СМИ, как правило, учитывается среднее число посетителей сайта за неделю.

Данные о количестве посещений сайта приводятся в рейтингах Mail.ru, Rambler, LiveInternet и т.д. В случае отсутствия данных о количестве уникальных посетителей за неделю, оценочный расчет показателя производится на основе количества уникальных посещений за день. В редких случаях данные по посещаемости приводятся в исследованиях профильных компаний. МО для эфирных СМИ рассчитывается исходя из средней аудитории теле- и радиотрансляции, что соответствует охвату телеканала/радиоволны. Данные об охвате аудитории приводятся в исследованиях профильных компаний. В случае с анализом медиаохвата в блогосфере считается суммарное число подписчиков каждого блогера, которые разместили у себя информацию об изучаемом событии.

Вопрос 16. Чему равен показатель медиаприсутствия?

Ответ: Это индикатор информационного присутствия в СМИ. Абсолютный показатель, эквивалентный количеству сообщений с упоминанием объекта в общем массиве публикаций, принятом за базу.

Вопрос 17. Что такое медиашлейф и как его оценить?

Ответ: Это совокупность публикаций, затрагивающих определенную тему, вышедших после первого материала, посвященного этой теме. Оценивается в количестве и во времени.

Вопрос 18. Что такой нормативный прогноз?

Ответ: Это вероятностное, научно обоснованное суждение о возможных путях и сроках достижения заданного состояния медиаполя, процессов, субъектов. Задачи нормативного прогнозирования – выявить факторы, на которые субъект информационного поля может оказывать влияние с целью реализации наиболее благоприятных альтернатив или избежать наименее благоприятных исходов.

Вопрос 19. Что такое общественность и есть ли у нее отличия от целевой аудитории?

Ответ: Это группа людей, которые способны оказать влияние на организацию или испытывают на себе последствия организационных решений; группа людей, из которых для PR-кампании или программы выбирается объект с целью формирования мнений в отношении компании, продукта, определенного вопроса или лица.

Вопрос 20. Что можно определить с помощью показателя осведомленности?

Ответ: с помощью которого можно определить количество людей, которые слышали о бренде, клиенте, явлении и т.д. Осведомленность может быть спонтанной, когда индивид порождает знания без посторонней помощи (top-ofmind) или не спонтанной. см. «знание с подсказкой», спонтанная известность.

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ ОПК-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Из чего складывается индекс благосклонности медиа?

- а. это соотношение лояльных и нелояльных представителей СМИ
- б. это соотношение позитивных упоминаний негативных упоминаний.
- в. это соотношение лояльных и нелояльных представителей ЦА
- г. это соотношение лояльных и нелояльных стейкхолдеров

Ответ: б

Вопрос 2. Индекс медиаприсутствия – это...

- а. относительный показатель, характеризующий динамику позиционирования объекта исследования в СМИ во временной ретроспективе.
- б. Относительный показатель, отражающий долю сообщений с упоминанием объекта в общем массиве публикаций, принятом за базу.
- в. показатель в социальных медиа, измеряющий количество комментариев и постов посетителей сайта.
- г. показатель, отражающий деятельность лидеров мнения, выступающих в роли посредников. см. лидер мнений

Ответ: а

Вопрос 3. Индекс общения – это...

- а. показатель, отражающий деятельность лидеров мнения, выступающих в роли посредников. см. лидер мнений
- б. показатель в социальных медиа, измеряющий количество комментариев и постов посетителей сайта.
- в. фиксируемый измеримый результат проводимой кампании.
- г. процесс определения критериев/параметров для анализа базы публикаций и простановки значений этих параметров для каждой из совокупности публикаций.

Ответ: б

Вопрос 4. Индекс соответствия целевой аудитории – это...

- а. относительный показатель, отражающий «профильность» выбранного носителя рекламной кампании по отношению к заданной целевой аудитории.
- б. относительный показатель, отражающий какую долю занимают упоминания компании в потоке публикаций целевой аудитории.
- в. показатель значимости объекта рекламирования для целевой аудитории.
- г. качественная характеристика, которая отражает настроение аудитории.

Вопрос 5. Метод качественно-количественного изучения содержания сообщений с целью получения достоверной информации о социальной реальности – это...

- а. концепт-анализ
- б. контент-анализ
- в. дискурс-анализ
- г. интертекстуальный анализ

Ответ: б

Вопрос 6. Метод исследований текстов сообщений, где имена, понятия, образы выделяют в качестве одного из основных объектов исследований – это..

- а. концепт-анализ
- б. контент-анализ
- в. дискурс-анализ
- г. интертекстуальный анализ

Ответ: а

Вопрос 7. Совокупность правил, принципов и практических методов по формированию модели восприятия объекта (явления, события) через СМИ - это

- а. информационная политика
- б. коммуникационная политика
- в. редакционная политика

Ответ: а

Вопрос 8. Информация, которая должна быть донесена до целевой аудитории, либо степень изменения в знаниях, которая должна быть достигнута по завершению PR-кампании -

- а. цель коммуникационной политики
- б. информационная цель
- в. цель PR-компании
- г. цель информационной политики

Ответ: б

Вопрос 9. Исследование, целью которого является глубокий анализ конкретных случаев и вопросов – это...

- а. контент-анализ
- б. качественное исследование
- в. количественное исследование
- г. кластерный анализ

Ответ: б

Вопрос 10. Относительный показатель, характеризующий качество коммуникации, сложившееся информационное поле вокруг субъекта коммуникации –это...

- а. медиополе
- б. индекс участия
- в. качество медиополя
- г. индекс цитирования

Ответ: в

Вопрос 11. Мониторинговый продукт, включающий подборку статей из СМИ по установленным формальным критериям (упоминаемость ключевых слов и др.) -

- а. контент-анализ
- б. пресс-клиппинг
- в. кластерный анализ
- г. дискурс-анализ

Ответ:б

Вопрос 12. Данные об эффективности PR-кампании, оцененной по заранее заданным критериям, таким как продажи, количество запросов, кликов, комментариев, посетителей - и т.п. – это...

а. Key Point

б. KPI

в. Key Message

г. Cross-post

Ответ: б

Вопрос 13. Основные идеи и понятия, лежащие в основе PR-кампании, которые должны получить одобрение и поддержку со стороны третьих лиц.

а. Key Point

б. KPI

в. Key Message

г. Cross-post

Вопрос 14. Определение чего позволяет определить, какую информацию целевая аудитория должна знать или в какой степени должны претерпеть изменения представления о бренде/услуге по завершении PR-кампании или программы?

а. коммуникационной задачи

б. коммуникационной цели

в. коммуникационной стратегии

г. коммуникационной тактики

Ответ: а

Вопрос 15. Ситуационный анализ, предполагающий полное и системное изучение эффективности PR-отношений организации с основными внешними и внутренними аудиториями - это

а. SWOT-анализ

б. коммуникационный аудит

в. seo-аудит

г. контент-анализ

Ответ: б

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. В чем суть оценочного исследования?

Ответ: форма исследования, при помощи которой относительная результативность PR-кампании или программы определяется посредством измерения ее последствий, в том числе когнитивных изменений (уровней узнаваемости, знания и/или понимания), аффективных изменений (отношения, мнений) и/или коннотативных изменений (моделей поведения) целевой аудитории или общественной группы. При измерении производится сравнение с заранее определенным набором целей, которые изначально задают желаемый уровень или степень предполагаемых изменений.

Вопрос 2. В чем особенность панельных исследований, и какие компании в России их проводят?

Ответ: Это наблюдение за одними и теми же лицами и объектами с неоднократным измерением результатов; – тип исследования, в котором группа лиц специально подбирается исследовательской компанией исходя из присущих им демографических характеристик с целью проведения по заказу клиентов неоднократных опросов, связанных с широким набором тем, за определенный период времени.

Вопрос 3. Опишите термин «поведенческая цель» и приведите пример для PR-компании.

Ответ: Это цель, которая определяет ожидаемый конечный результат PR-кампании или программы с точки зрения особенностей поведения. Показатель, поддающийся измерению, поскольку представляет собой желаемое поведение целевой аудитории (например, PR-последствия)

Вопрос 4. Что значит позиционирование в PR?

Ответ: Это показатель, объединяющий ряд характеристик публикации, которые оказывают определенное влияние на имидж бренда или компании: отбор фактов, вариант подачи информации, стилистика текста. Оценивается по шкале «враждебное – фактологическое благоприятное». «Благоприятность» и «враждебность» определяются субъективно в зависимости от того, вызывает контекст, в котором упоминается объект, позитивные либо негативные эмоции в отношении объекта.

Вопрос 5. В чем особенность поискового исследования?

Ответ: Это форма исследования, нацеленная на установление базовых отношений, мнений и моделей поведения конкретной исследуемой совокупности или выборки либо фактов о ней. Обычно носит индуктивный характер и предполагает проведение многочисленных измерений совокупности, выборки или данных.

Вопрос 6. Что значит «показатель оптимального контента»?

Ответ: Это композитный показатель, вычисляемый путем соотношения числа желательных и

нежелательных сообщений. Нужно определить характеристики «идеального сообщения» о компании или бренде в соцмедиа (например, позитивный эмоциональный тон, наличие ссылки на сайт компании, прямая цитата представителя компании и т.д.). Затем нужно определить характеристики противоположной публикации, наиболее нежелательной. После этого каждый пост и комментарий с упоминанием компании оценивается в соответствии с установленными характеристиками по шкале от +1 до -1.

Вопрос 7. В чем особенность порядковых данных?

Ответ: Это данные, представляющие собой категории, отличающиеся друг от друга по названию и подлежащие ранжированию; взаимно исчерпывающие и взаимоисключающие, упорядоченные данные; категорийные данные (например, доход как категория: до 30 тыс., от 30 до 50 тыс. и т.п.)

Вопрос 8. Прогнозирование как вид исследования имеет свои особенности. Опишите их.

Ответ: Предметом такого исследования выступают перспективы развития явления. Прогнозирование не сводится к созданию определенной картины будущего, а предполагает учет вариантности развития явлений и оценку перспектив создания модели в соответствии с ожидаемым или желаемым.

Вопрос 9. Какие данные может включать в себя профиль пользователя?

Ответ: Может включать в себя как личные данные (биографические сведения, интересы, образование и т.д.), так и статистическую информацию (дата регистрации, число постов и комментариев и т.д.).

Вопрос 10. Как используется регрессия в PR-деятельности?

Ответ: Регрессия – это зависимость среднего значения одной величины от другой величины (парная регрессия) или от нескольких величин (множественная регрессия). Применяется как статистический метод предсказания PR-последствий на основе одной переменной PR-последствий (зависимой) и одного или нескольких прогностических параметров (независимых).

Вопрос 11. На основе каких показателей рассчитывается рейтинг лояльности журналистов?

Ответ: Рейтинг лояльности журналистов определенному бренду/компании учитывает сфокусированность на бренде, эмоциональный тон, жанр публикаций, спикерскую активность.

Вопрос 12. На основе каких показателей рассчитывается уровень лояльности СМИ?

Ответ: Рейтинг лояльности СМИ определенному бренду/компании учитывает количество и благоприятность высказываний о компании (бренде), а также уровень СМИ.

Вопрос 13. Что такое репрезентативность и какое она имеет значение для медиааналитики?

Ответ: Это степень соответствия количественных характеристик, полученных в результате выборочного наблюдения, характеристикам, свойственным всей генеральной совокупности.

Вопрос 14. Опишите, как понимаете, что такое репутационный драйвер.

Ответ: Это одно из ключевых направлений коммерческой или социальной деятельности компании.

Репутационный драйвер определяет соответствующие тематические категории, позволяющие кластеризовать публикации и произвести оценку медиаактивности субъекта коммуникации по ключевым для него направлениям деятельности.

Вопрос 14. В чем суть метода семантического дифференциала?

Ответ: Это методика шкалирования, замеряющая отношение респондента при оценке объекта с использованием биполярных прилагательных или фраз, между которыми расположен нечетный диапазон интервалов. Координатами объекта в семантическом пространстве служат его оценки по ряду биполярных градуированных (трех-, пяти-, семибалльных) оценочных шкал, противоположные полюса которых заданы с помощью вербальных антонимов. Эти шкалы отобраны из множества пробных шкал методами факторного анализа.

Вопрос 15. В чем суть ситуационного анализа?

Ответ: Это метод политического, экономического или коммуникативного анализа, базирующийся на системном подходе, позволяющем рассматривать сочетания условий и обстоятельств относительно заверщенного процесса. Позволяет обоснованно определить пространственные, временные и информационные границы ситуации; выявить ключевых субъектов и охарактеризовать их с точки зрения их действий, ресурсов, типовых стратегий.

Вопрос 16. Что относится к СМИ?

Ответ: газеты, деловые и популярные журналы и другие печатные СМИ, а также радио, телевидение и интернет, пресс-релизы компаний, ленты новостных агентств, государственные информационные бюллетени, брошюры, веб-страницы и форумы.

Вопрос 17. В чем суть техники спонтанной известности? Составьте пример (1-2 вопроса).

Ответ: Опросная техника, фиксирующая уровень знания объекта среди целевой аудитории, при условии отсутствия подсказок, описаний и т.д.

Вопрос 18. Что значит среднее качество медиаполя и как рассчитывается?

Ответ: Это среднее качество одной публикации по массиву. Может рассчитываться по отдельным инфоповодам, источникам, группам источников, видам, типам СМИ и т.д.

Вопрос 19. Что такое цель в контексте PR?

Ответ: Это PR-последствия, поддающиеся измерению; четкое и ясное утверждение о намерениях, которое соответствует коммуникативной стратегии компании и у которого есть целевая аудитория и

предполагаемый эффект (желаемый уровень изменений, а также определенные сроки, в которые эти изменения должны произойти). Существует в трех видах: информационная (познания), мотивационная (отношения/взгляды) и поведенческая (действия) цель.

Вопрос 20. Что такое «экспертная выборка»? На основе чего она формируется?

Ответ: тип детерминированной выборки, при которой отбор происходит на основании особых знаний, социального положения или черт характера испытуемых, а также других значимых для исследования факторов.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАКРЫТЫХ ВОПРОСОВ:

Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

- «зачтено» – верно выполнено более 50% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 50% и менее 50% заданий;
- «отлично» – верно выполнено 85-100% заданий; «хорошо» – верно выполнено 70-84% заданий; «удовлетворительно» – верно выполнено 51-69% заданий; «неудовлетворительно» – верно выполнено 50% или менее 50% заданий.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ.

- «Отлично» (зачтено): Ответ полный, развернутый, вопрос раскрыт, ошибок нет.
- «Хорошо» (зачтено): Ответ полный, но краткий, терминологически правильный, нет существенных недочетов. Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.
- «Удовлетворительно» (зачтено): Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.
- «Неудовлетворительно» (не зачтено): Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен. Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Не предусмотрены.

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра зачет/экзамен.

Обучающиеся, не получивших зачет по результатам текущей успеваемости, организуется зачет в форме письменного опроса по всему изученному курсу.

Контрольно-измерительный материал для письменного опроса формируется из заданий открытого типа текущего контроля, размещенных в Контрольных вопросах и заданиях для проведения текущей аттестации по дисциплины, а также заданий текущего контроля в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ». Количество заданий в письменном опросе для промежуточной аттестации - 5.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:

- «Отлично» (зачтено): Ответ полный, развернутый, вопрос раскрыт, ошибок нет.
- «Хорошо» (зачтено): Ответ полный, но краткий, терминологически правильный, нет существенных недочетов. Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.
- «Удовлетворительно» (зачтено): Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.
- «Неудовлетворительно» (не зачтено): Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен. Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
ЛП.1	Карасев А.П.	МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ 2-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для СПО: Гриф УМО СПО	М.:Издательство Юрайт, 2022	https://urait.ru/viewer/marketingovye-issledovaniya-489822#page/1
ЛП.2	Зельдович, Б. З.	Медиаменеджмент:	, 2020	https://www.biblio-online.ru/bcode/457060
ЛП.3	Б. З. Зельдови	Менеджмент в медиаиндустрии: учебник для среднего профессионального образования	Издательство Юрайт, 2021	https://urait.ru/bcode/476279
ЛП.4	Н. Б. Кириллова	Медиакультура и основы медиаменеджмента: учебное пособие	Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597869
ЛП.5	Божук С. Г.	Маркетинговые исследования: учебник для вузов	Юрайт, 2022	https://urait.ru/bcode/490827
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название	Эл. адрес		
Э1	Клуб специалистов PR	http://www.pr-club.com/		
Э2	Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека online"	http://biblioclub.ru/		
Э3	Электронно-библиотечная система издательства "Лань"	https://e.lanbook.com/		
Э4	Курс "Медиааналитика"	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=10847		
6.3. Перечень программного обеспечения				
<p>Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно); Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно); Chrome (http://www.chromium.org/chromium-os/licenses), (бессрочно); 7-Zip (http://www.7-zip.org/license.txt), (бессрочно); AcrobatReader (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно); ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно); LibreOffice (https://ru.libreoffice.org/), (бессрочно); Веб-браузер Chromium (https://www.chromium.org/Home/), (бессрочно); Антивирус Касперский (https://www.kaspersky.ru/), (до 23 июня 2024); Архиватор Ark (https://apps.kde.org/ark/), (бессрочно); Okular (https://okular.kde.org/ru/download/), (бессрочно); Редактор изображений Gimp (https://www.gimp.org/), (бессрочно)</p>				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
<p>Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com)</p>				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
320Л	медиаотека, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)
415Д	специализированный компьютерный класс кафедры связей с общественностью и рекламы - компьютерный класс - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 16 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1шт.; системный блок: IntelCore 2 DuoE7400 -17 шт.; сервер: системный блок: AquariusIntelPentiumD; монитор: Acer V173 B -16 шт.; монитор: Acer V193W 1 шт.; телевизор Samsung
106Л	помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Стеллажи – 3 шт. осциллограф, паяльная станция, источник тока, переносные ноутбуки

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции и практические занятия, а также самостоятельную работу. Изучение курса завершается зачетом. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоновку новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых

терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимается учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования:

задания должны выполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует:

руководствоваться графиком самостоятельной работы,

выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях

неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Зачет. Подготовка к зачету ведется на основе изучения полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы.

При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеется один теоретический вопрос и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

Экзамен. Подготовка к экзамену ведется на основе изучения полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы.

При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеется один теоретический вопрос и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Алтайский государственный университет»

Медиадизайн

рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра культурологии и дизайна
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	6 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	216	Виды контроля по семестрам
в том числе:		зачеты: 6
аудиторные занятия	86	диф. зачеты: 7
самостоятельная работа	130	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	3 (6)		4 (7)		Итого	
	Неделя		16,5			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	14	14	14	14	28	28
Лабораторные	28	28	30	30	58	58
Сам. работа	66	66	64	64	130	130
Итого	108	108	108	108	216	216

Программу составил(и):

Канд. искусствоведения, доцент, Шелюгина Ольга Александровна

Рецензент(ы):

канд. искусствоведения, зав. кафедрой, Кирюшина Юлия Владимировна

Рабочая программа дисциплины

Медиадизайн

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра культурологии и дизайна

Протокол от 23.06.2023 г. № 7

Срок действия программы: 2023-2024 уч. г.

Заведующий кафедрой

доктор искусствоведения, декан Л.И. Нехвядович

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра культурологии и дизайна

Протокол от 23.06.2023 г. № 7

Заведующий кафедрой *доктор искусствоведения, декан Л.И. Нехвядович*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Формирование комплексного понимания роли и влияния визуальных элементов в коммуникационных стратегиях, развитие творческих навыков, навыков в сфере визуальной коммуникации, адаптации визуальных решений под различные целевые аудитории и коммуникационные цели анализа и оценки визуальных аспектов рекламных и PR-кампаний.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.04

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
ОПК-4.1	Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
ОПК-4.2	Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий /групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
ОПК-6.1	Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение
ОПК-6.2	Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	
3.2.	Уметь:
3.2.1.	Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение, соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов, использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий /групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Базовые принципы дизайна и их применение в медиапроектах						
1.1.	Медиадизайн как сфера дизайна	Лекции	6	2	ОПК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.2.	Инструменты и методы работы в современном дизайне	Лабораторные	6	4	ОПК-6.1, ОПК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.3.	Инструменты и методы работы в современном дизайне	Сам. работа	6	8	ОПК-6.1, ОПК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.4.	Развитие визуальной коммуникации и дизайна: исторический экскурс	Лекции	6	2	ОПК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.5.	Развитие визуальной коммуникации и дизайна: исторический экскурс	Лабораторные	6	4	ОПК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.6.	Развитие визуальной коммуникации и дизайна: исторический экскурс	Сам. работа	6	8	ОПК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.7.	Визуальный дизайн: цвет	Лекции	6	2	ОПК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.8.	Визуальный дизайн: цвет	Лабораторные	6	4	ОПК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.9.	Визуальный дизайн: цвет	Сам. работа	6	8	ОПК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.10.	Визуальный дизайн: форма и композиция	Лекции	6	2	ОПК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.11.	Визуальный дизайн: форма и композиция	Лабораторные	6	4	ОПК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.12.	Визуальный дизайн: форма и композиция	Сам. работа	6	8	ОПК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.13.	Визуальный дизайн: шрифт и основы типографики	Лекции	6	2	ОПК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.14.	Визуальный дизайн: шрифт и основы типографики	Лабораторные	6	4	ОПК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.15.	Визуальный дизайн: шрифт и основы типографики	Сам. работа	6	8	ОПК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.16.	Понятный и привлекательный дизайн: психофизиология восприятия визуальной информации. Приемы визуализации информации.	Лекции	6	4	ОПК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	Мультисенсорный и эмоциональный дизайн					
1.17.	Разработка графического дизайна для медиапроекта	Лабораторные	6	4	ОПК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.18.	Разработка графического дизайна для медиапроекта	Сам. работа	6	26	ОПК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.19.	Защита проекта медиадизайна	Лабораторные	6	4	ОПК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2
Раздел 2. Дизайн интерфейсов и веб-дизайн для медиапроектов						
2.1.	Основы веб-дизайна и дизайна интерфейсов: понятия и принципы. Виды веб-проектов для сферы медиа и рекламы	Лекции	7	2	ОПК-6.2, ОПК-4.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2
2.2.	Инструменты и технологии быстрой разработки веб-проектов для сферы медиа	Лабораторные	7	4	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-4.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2
2.3.	Исследование и анализ целевой аудитории и коммуникационных целей	Лекции	7	2	ОПК-6.2, ОПК-4.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2
2.4.	Исследование и анализ целевой аудитории	Сам. работа	7	8	ОПК-6.2, ОПК-4.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2
2.5.	Основы графического дизайна для веба. Принципы композиции и визуальной иерархии на веб-странице. Цветовая теория и выбор палитры для веб-дизайна. Типографика и выбор шрифтов для улучшения читаемости и эстетики	Лабораторные	7	4	ОПК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2
2.6.	Анализ существующих решений в веб-дизайне	Сам. работа	7	8	ОПК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2
2.7.	Интерфейсный дизайн и пользовательский опыт (UI/UX). Проектирование пользовательских интерфейсов для веб-приложений и сайтов. Создание прототипов и макетов для улучшения пользовательского опыта. Адаптивный и мобильный дизайн для обеспечения кросс-	Лекции	7	4	ОПК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	платформенной доступности					
2.8.	Интерфейсный дизайн и пользовательский опыт (UI/UX). Проектирование пользовательских интерфейсов для веб-приложений и сайтов. Создание прототипов и макетов для улучшения пользовательского опыта. Адаптивный и мобильный дизайн для обеспечения кросс-платформенной доступности	Лабораторные	7	8	ОПК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2
2.9.	Создание прототипов и макетов для улучшения пользовательского опыта.	Сам. работа	7	10	ОПК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2
2.10.	Работа с медийным контентом. Оптимизация изображений и видео для веба. Интеграция видео и графики в веб-медиапроекты. Создание визуальных материалов для социальных медиа-платформ.	Лекции	7	2	ОПК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2
2.11.	Создание визуальных материалов для социальных медиа-платформ.	Сам. работа	7	10	ОПК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2
2.12.	Работа с медийным контентом. Оптимизация изображений и видео для веба. Интеграция видео и графики в веб-медиапроекты. Создание визуальных материалов для социальных медиа-платформ.	Лабораторные	7	4	ОПК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2
2.13.	Рекламный и PR-медиадизайн. Адаптация медиадизайна под рекламные и PR-кампании. Создание эффективных рекламных баннеров и объявлений. Разработка медиадизайна для пресс-релизов, статей и других PR-материалов.	Лекции	7	2	ОПК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.14.	Рекламный и PR-медиадизайн. Адаптация медиадизайна под рекламные и PR-кампании. Создание эффективных рекламных баннеров и объявлений. Разработка медиадизайна для пресс-релизов, статей и других PR-материалов.	Лабораторные	7	4	ОПК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2
2.15.	Разработка медиадизайна для пресс-релизов, статей и других PR-материалов.	Сам. работа	7	10	ОПК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2
2.16.	Проектная работа в медиадизайне. Разработка комплексного медиадизайна для веб-проекта	Лекции	7	2	ОПК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2
2.17.	Проектная работа в медиадизайне. Разработка комплексного медиадизайна для веб-проекта. Практическая реализация дизайн-концепции с учетом всех изученных аспектов	Сам. работа	7	18	ОПК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2
2.18.	Проектная работа в медиадизайне. Разработка комплексного медиадизайна для веб-проекта. Практическая реализация дизайн-концепции с учетом всех изученных аспектов. Презентация и обратная связь по проектам студентов.	Лабораторные	7	6	ОПК-6.2	Л1.1, Л2.1, Л1.2

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ» – <https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=3840>

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ ОПК-4: Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

1. Что означает способность отвечать на запросы и потребности общества в профессиональной деятельности?

- a. Способность создавать проекты без учета требований законодательства.
- b. Способность выполнять любую работу.
- c. Умение адаптировать свои навыки и знания для удовлетворения требований общества и аудитории.
- d. Умение игнорировать запросы и потребности общества.

Ответ: c. Умение адаптировать свои навыки и знания для удовлетворения требований общества и аудитории.

2. Почему важно учитывать запросы и потребности общества в профессиональной деятельности?

- a. Потому что это требуется законом.
- b. Потому что это экономит время.
- c. Потому что это помогает создавать дешевые продукты и услуги.
- d. Потому что это помогает создавать более качественные продукты и услуги.

Ответ: d. Потому что это помогает создавать более качественные продукты и услуги.

3. Что включает в себя анализ запросов и потребностей аудитории в профессиональной деятельности?

- a. Исследование требований законодательства.
- b. Создание новых продуктов без учета мнения аудитории.
- c. Освоение новых навыков и знаний.
- d. Сбор и анализ информации о предпочтениях, ожиданиях и проблемах аудитории.

Ответ: d. Сбор и анализ информации о предпочтениях, ожиданиях и проблемах аудитории.

4. Что означает учет характеристик целевой аудитории при создании медиадизайна?

- a. Адаптация дизайна под предпочтения и особенности аудитории.
- b. Экономия ресурсов при разработке медиадизайна.
- c. Произвольный выбор цветов и шрифтов.
- d. Игнорирование потребностей аудитории.

Ответ: a. Адаптация дизайна под предпочтения и особенности аудитории.

5. Что следует использовать для поиска информации о текущих запросах и потребностях целевой аудитории?

- a. Интуицию.
- b. Только собственный опыт.
- c. Социальные сети, опросы, аналитические инструменты, обратную связь.
- d. Произвольное потребление информации.

Ответ: c. Социальные сети, опросы, аналитические инструменты, обратную связь.

6. Зачем важно учитывать запросы и потребности целевой аудитории при создании медиадизайна?

- a. Это помогает создавать контент, который будет привлекать и удовлетворять аудиторию.
- b. Это требуется законом.
- c. Это делает дизайн более креативным.
- d. Это удешевляет дизайн-проект.

Ответ: a. Это помогает создавать контент, который будет привлекать и удовлетворять аудиторию.

7. Какие методы можно использовать для анализа запросов и потребностей целевой аудитории при создании медиадизайна?

- a. Мнение друзей.
- b. Использование случайных иллюстраций.
- c. Анализ данных, сбор обратной связи, проведение опросов и мониторинг социальных сетей.
- d. Только гипотетические предположения.

Ответ: c. Анализ данных, сбор обратной связи, проведение опросов и мониторинг социальных сетей.

8. Что может дать профессионалу учет потребностей аудитории при создании медиадизайна?

- a. Возможность создавать дизайн по своему вкусу.
- b. Увеличение эффективности медиаконтента, удовлетворение потребностей аудитории и повышение эффективности коммуникации.
- c. Снижение стоимости разработки медиадизайна.
- d. Более креативный дизайн.

Ответ: b. Увеличение эффективности медиаконтента, удовлетворение потребностей аудитории и повышение эффективности коммуникации.

9. В чем состоит профессиональная деятельность медиадизайнера?

- a. Подготовка текстов для средств массовой информации.
- b. Создание графических и мультимедийных элементов для коммуникации с аудиторией.
- c. Исследование темы дизайна в медиа.
- d. Ведение блога о дизайне.

Ответ: b. Создание графических и мультимедийных элементов для коммуникации с аудиторией.

10. Зачем используется медиадизайн в современном мире?

- a. Только для украшения веб-сайтов.
- b. Для создания креативных рекламных брендов.
- c. Для передачи информации, привлечения внимания и улучшения пользовательского опыта.
- d. Для развлечения дизайнеров.

Ответ: c. Для передачи информации, привлечения внимания и улучшения пользовательского опыта.

11. Какие характеристики целевой аудитории могут быть важными для медиадизайнера?

- a. Только пол и возраст.
- b. Только физическое здоровье.
- c. Только место жительства.
- d. Пол, возраст, интересы, поведенческие особенности и многое другое.

Ответ: d. Пол, возраст, интересы, поведенческие особенности и многое другое.

12. Какие из нижеперечисленных задач относятся к анализу целевой аудитории в медиадизайне?

- a. Определение лучших шрифтов для дизайна.
- b. Подбор цветовой палитры.
- c. Работа с фотографиями.
- d. Изучение интересов и поведенческих особенностей аудитории.

Ответ: d. Изучение интересов и поведенческих особенностей аудитории.

13. Что такое "персонаж" или "персона" в контексте целевой аудитории?

- a. Воображаемый представитель целевой аудитории, который помогает лучше понять их потребности и характеристики.
- b. Артефакт.
- c. Термин, используемый только в литературоведении.
- d. Человек или животное, изображенные на логотипе.

Ответ: a. Воображаемый представитель целевой аудитории, который помогает лучше понять их потребности и характеристики.

14. Что представляют собой тренды в медиадизайне?

- a. Мнение экспертов.
- b. Обязательные стандарты, которые нельзя игнорировать.
- c. Популярные направления и стили, которые временно актуальны.
- d. Прошлые достижения в дизайне.

Ответ: c. Популярные направления и стили, которые временно актуальны.

15. Какие источники информации можно использовать для отслеживания трендов в медиадизайне?

- a. Ключевые теоретические труды о дизайне.
- b. Мнение друзей и семьи.
- c. Онлайн-журналы, дизайнерские блоги, социальные медиа, профессиональные сообщества и выставки.
- d. Только собственное воображение и интуиция.

Ответ: c. Онлайн-журналы, дизайнерские блоги, социальные медиа, профессиональные сообщества и выставки.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

1. Зачем важно следить за трендами в медиадизайне?

Ответ: Для того чтобы идти в ногу со временем, удовлетворять потребности и ожидания аудитории, а также выделяться на фоне конкурентов.

2. Почему важно внимательно слушать и понимать запросы и потребности аудитории?

Ответ: Понимание запросов и потребностей аудитории позволяет создавать продукты и услуги, которые лучше удовлетворяют их ожидания и требования. Это повышает уровень удовлетворенности клиентов и

конкурентоспособность.

3. Какие навыки и качества считаются важными для успешной работы с запросами и потребностями аудитории? Укажите не менее трех.

Ответ: Важными навыками являются коммуникабельность, способность к сотрудничеству, адаптивность, аналитические способности и готовность к обучению, способность слушать и внимание к деталям.

4. Как можно поддерживать актуальность своих навыков и знаний, чтобы успешно отвечать на запросы и потребности аудитории?

Ответ: Актуальность навыков и знаний помогают поддерживать регулярное обучение, мониторинг новых тенденций и технологий.

5. Почему способность к адаптации и гибкости важна в профессиональной деятельности?

Ответ: Гибкость и способность адаптироваться позволяют быстро реагировать на изменяющиеся условия и требования аудитории.

6. Какие последствия могут возникнуть, если игнорировать запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности?

Ответ: Игнорирование запросов и потребностей аудитории может привести к потере клиентов, ухудшению репутации и снижению конкурентоспособности.

7. Назовите основные цели использования медиадизайна.

Ответ: Передача информации, привлечение внимания и улучшение пользовательского опыта.

8. «К характеристикам _____ аудитории относятся пол, возраст, интересы, поведенческие особенности и многое другое». Укажите пропущенное слово.

Ответ: Целевой.

9. Воображаемый представитель целевой аудитории, который помогает лучше понять их потребности и характеристики — это:

Ответ: Персонаж ИЛИ Персона.

10. Популярные направления и стили, которые временно актуальны, — это:

Ответ: Тренды.

11. Какие факторы следует учитывать при анализе целевой аудитории для медиадизайна?

Ответ: Важно учитывать возраст, пол, образ жизни, интересы, культурные особенности, технические характеристики (например, типы устройств), поведение в интернете и многое другое, в зависимости от конкретных задач и проекта.

12. Почему важно периодически обновлять анализ целевой аудитории?

Ответ: Аудитория может изменяться со временем, потребности и предпочтения могут эволюционировать.

13. Что такое "пользовательский путь" (customer journey)?

Ответ: Пользовательский путь - это последовательность этапов, которые пользователь проходит, взаимодействуя с продуктом или услугой.

14. Зачем нужен анализ пользовательского пути в медиадизайне?

Ответ: Анализ пользовательского пути помогает определить, какие моменты могут быть улучшены в медиадизайне, чтобы удовлетворить потребности аудитории на каждом этапе.

15. Какие ошибки могут возникнуть, если не проводить анализ целевой аудитории перед созданием медиадизайна?

Ответ: Отсутствие анализа целевой аудитории может привести к созданию дизайна, который не соответствует ожиданиям и потребностям аудитории.

16. Каким образом анализ целевой аудитории может помочь в определении контента для медиадизайна?

Ответ: Анализ целевой аудитории помогает определить, какой контент будет наиболее интересным и полезным для аудитории. Это включает в себя выбор тем и стиля коммуникации.

17. Укажите один из факторов, которые нужно учитывать при анализе целевой аудитории для глобальных проектов с разнообразной аудиторией.

Ответ: учет культурных различий и языковых особенностей разных аудиторий ИЛИ учет разных правовых норм в разных регионах.

18. "Учет характеристик целевой аудитории при создании медиадизайна — это _____ дизайна под целевую аудиторию". Укажите пропущенное слово.

Ответ: адаптация.

19. Для чего можно использовать карту пользовательского пути в процессе дизайна?

Ответ: Карту пользовательского пути можно использовать для определения точек улучшения пользовательского опыта.

20. Какие инструменты и методы используются для создания карт пользовательского пути?

Ответ: Для создания карт пользовательского пути могут использоваться бумага и маркеры, цифровые инструменты, а также интервью и опросы пользователей для сбора данных.

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ ОПК-6: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

1. Какие ИКТ-инструменты могут использоваться для обеспечения доступности информации для лиц с ограниченными возможностями?

- a. Средства адаптивной техники и специализированные программы для чтения текста.
- b. Только аудиозаписи.
- c. Сотовые телефоны и игровые консоли.
- d. Только бумажные документы.

Ответ: a. Средства адаптивной техники и специализированные программы для чтения текста.

2. Что означает информационная безопасность в контексте использования информационных технологий?

- a. Защита от пыли и влаги компьютера.
- b. Обеспечение конфиденциальности, целостности и доступности данных и информации.
- c. Использование только аутентифицированных соединений.
- d. Защита от вирусов и спама.

Ответ: b. Обеспечение конфиденциальности, целостности и доступности данных и информации.

3. Какие технологии могут быть использованы для анализа и обработки больших данных (Big Data)?

- a. Старые механические калькуляторы.
- b. Классические методы статистики.
- c. Машинное обучение и искусственный интеллект.
- d. Человеческий анализ данных.

Ответ: c) Машинное обучение и искусственный интеллект.

4. Какие навыки важны для профессионала в области медиадизайна?

- a. Навыки работы с графическими редакторами, аудио- и видеоредакторами, анимацией, типографикой, а также понимание пользовательского опыта и дизайна интерфейсов.
- b. Только навыки рисования.
- c. Только знание цветовой теории.
- d. Только знание языка программирования.

Ответ: a. Навыки работы с графическими редакторами, аудио- и видеоредакторами, анимацией, типографикой, а также понимание пользовательского опыта и дизайна интерфейсов.

5. Какие виды программного обеспечения обычно используются в медиадизайне?

- a. Текстовые редакторы.
- b. Графические редакторы, видеоредакторы, аудиоредакторы и анимационные программы.
- c. Браузеры
- d. Офисные приложения

Ответ: b. Графические редакторы, видеоредакторы, аудиоредакторы и анимационные программы.

6. Какой вид монитора наиболее предпочтителен для медиадизайна?

- a. Монитор с низким разрешением.
- b. Монитор с небольшой диагональю.

- c. Монитор с широким цветовым охватом и высоким разрешением.
- d. Монитор с черно-белым изображением.

Ответ: c. Монитор с широким цветовым охватом и высоким разрешением.

7. Для чего используется графический планшет в медиадизайне?

- a. Для печати документов.
- b. Для создания резервных копий данных.
- c. Для ретуширования фотографий и создания иллюстраций.
- d. Для чтения электронных книг.

Ответ: c. Для ретуширования фотографий и создания иллюстраций.

8. Какой вид процессора рекомендуется для работы в медиадизайне?

- a. Процессор с низкими частотой и количеством ядер.
- b. Процессор с высокой частотой и большим количеством ядер.
- c. Процессор не имеет значения для медиадизайна.
- d. В компьютерах для медиадизайна не используется процессор.

Ответ: b. Процессор с высокой частотой и большим количеством ядер.

9. Какой вид аудиооборудования может потребоваться при работе с аудиодизайном?

- a. Проектор.
- b. Микрофон.
- c. Сканер.
- d. Принтер.

Ответ: b. Микрофон.

10. Что означает термин "облако" (cloud) в контексте медиадизайна?

- a. Место для хранения дисков.
- b. Специальный сервер для обработки графики.
- c. Сеть, предоставляющая доступ к хранилищу и вычислительным ресурсам через интернет.
- d. Программа для создания облаков на изображениях.

Ответ: c. Сеть, предоставляющая доступ к хранилищу и вычислительным ресурсам через интернет.

11. Какие характеристики монитора являются важными для работы в медиадизайне?

- a. Размер экрана и цвет корпуса.
- b. Разрешение экрана, цветовой охват и калибровка.
- c. Вес монитора и наличие встроенных динамиков.
- d. Марка монитора и его стоимость.

Ответ: b. Разрешение экрана, цветовой охват и калибровка.

12. Какие факторы следует учитывать при выборе программного обеспечения для медиадизайна?

- a. Совместимость с операционной системой, наличие необходимых инструментов, цена и рейтинг программы.
- b. Вкус и предпочтения дизайнера.
- c. Наличие бонусов в программе.
- d. Цвет интерфейса программы.

Ответ: a. Совместимость с операционной системой, наличие необходимых инструментов, цена и рейтинг программы.

13. Для какой цели обычно используется видеокарта с высокой производительностью в медиадизайне?

- a. Для подключения к интернету.
- b. Для улучшения качества звука в динамиках.
- c. Для создания и редактирования трехмерной графики и обработки видео.
- d. Для записи звука.

Ответ: c. Для создания и редактирования трехмерной графики и обработки видео.

14. Для чего используются программы для 3D-моделирования в медиадизайне?

- a. Для создания трехмерных моделей и анимации.
- b. Для создания бумажных прототипов.
- c. Для разработки аудиоконтента.
- d. Для создания текстовых документов.

Ответ: a. Для создания трехмерных моделей и анимации.

15. Какие цифровые устройства необходимы для создания аудиовизуальных проектов в медиадизайне?

- a. Только компьютер.
- b. Компьютер и цифровая камера.
- c. Компьютер, цифровая камера, микрофон и звуковая карта.
- d. Мобильный телефон.

Ответ: c. Компьютер, цифровая камера, микрофон и звуковая карта.

16. Какие инструменты и программы чаще всего используются для анализа эффективности PR-кампаний и рекламных материалов?

- a. Google Analytics, Яндекс.Метрика, социальные медиаплатформы.
- b. Проектор и экран.
- c. Видеокамера и видеоредакторы.
- d. Телевидение и телесуфлер.

Ответ: a. Google Analytics, Яндекс.Метрика, социальные медиаплатформы.

17. Какие современные информационные технологии широко применяются в области аналитики данных?

- a. Электронная почта и видеоконференции.
- b. Искусственный интеллект и большие данные.
- c. Телефония и радиосвязь.
- d. Виртуализация и облачные технологии.

Ответ: b. Искусственный интеллект и большие данные.

18. Какие программы и инструменты могут использоваться для создания и редактирования векторной графики в медиадизайне?

- a. Текстовые процессоры, такие как LibreOffice Writer.
- b. Графические редакторы, такие как Adobe Illustrator.
- c. Электронные таблицы, такие как LibreOffice Calc.
- d. Видеоплееры.

Ответ: b. Графические редакторы, такие как Adobe Illustrator.

19. Для чего может быть использован онлайн-редактор Figma в проектах медиадизайна?

- a. Для редактирования видео.
- b. Для редактирования звуковых файлов.
- c. Для создания векторной графики и дизайна интерфейсов.
- d. Для просмотра видеозаписей.

Ответ: c. Для создания векторной графики и дизайна интерфейсов.

20. Совокупность программ и инструментов для создания, редактирования и манипулирования медийным контентом — это:

- a. Программное обеспечение.
- b. Облачные технологии.
- c. Искусственный интеллект.
- d. Онлайн-платформа.

Ответ: a. Программное обеспечение.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

1. Что такое цветовая палитра и какие технологии позволяют работать с ней в медиадизайне?

Ответ: Цветовая палитра - это набор цветов, используемых в дизайне. Технологии, позволяющие работать с цветовой палитрой, включают графические редакторы и цветовые модели.

2. Что такое растровая графика?

Ответ: Растровая графика — это изображения, состоящие из пикселей.

3. "Изображения, созданные с использованием математических формул, — это _____ графика". Укажите пропущенное слово.

Ответ: Векторная.

4. Метод создания анимации путем установки ключевых точек во времени, определяющих начальное и конечное состояние объекта — это:

Ответ: Анимация с применением ключевых кадров.

5. Что такое анимация интерфейса (UI/UX анимация) и какие задачи она решает в медиадизайне?

Ответ: Анимация интерфейса - это использование анимации для улучшения пользовательского опыта. Она может использоваться для создания плавных переходов, подсветки элементов управления и облегчения навигации.

6. Какие аспекты безопасности информации следует прежде всего учитывать при работе с медийным контентом в медиадизайне?

Ответ: Необходимо учитывать защиту авторских прав, конфиденциальность данных

7. Зачем используется редактор Figma в медиадизайне?

Ответ: Редактор Figma в медиадизайне используется для создания, редактирования дизайна интерфейсов и других графических проектов.

8. "Для более точной и удобной работы с ретушированием фотографий и создания иллюстраций используется _____ планшет". Укажите пропущенное слово.

Ответ: графический.

9. Что такое "плагины" (plugins) в Figma и как они обогащают функциональность редактора?

Ответ: Плагины - это дополнительные инструменты и расширения, которые можно устанавливать в Figma для выполнения различных задач

10. Укажите не менее двух форматов файлов, которые можно экспортировать из Figma для последующего использования в других приложениях.

Ответ: Figma позволяет экспортировать файлы в различные форматы, такие как PNG, JPEG, SVG, PDF, а также в код CSS или SVG-код для веб-разработки.

11. Насколько важна эффективность сообщения в рекламном медиадизайне?

Ответ: Эффективность сообщения в рекламном медиадизайне является очень важной. Дизайн должен быть ясным и легким для восприятия, чтобы целевая аудитория могла быстро понять рекламное предложение.

12. Какие факторы следует учитывать при создании рекламного медиадизайна для социальных сетей?

Ответ: При создании рекламного медиадизайна для социальных сетей важно учитывать форматы и требования конкретной платформы, целевую аудиторию

13. Что такое цветокалибровка монитора и почему она важна для медиадизайна?

Ответ: Цветокалибровка монитора - это процесс настройки монитора для точного отображения цветов. Это важно, чтобы убедиться, что цвета на экране соответствуют цветам в печати или на других устройствах.

14. Почему важно регулярно обновлять программное обеспечение и драйверы на компьютере для медиадизайна?

Ответ: Обновление программ и драйверов обеспечивает стабильную и безопасную работу компьютера, а также может включать в себя новые функции и улучшения в работе графических приложений.

15. Зачем медиадизайнерам нужны графические планшеты и как они улучшают процесс работы?

Ответ: Графические планшеты позволяют медиадизайнерам более точно и естественно рисовать и редактировать изображения, что значительно улучшает качество работы.

16. Почему важно оставаться в курсе новых цифровых устройств и программ для медиадизайна?

Ответ: Технологии в медиадизайне постоянно развиваются, и знание новых устройств и программ помогает медиадизайнерам оставаться конкурентоспособными и использовать лучшие инструменты для своей работы.

17. Какие преимущества облачного хранения файлов при работе в медиадизайне?

Ответ: Облачное хранение файлов обеспечивает доступность данных из любой точки мира, удобство совместной работы, резервное копирование и защиту данных.

18. Какой инструмент чаще всего используются для создания прототипов и макетов интерфейсов в медиадизайне?

Ответ: Для создания прототипов и макетов интерфейсов часто используются Figma

19. Процесс создания графических и мультимедийных элементов для различных медийных платформ, таких как веб-сайты, социальные сети, печатные материалы, видео и другие, — это:
Ответ: медиадизайн.

20. Какие требования к разрешению изображений важны в медиадизайне для печати и веба?
Ответ: Для печати требуется более высокое разрешение, для веба можно использовать более низкое разрешение.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАКРЫТЫХ ВОПРОСОВ:

Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

- «зачтено» – верно выполнено более 50% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 50% и менее 50% заданий;
- «отлично» – верно выполнено 85-100% заданий; «хорошо» – верно выполнено 70-84% заданий; «удовлетворительно» – верно выполнено 51-69% заданий; «неудовлетворительно» – верно выполнено 50% или менее 50% заданий.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ.

- «Отлично» (зачтено): Ответ полный, развернутый. Вопрос точно и исчерпывающе передан, терминология сохранена, студент превосходно владеет основной и дополнительной литературой, ошибок нет.
- «Хорошо» (зачтено): Ответ полный, хотя краток, терминологически правильный, нет существенных недочетов. Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.
- «Удовлетворительно» (зачтено): Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.
- «Неудовлетворительно» (не зачтено): Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен. Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Не предусмотрены

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце каждого семестра зачета. Обучающиеся, выполнившие в срок задания текущего контроля и набравшие не менее 60 баллов, получают зачет автоматически.
Для обучающихся, не получивших зачет по результатам текущей успеваемости, организуется зачет в форме письменного опроса по всему изученному курсу.
Контрольно-измерительный материал для письменного опроса формируется из заданий открытого типа текущего контроля, размещенных в Контрольных вопросах и заданиях для проведения текущей аттестации по дисциплины, а также заданий текущего контроля в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ». Количество заданий в письменном опросе для промежуточной аттестации - 5.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:

Каждое задание оценивается 1 баллом.

Оценивание КИМ в целом: «зачтено» – верно выполнено более 50% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 50% и менее 50% заданий.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Усанова А. Л.	Основы композиции в дизайне: прогр. и метод. рекомендации	Барнаул: Изд-во АлтГУ, 2009	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/3557

Л1.2	Поляков, В. А.	Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для академического бакалавриата	Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/0A785AA3-6C5E-4A15-90CA-0F94618AC3B4
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Ковешникова Н. А.	Дизайн: история и теория. : Учебное пособие	М.: Омега-Л, // "ЭБС" Университетская библиотека онлайн", 2009.	http://books.totalarch.com/node/1553
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Электронный курс на образовательном портале АлтГУ: https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=3840		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=3840	
6.3. Перечень программного обеспечения				
<p>Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно); Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно); Chrome (http://www.chromium.org/chromium-os/licenses), (бессрочно); 7-Zip (http://www.7-zip.org/license.txt), (бессрочно); AcrobatReader (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно); ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно); LibreOffice (https://ru.libreoffice.org/), (бессрочно); Веб-браузер Chromium (https://www.chromium.org/Home/), (бессрочно); Антивирус Касперский (https://www.kaspersky.ru/), (до 23 июня 2024); Архиватор Ark (https://apps.kde.org/ark/), (бессрочно); Okular (https://okular.kde.org/ru/download/), (бессрочно); Редактор изображений Gimp (https://www.gimp.org/), (бессрочно)</p>				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
Информационная справочная система: СПС КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс АлтГУ или http://www.consultant.ru/). Профессиональные базы данных: 1. Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/); 2. Научная электронная библиотека elibrary (http://elibrary.ru).				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Помещение для самостоятельной работы	помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ
206Л	лаборатория информационных технологий - компьютерный класс - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических);	Учебная мебель на 14 посадочных мест; компьютеры: марка DEPO модель Neos 260, мониторы: марка

Аудитория	Назначение	Оборудование
	проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Philips модель 227E3LHSU - 14 единиц
204Л	лаборатория информационных технологий - компьютерный класс - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 14 посадочных мест; компьютеры: марка DEPO модель Neos 260 - 14 единиц; Интерактивная доска Smart board 680 IV со встроенным проектором v25
106Л	помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Стеллажи – 3 шт. осциллограф, паяльная станция, источник тока, переносные ноутбуки
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В рамках освоения каждого модуля ознакомьтесь с учебными материалами, представленными в лекциях и в электронном курсе

Следуйте предложенной структуре модуля, осваивая материал поэтапно. В процессе выполнения заданий активно применяйте освоенные навыки и творческие концепции. Одна из основных частей курса — разработка медиадизайна для реального веб-проекта. Выделите достаточно времени для этой задачи. Прорабатывайте каждый этап проекта, начиная с концепции и макетирования до окончательной реализации. Ознакомьтесь с используемыми программами и инструментами, такими как графические редакторы, прототипирование и анимация. Практикуйтесь в их использовании, экспериментируйте с различными функциями. В процессе разработки дизайн-проектов и выполнения заданий важно анализировать свою работу критически. Принимайте во внимание обратную связь от преподавателя и своих однокурсников, чтобы постоянно совершенствовать навыки. Уделяйте достаточно времени завершению проектов и подготовке к презентации результатов, это важная часть процесса.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Алтайский государственный университет»

Медиапсихология рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра теории и практики журналистики
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	6 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	216	Виды контроля по семестрам
в том числе:		экзамены: 6
аудиторные занятия	86	
самостоятельная работа	103	
контроль	27	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	3 (5)		3 (6)		Итого	
	16		17			
Неделя	16		17			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	14	14	8	8	22	22
Лабораторные	16	16	20	20	36	36
Практические	14	14	14	14	28	28
Сам. работа	64	64	39	39	103	103
Часы на контроль	0	0	27	27	27	27
Итого	108	108	108	108	216	216

Программу составил(и):
к.ф.н., доцент, Витвинчук В.В.

Рецензент(ы):
д.ф.н., профессор, Семилет Т.А.

Рабочая программа дисциплины
Медиапсихология

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра теории и практики журналистики

Протокол от 28.06.2022 г. № 7
Срок действия программы: 2022-2024 уч. г.

Заведующий кафедрой
д.филол.н., проф. Лукашевич Е.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра теории и практики журналистики

Протокол от 28.06.2022 г. № 7
Заведующий кафедрой *д.филол.н., проф. Лукашевич Е.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	<p>Цель дисциплины «Психология журналистики» – удовлетворить потребность в освоении специальной ветви практической психологии массовых коммуникаций при подготовке специалистов для работы в журналистике на современном уровне.</p> <p>Основная задача курса состоит в том, чтобы сформировать у студентов – журналистов системное понимание закономерностей психологических процессов, лежащих в основе индивидуального творчества и массовой коммуникации, обучить психологическим приемам разрешения основных коммуникативных проблем и личных творческих затруднений, внушить уважение к профессиональным правилам техники информационно-психологической безопасности как по отношению к аудитории, так и при работе журналиста в стрессогенных условиях современных масс-медиа.</p> <p>Дополнительной функцией курса может стать психодиагностика творческой предрасположенности студента и профессиональная ориентация для работы в специальных подразделениях редакций типа «Психологическая служба газеты», «Центр медиа-психологического анализа», «Банк социально-психологической информации»</p>
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.04

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-1.1	Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
ОПК-1.2	Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
ОПК-4.1	Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
ОПК-4.2	Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий /групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	
3.2.	Уметь:
3.2.1.	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ;
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные

	<p>характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;</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>
--	--

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Предмет и задачи курса						
1.1.	Категории медиапсихологии. Журналистика как творческая информационная деятельность. Теории социальной психологии в объяснении специфики журналистики.	Лекции	5	4	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-1.1, ОПК-1.2	Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.2.	Психология поведения личности в художественном произведении	Сам. работа	5	5	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-1.1, ОПК-1.2	Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.3.	Журналист как творческая личность. Проблемы саморегуляции. Социально-психологическая обусловленность творческого процесса. Мотивационный профиль личности. Психологические проблемы взаимодействия с аудиторией.	Лекции	5	4	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-1.1, ОПК-1.2	Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.4.	Гуманистическая психология	Практические	5	4	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-1.1, ОПК-1.2	Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.5.	Проблемы поведения и сознания в художественном произведении	Лабораторные	5	16	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-1.1, ОПК-1.2	Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.6.	Парадигмы творческой деятельности.	Лекции	5	6	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-1.1, ОПК-1.2	Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.7.	Эссе на тему «Психология толпы. Возможен ли тоталитаризм сегодня?»	Сам. работа	5	30	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-1.1, ОПК-1.2	Л1.1, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.8.	Психологические концепции личности	Практические	5	4	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-1.1, ОПК-1.2	Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.9.	Эссе «Мой медиадетокс»	Сам. работа	5	29	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-1.1, ОПК-1.2	Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.10.	Социальный фактор в творчестве журналиста.	Практические	5	4	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-1.1, ОПК-1.2	Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.11.	Базовые понятия психологии журналистики	Практические	5	2	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-1.1, ОПК-1.2	Л1.1, Л1.2, Л2.1
Раздел 2. Формирование и коррекция психотипа журналиста						
2.1.	Психология в медиа	Лекции	6	8	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-1.1, ОПК-1.2	Л1.1, Л1.2, Л2.1
2.2.	Ситуативные задачи	Сам. работа	6	39	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-1.1, ОПК-1.2	Л1.1, Л1.2, Л2.1
2.3.	Перцепция и память	Практические	6	2	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-1.1, ОПК-1.2	Л1.1, Л1.2, Л2.1
2.4.	Игра «Подводная лодка»	Лабораторные	6	20	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-1.1, ОПК-1.2	Л1.1, Л1.2, Л2.1
2.5.	Психология журналистского творчества	Практические	6	6	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-1.1, ОПК-1.2	Л1.1, Л1.2, Л2.1
2.6.	Журналист как психолог	Практические	6	6	ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-1.1, ОПК-1.2	Л1.1, Л1.2, Л2.1

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
<p>Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ» https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7342</p> <p>ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>

ЗАДАНИЯ ЗАКРЫТОГО ТИПА

1. Необходимым условием развития способностей являются:

- а) задатки
- б) осуществление деятельности
- в) интерес к деятельности
- г) материальные условия для деятельности

Ответ: б

2. О наличии способностей к какому-нибудь виду деятельности свидетельствует(ют):

- а) отсутствие связи с направленностью
- б) индивидуальное своеобразие выполнения деятельности
- в) большие энергетические затраты по выполнению данной деятельности
- г) низкий темп обучения соответствующей деятельности

Ответ: б

3. Индивидуально-психологические особенности, являющиеся условием успешного освоения и выполнения той или иной продуктивной деятельности – это:

- а) знания
- б) воля
- в) задатки
- г) способности

Ответ: г

4. Высшая степень проявления творческих способностей личности в определенной сфере жизнедеятельности называется:

- а) талантом
- б) гениальностью
- в) одаренностью
- г) задатками

Ответ: а

5. Индивидуальные особенности личности, являющиеся условием успешного осуществления деятельности, которые не сводятся к наличным знаниям, умениям и навыкам, но могут объяснить легкость и быстроту их приобретения — это:

- а) компетенции
- б) склонности
- в) задатки
- г) способности

Ответ: г

6. Высший уровень развития способностей (творческие достижения личности составляют целую эпоху в жизни обществ называется:

- а) талантом
- б) задатками
- в) гениальностью
- г) одаренностью

Ответ: в

7. Минимальное различие между двумя интенсивностями раздражителя, вызывающее замечаемое различие интенсивности ощущения, называется ...

- а) диапазоном чувствительности к интенсивности
- б) порогом различения
- в) абсолютным нижним порогом
- г) временным порогом ощущений

Ответ: б

8. Восприятие часто принято называть ...

- а) перцепцией
- б) наблюдательностью
- в) апперцепцией
- г) осязанием

Ответ: а

9. Пространственно-временные характеристики объективного мира отражают ... процессы

- а) мотивационные

- б) познавательные
- в) волевые
- г) эмоциональные

Ответ: б

10. Изменение чувствительности для приспособления к внешним условиям известно как ...

- а) сенсibilизация
- б) синестезия
- в) адаптация
- г) аккомодация

Ответ: в

11. Способность к восприятию изменений раздражителя или к различению близких раздражителей называется...

- а) дифференциальной чувствительностью
- б) сенсibilизацией
- в) абсолютной чувствительностью
- г) адаптацией

Ответ: а

12. Основанием разделения восприятия на произвольное и произвольное служит...

- а) целенаправленность характера деятельности субъекта
- б) ведущий анализатор
- в) форма существования материи
- г) предмет восприятия

Ответ: а

13. Восприятие есть процесс (результат) построения образа объекта в перцептивном пространстве субъекта при ...

- а) его непосредственном взаимодействии с этим объектом
- б) отсутствие взаимодействия
- в) его опосредованном взаимодействии с этим объектом
- г) отсутствии воспринимаемого предмета

Ответ: а

14. Понимание другого человека путем отождествления себя с ним называется...

- а) социально-психологической рефлексией
- б) стереотипизацией
- в) эмпатией
- г) идентификацией

Ответ: г

15. Пример рисунка, который воспринимается то как ваза, то как два человеческих профиля, иллюстрирует закон ...

- а) симметрии
- б) фигуры и фона
- в) константности
- г) транспозиции

Ответ: б

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

- «зачтено» – верно выполнено более 50% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 50% и менее 50% заданий;
- «отлично» – верно выполнено 85-100% заданий; «хорошо» – верно выполнено 70-84% заданий; «удовлетворительно» – верно выполнено 51-69% заданий; «неудовлетворительно» – верно выполнено 50% или менее 50% заданий.

ЗАДАНИЯ ОТКРЫТОГО ТИПА

1. Что такое медиапсихология?

Ответ: Отрасль психологической науки, рассматривающая личность в контексте взаимодействия с современными средствами коммуникации, как индивидуальными, так и массовыми; выявляет и описывает основные компоненты медиакультуры, психологические закономерности отношений и поведения людей в медиaprостранствах.

2. Какова цель медиапсихологии?

Ответ: Медиапсихология пытается понять, как средства коммуникации, фактор в растущем потреблении технологий, влияет на восприятие, интерпретацию, ответы на информацию людей, как они взаимодействуют между собой в мире, насыщенном медиа.

3. Функциональная сфера медиапсихологии?

Ответ: Медиапсихологи работают практически во всех сферах: от маркетинга, развлечений до здравоохранения и образования.

4. Какой вклад медиапсихология вносит в развитие психологии?

Ответ: Медиапсихология вносит вклад в расширение всеобщего понимания того, что есть психология, и как наиболее эффективно донести до людей ключевое исследование с помощью медиаканалов.

5. Каков нижний порог ощущений человеческой перцепции?

Ответ: Минимальная величина раздражителя, вызывающая едва заметное ощущение.

6. Что такое апперцепция?

Ответ: Зависимость восприятия от содержания психической жизни человека и от особенностей его личности.

7. Чему способствует модальность раздражителя?

Ответ: Выделению зрительных, слуховых, обонятельных, вкусовых и других разновидностей ощущений.

8. Что обеспечивает такая характеристика восприятия как целостность?

Ответ: Способность человека узнавать предмет по его неполному или ошибочному изображению.

9. Что такое наблюдательность?

Ответ: Свойство человека, проявляющееся как способность замечать в воспринимаемом малоизвестные, но существенные детали.

10. Социальная роль коммуникатора – это...

Ответ: Нормативно одобряемый образец поведения, ожидаемый окружающими от каждого, кто занимает данную социальную позицию.

11. Особенность невербального общения.

Ответ: Его проявлениям доверяют больше, чем вербальному каналу общения.

12. Охарактеризуйте ролевое общение.

Ответ: Когда регламентированы и содержание и средства общения, а вместо знания личности собеседника обходятся знанием его социальной роли.

13. Манипулятивное общение – это...

Ответ: Общение, направленное на извлечение выгоды от собеседника с использованием разных приемов (лесть, запугивание, «пускание пыли в глаза», обман, демонстрация доброты).

14. Опишите эффект первичности.

Ответ: При восприятии людьми друг друга значение имеет определенный порядок поступления информации о человеке для формирования представления о нем. Так, по отношению к знакомому человеку наиболее значимой оказывается последняя, то есть более новая информация о нем, тогда как по отношению к незнакомому человеку более значима первая информация.

15. В чем проявляется стереотипизация?

Ответ: Приписывание сходных характеристик всем членам какой-либо социальной группы или общности.

16. Как проявляется эффект ореола?

Ответ: Распространение в условиях дефицита информации о человеке общего оценочного впечатления о нем на восприятие его поступков и личностных качеств.

17. Эмпатия позволяет...

Ответ: Постигание эмоциональных состояний другого человека, сопереживание при общении.

18. Что такое смысловые барьеры?

Ответ: Препятствия в общении, которые проявляются у партнеров в непонимании высказываний, требований, предъявляемых друг другу.

19. Что может усилить внушение?

Ответ: Некритическое восприятие информации.

20. К чему может привести конформность?

Ответ: Осознанное внешнее согласие с группой при внутреннем расхождении с ее позицией.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ.

«Отлично» (зачтено): Ответ полный, развернутый. Вопрос точно и исчерпывающе передан, терминология сохранена, студент превосходно владеет основной и дополнительной литературой, ошибок нет.

«Хорошо» (зачтено): Ответ полный, хотя краток, терминологически правильный, нет существенных недочетов. Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.

«Удовлетворительно» (зачтено): Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.

«Неудовлетворительно» (не зачтено): Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен. Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

--

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Не предусмотрено

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра экзамена (для обучающихся, не получивших оценки по результатам текущей успеваемости) по всему изученному курсу. Экзамен проводится в устной форме по билетам. В билет входит 2 вопроса: 1 вопрос теоретического характера и 1 вопрос практико-ориентированного характера.

ВОПРОСЫ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО ХАРАКТЕРА


1. История медиапсихологии.
2. Методы психологии (наблюдение / эксперимент).
3. Проблема развития в психологии (инстинкт, навык, интеллект).
4. Поведение животных и человека.
5. Сознание. Историческое развитие сознания у человека.
6. Сознание. Развитие сознания у ребенка.
7. Ощущения. Классификация, специфика, нарушения.
8. Понятие восприятия. Природа восприятия, специфика.
9. Специфика восприятия пространства и времени.
10. Понятия памяти, запоминания, узнавания и воспоминания. Виды памяти.
11. Роль установок в восприятии и запоминании.
12. Воображение и его роль в журналистской деятельности.
13. Психоаналитическая теория (З. Фрейд, Э. Фромм, К.Г. Юнг).
14. Бихевиоризм ((поведенческая психология) Б.Ф. Скиннер).
15. Гуманистическая психология (А. Маслоу, К. Роджерс).
16. Гештальтпсихология (К. Левин, М. Вертгеймер).
17. Культурно-историческая теория (Л. Выготский, А.Н. Леонтьев, А.Р. Лурия).
18. Парадигмы мышления и стили творчества.
19. Гуманистическое мышление как источник смысловывявляющих текстов.
20. Когнитивный диссонанс и эвристическое мышление.

ВОПРОСЫ ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ХАРАКТЕРА

Анализ предложенного медиатекста с позиции основных принципов и методов психологии. Выявление мотивации, особенностей мышления и установок автора.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:

«Отлично» (зачтено): студентом дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на

<p>поставленные вопросы, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок.</p> <p>«Хорошо» (зачтено): студентом дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускаются неточности в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.</p> <p>«Удовлетворительно» (зачтено): студентом дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.</p> <p>«Неудовлетворительно» (не зачтено): студентом дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, неумением давать аргументированные ответы. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено. Студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.</p>
Приложения
Приложение 1.  ФОС Медиапсихология.doc

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Мансурова, Валентина Дмитриевна	Психология журналистского творчества. От замысла – к воплощению : учебное пособие	Изд-во АлтГУ, 2010	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/207
Л1.2	Никулина, С.А.	Психология массовой коммуникации : учебное пособие	Директ-Медиа, 2014	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=235650
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Бреус, Е.С.	Психологические аспекты функционирования средств массовой информации:	Лаборатория книги, 2012	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142231
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Медиа-библиотека факультета журналистики МГУ «Медiateка»		http://www.site.mediascope.ru/	
Э2	Научное издание «Меди@льманах»		http://www.journ.msu.ru/science/pub/media-almanac	

Э3	Электронная библиотека публикаций СМИ	http://www.public.ru
Э4	Курс в Moodle	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7342

6.3. Перечень программного обеспечения

Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно);
Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно);
Chrome (<http://www.chromium.org/chromium-os/licenses>), (бессрочно);
7-Zip (<http://www.7-zip.org/license.txt>), (бессрочно);
AcrobatReader
(http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно);
ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (<https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/>), (бессрочно);
LibreOffice (<https://ru.libreoffice.org/>), (бессрочно);
Веб-браузер Chromium (<https://www.chromium.org/Home/>), (бессрочно);
Антивирус Касперский (<https://www.kaspersky.ru/>), (до 23 июня 2024);
Архиватор Ark (<https://apps.kde.org/ark/>), (бессрочно);
Okular (<https://okular.kde.org/ru/download/>), (бессрочно);
Редактор изображений Gimp (<https://www.gimp.org/>), (бессрочно)

6.4. Перечень информационных справочных систем

Информационная справочная система:
СПС КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс АлтГУ или <http://www.consultant.ru/>).
Профессиональные базы данных:
1. Электронная база данных «Scopus» (<http://www.scopus.com>);
2. Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (<http://elibrary.asu.ru/>);
3. Научная электронная библиотека elibrary (<http://elibrary.ru>)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Помещение для самостоятельной работы	помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Лекции. Рекомендуется при записи лекции отмечать лишь ключевые положения: определения, выводы, основные понятия, термины. Следует обратить внимание на взаимосвязь теоретических положений с

практической деятельностью журналистов; рекомендуется также сопоставить полученные знания с конкретными примерами медийных коммуникаций. После прослушивания каждой лекции необходимо ее самостоятельно проработать, дополняя изучением рекомендованной литературы, а также отмечая сложные моменты и возникающие вопросы, которые следует либо задать руководителю на практическом занятии, либо предложить для общего обсуждения. Кроме рекомендованной литературы, следует пользоваться энциклопедиями, справочниками, тематическими порталами в Интернете.

Практические занятия. При подготовке обратить особое внимание на детализацию каждого задания (пункты ответа) и стремиться раскрыть, по возможности, каждый из пунктов. При выполнении заданий, связанных с анализом конкретного примера (статьи, телепередачи, кейса и пр.), необходимо не ограничиваться фиксацией очевидных особенностей, но и анализировать латентные смыслы, позицию автора, суть явления, профессиональную значимость исходя из контекста. Обратит внимание на ситуации конфликта, ошибки / развития, успеха в профессиональной деятельности.

Самостоятельная работа. В целом, рекомендации те же, что и к выполнению практических заданий, с учетом того, что данный вид работ требует существенно больше времени. Самостоятельная работа требует ответственного подхода и тщательного планирования.

Экзамен. Подготовка к экзамену ведется на основе полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы. При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеется один теоретический вопрос и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Методика и техника медиаисследований рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью		
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью		
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах		
Форма обучения	Очная		
Общая трудоемкость	6 ЗЕТ		
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021		
Часов по учебному плану	216	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты:	5
аудиторные занятия	86	диф. зачеты:	6
самостоятельная работа	130		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	3 (5)		3 (6)		Итого	
	Неделя		17			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	14	14	16	16	30	30
Практические	28	28	28	28	56	56
Сам. работа	66	66	64	64	130	130
Итого	108	108	108	108	216	216

Программу составил(и):
к.социол.н., доцент, Василенко И.А.

Рецензент(ы):
ООО "ПРАЙМ СИБИРЬ", директор, Дьячко В.П.

Рабочая программа дисциплины
Методика и техника медиаисследований

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Срок действия программы: 2023-2026 уч. г.

Заведующий кафедрой
д.социол.н., профессор Ковалева А.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Заведующий кафедрой *д.социол.н., профессор Ковалева А.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Целью изучения дисциплины является предоставление студентам исчерпывающих знаний по основам теории и методологии проведения социологических и маркетинговых исследований и производства и на их основе новых знаний о рынках и субъектах рыночной деятельности; обучение студентов применению методов сбора вторичных и первичных данных, оформлению и обобщению собранных данных, их анализу и формулированию на этой основе новых знаний о складывающихся на рынках ситуациях; обучение студентов методам разработки и обоснования управленческих решений на основе результатов исследований и анализа ситуаций;
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.О.04**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-2.1	Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
ОПК-2.2	Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	содержание современных информационно-коммуникативных технологий, необходимых при планировании и организации исследований в рекламе и связях с общественностью; концептуальные основы организации исследовательской деятельности в области рекламы и связей с общественностью; сущность, специфику, основные направления социологических и маркетинговых исследований; методологические и методические основы исследований в рекламе и связях с общественностью; методы сбора и анализа эмпирических данных, формы их представления в отчетных документах;
3.2.	Уметь:
3.2.1.	применять информационно-коммуникативные технологии, необходимые при организации и проведении исследований в рекламе и связях с общественностью; организовывать эмпирические исследования в области рекламы и связей с общественностью; разрабатывать методологическую концепцию исследования и исследовательский инструментарий; использовать исследовательскую информацию для решения профессиональных задач.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками применения информационно-коммуникативных технологий и обеспечения информационной безопасности при планировании и организации исследований в рекламе и связях с общественностью; навыками организации исследований в рекламе и связях с общественностью, определения основных направлений исследований; навыками разработки методологических и методических основ социологических исследований, направленных на получение необходимой информации для принятия решений;

	навыками применения методов сбора и анализа эмпирических данных, способов представления результатов исследований в отчетных документах.
--	---

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Раздел 1. Методологические основы медиаисследований						
1.1.	Общая характеристика методики и техники медиаисследований.	Лекции	5	4	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.2.	Общая характеристика методики и техники медиаисследований.	Практические	5	6	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.3.	Общая характеристика методики и техники медиаисследований.	Сам. работа	5	18	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.4.	Структура процесса медиаисследований.	Лекции	5	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.5.	Структура процесса медиаисследований.	Практические	5	6	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.6.	Структура процесса медиаисследований.	Сам. работа	5	9	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.7.	Специфика постановки проблемы в медиаисследованиях.	Лекции	5	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.8.	Специфика постановки проблемы в медиаисследованиях.	Практические	5	6	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.9.	Специфика постановки проблемы медиаисследованиях.	Сам. работа	5	30	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.10.	Характеристика исследовательских проектов в сфере медиа.	Лекции	5	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.11.	Характеристика исследовательских проектов в сфере медиа.	Практические	5	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.12.	Характеристика исследовательских проектов в сфере медиа.	Сам. работа	5	4	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
Раздел 2. Раздел 2. Общая характеристика методов сбора и анализа данных						
2.1.	Качественные методы сбора данных в медиаисследованиях.	Лекции	5	4	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
2.2.	Качественные методы сбора данных в медиаисследованиях.	Практические	5	8	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.3.	Качественные методы сбора данных в медиаисследованиях.	Сам. работа	5	5	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
2.4.	Количественные методы сбора данных в медиаисследованиях.	Лекции	6	8	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
2.5.	Количественные методы сбора данных в медиаисследованиях.	Практические	6	8	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
2.6.	Количественные методы сбора данных в медиаисследованиях.	Сам. работа	6	30	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
2.7.	Формирование выборки в медиаисследованиях.	Лекции	6	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
2.8.	Формирование выборки в медиаисследованиях.	Практические	6	6	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
2.9.	Формирование выборки в медиаисследованиях.	Сам. работа	6	12	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
2.10.	Анализ данных в медиаисследованиях.	Лекции	6	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
2.11.	Анализ данных в медиаисследованиях.	Практические	6	6	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
2.12.	Анализ данных в медиаисследованиях.	Сам. работа	6	10	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
Раздел 3. Раздел 3. Исследовательские отчеты						
3.1.	Основные требования к составлению исследовательских отчетов	Лекции	6	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
3.2.	Основные требования к составлению исследовательских отчетов	Практические	6	6	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
3.3.	Основные требования к составлению исследовательских отчетов	Сам. работа	6	4	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
3.4.	Прикладные вопросы медиаисследований	Лекции	6	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
3.5.	Прикладные вопросы медиаисследований	Практические	6	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
3.6.	Прикладные вопросы медиаисследований	Сам. работа	6	8	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в он-лайн курсе на образовательном портале "Цифровой университет АлтГУ" - <https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=11322>

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ ОПК-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА (15)

Вопрос 1. Что является целью медиаисследования?

- а. Создать информационно-аналитическую базу для принятия маркетинговых решений
- б. Совершенствовать общее представление о медиа, как явления и процессе
- в. Получить информацию о конкурентах

Ответ: а

Вопрос 2. Объективность как принцип исследования – это:

- а. учет возможных погрешностей при измерении того или иного явления
- б. получение адекватных данных за счет обеспечения научных принципов их сбора и проведения
- в. изучение явлений и процессов в их взаимосвязи и развитии

Ответ: а

Вопрос 3. Данные исследований компании Mediascop – это

- а. результаты синдикативных исследований
- б. первичная информации
- в. заказное корпоративное исследование

Ответ: а

Вопрос 4. Вид исследования, в котором изучаются медиапредпочтения аудитории – это:

- а. дискриптивное
- б. каузальное

Ответ: а

Вопрос 5. Принцип достоверность при проведении исследования – это:

- а. соизмеримость полученных результатов с затратами на проведение исследования
- б. получение адекватных данных за счет обеспечения научных принципов их сбора и проведения
- в. изучение явлений и процессов в их взаимосвязи и развитии

Ответ: б

Вопрос 6. Выберите более емкое понятие:

- а. исследование аудитории
- б. исследование телесмотрения
- в. медиаисследования

Ответ: в.

Вопрос 7. Взаимосвязанный набор систем данных, инструментов и методик, поддерживаемый программным обеспечением, с помощью которого компания собирает и интерпретирует информацию для принятия управленческих решений:

- а. система собственных маркетинговых исследований
- б. Маркетинговая база данных
- в. Маркетинговая информационная система

Ответ: в.

Вопрос 8. Существует ли единый типовой образец МИС?

- а. да
- б. нет

Ответ: б

Вопрос 9. Что относится к вторичной информации?

- а. результаты исследований, опубликованные в открытых источниках
- б. план медиаисследования
- в. инструментарий медиаисследования

Ответ: а

Вопрос 10. Что относится к качественным методам исследования?

- а. составление рейтингов СМИ
- б. фокус-группа
- в. опрос

Ответ: б.

Вопрос 11. Ключевая характеристика дескриптивного исследования:

- а. проверка причинно-следственных связей между изучаемыми явлениями
- б. описание тех или иных аспектов реальной маркетинговой ситуации

в. Использование только вторичной маркетинговой информации

Ответ: б

Вопрос 12. Гипотеза исследования – это:

- а. определение действий по смягчению проявления проблем
- б. вероятностное суждение о возможных путях решения поставленных проблем
- в. аналитическое обоснование выявленных проблем

Ответ: б

Вопрос 13. В чем цель каузального исследования?

- а. в сборе предварительной информации, предназначенной для более точного определения проблемы
- б. в поиске первичной информации
- в. обосновании гипотез, определяющих содержание выявленных причинно-следственных связей

Ответ: в

Вопрос 14. Источники внешней вторичной информации:

- а. данные ABC-анализа, SWOT – анализа, информация сети торговых корреспондентов
- б. официальные отчеты фирм, специальные издания, Интернет, данные государственной статистики
- в. информация компании: отчеты, результаты исследований

Ответ: б

Вопрос 15. В чем отличие первичной информации от вторичной?

- а. собрана ранее, для других целей
- б. служит для проверки причинно-следственных связей между изучаемыми явлениями
- в. собрана впервые – для конкретного исследования

Ответ: в.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА (20)

Вопрос 1. Какую роль играют медиаисследования в компании?

Ответ: Медиаисследования позволяют сформировать портрет целевой аудитории, помогают выстраивать эффективное медиапланирование, обеспечивают руководство компании своевременной и достоверной информацией при принятии управленческих решений.

Вопрос 2. Составьте определение медиаисследований.

Ответ: Медиаисследования – это систематическое и объективное выявление, сбор, анализ, распространения и использование информации для повышения эффективности идентификации возможностей компании и решения существующих проблем.

Вопрос 3. Опишите основные этапы медиаисследования.

Ответ: Определение проблемы исследования, разработка подхода к решению проблемы, формулировка плана исследования, проведение полевых работ, подготовка и анализ данных, составление отчета.

Вопрос 4. Дайте характеристику исследованию, направленному на определение проблемы.

Ответ: Это исследование, которое предпринимается, что бы помочь идентифицировать неочевидные проблемы, либо существующие, либо такие, которые могут возникнуть в будущем.

Вопрос 5. Приведите примеры медиаисследований, направленных на решение проблемы.

Ответ: Исследования по сегментации аудитории, исследование медиапродукта, исследование каналов продвижения медиапродукта.

Вопрос 6. Приведите пример медиаисследований, направленных на определение проблемы.

Ответ: исследование потенциала медиарынка, исследование доли аудитории, исследование медиапредпочтений аудитории.

Вопрос 7. Дайте определение системе поддержки принятия решений.

Ответ: Это информационная система, которая позволяет ЛПР взаимодействовать непосредственно с базами данных и моделями анализа. Компоненты системы включают аппаратное обеспечение и коммуникационную сеть, базу ПО.

Вопрос 8. Перечислите преимущества СППР перед маркетинговой информационной системой.

Ответ: помогает при решении неструктурированных проблем, использует математические и статистические модели, имеет дружелюбный интерфейс, гибкие настройки.

Вопрос 9. Дайте определение внешним субъектам исследования и приведите пример.

Ответ: Это независимые компании, самостоятельно проводящие медиаисследования и привлекаемые для их проведение. Например, НАФИ, Mediascop.

Вопрос 10. Перечислите этапы плана исследования.

Ответ: Анализ вторичной информации, качественные исследования, сбор количественных данных, измерение и шкалирование, разработка инструментария, определение размера выборки, план анализа данных.

Вопрос 11. Перечислите возможные элементы исследовательского отчета.

Ответ: В отчете должны быть письменно изложены результаты и интерпретация данных, полученных в ходе исследования. Так же по запросу предоставляется отчет о ходе исследования и вся собранная для анализа информация.

Вопрос 12. Что значит «медиаметрия четырех экранов»?

Ответ: Это синхронное отслеживание телесмотрения на мобильных экранах, экранах ПК и ТВ.

Вопрос 13. Перечислите элементы системы показателей медиаизмерений телевизионной аудитории.

Ответ: рейтинг, накопленный рейтинг, средний рейтинг, доля аудитории, среднесуточная доля телеканала, охват, объем телесмотрения.

Вопрос 14. Опишите автоматизированный способ медиаизмерения телесмотрения.

Ответ: Это пиплметрия. Электронный регистратор (пиплметр) подключается к каждому телевизору в домохозяйстве, члены которого стали респондентами в исследовании. Регистратор записывает все переключения по каналам каждого из членов домохозяйства старше 4-х лет.

Вопрос 15. В чем главная особенность телевизионных измерений?

Ответ: Главная особенность состоит в том, что отобранные респонденты опрашиваются постоянно в течение длительного периода времени, это так называемые панельные исследования. Телевизионная панель представляет собой модель реального населения на анализируемой территории.

Вопрос 16. Какие факторы влияют на объемы медиаизмерений?

Ответ: В первую очередь – объем рекламного рынка. Медиаизмерения - это валюта продажа рекламы и рекламодатели заинтересованы в проведении подобных исследований. Второй фактор – развитие медиаинфраструктуры региона, проникновение интернета. Третий фактор – стандарты медиаизмерений.

Вопрос 17. Опишите автоматизированные методы медиаанализа наружной рекламы.

Ответ: Медиаизмерения наружной рекламы основываются на данных мобильных операторов. Это базы данных мониторинга наружной рекламы (ODASTAT) и рейтинги (ODAPLAN).

Вопрос 18. Что такое технология Mobile People Meter?

Ответ: Это ПО, устанавливаемое на смартфоны респондентов, которое в фоновом режиме регистрирует акустические данные. То есть записывает окружение респондента, сравнивает с эталонным и описывает телесмотрение. Технология позволяет учитывать дополнительные параметры респондентов: род занятий, семейное положение, доход.

Вопрос 19. Какие вы знаете компании, продающие результаты исследований?

Ответ: Медиаскоп, РБК, ВЦИОМ.

Вопрос 20. На что направлены качественные исследования медиа?

Ответ: На изучение эффекта воздействия СМК, общественное мнение, анализ содержания контента, тестирование рекламных сообщений.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

"зачтено" - верно выполнено более 50% заданий; "не зачтено" - верно выполнено 50% и менее 50% заданий;

"отлично" - верно выполнено 85-100% заданий; "хорошо"-верно выполнено 70-84% заданий;

"удовлетворительно" - верно выполнено 51-69% заданий; "неудовлетворительно" - верно выполнено 50% или менее 50% заданий.

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Не предусмотрено.

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра зачета (для обучающихся, не получивших зачет по результатам текущей успеваемости) по всему изученному курсу. Зачет проводится в устной форме по билетам. В билет входит 2 вопроса: 2 вопроса теоретического характера и 1 вопрос практическо-ориентированного характера.

ВОПРОСЫ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО ХАРАКТЕРА

Вопросы к зачету с оценкой:

1. Научные исследования как форма научного познания.
2. Соотношение понятий «методология», «методика», «техника» и «процедуры».
3. Понятие, сущность и специфика медиаисследований.
4. Медиакоммуникация как объект исследований.
5. Медиапродукт как объект исследований.
6. Медиапотребление как объект исследований.
7. Конкурентная среда медиарынка как объект исследований в рекламе и связях с общественностью.
8. Роль медиаисследований в медиаменеджменте.
9. Методология качественного исследования аудитории.
10. Система показателей медиаизмерений (на примере любого носителя).

11. Задачи в медиаисследовании: понятие, особенности постановки.
12. Концептуальные основы разработки программы исследования.
13. Особенности постановки проблемы исследования.
14. Исследовательские гипотезы: понятие, виды, особенности постановки.
15. Основные этапы исследования и их характеристика.
16. Источники социологических и маркетинговых проблем: основные виды и характеристика.
17. План-разведка (формулятивный план): понятие, сущность.
18. Описательный (дескриптивный) план: понятие, сущность.
19. Аналитическо-экспериментальный план: понятие, сущность.
20. План повторно-сравнительного исследования: понятие, сущность.
21. Программа исследования: основные требования к разработке.
22. Специфика организационных планов в медиаисследованиях.
23. Качественные методы сбора информации: сущность, специфика, достоинства и недостатки.
24. Фокус-групповое интервью: понятие, сущность, процедура, инструментарий.
25. Глубинное интервью: понятие, сущность, процедура, инструментарий.
26. Метод «анализ протоколов»: понятие, сущность, процедура, инструментарий.
27. Проекционные методы: понятие, сущность, виды.
28. Сущность и специфика количественных методов исследования.
29. Прямое наблюдение: понятие, виды. Технология разработки инструментария.
30. Документальные источники. Классификация документальных источников. Приемы качественно-количественного анализа документов.
31. Анкетный опрос: сущность, виды. Виды вопросов. Основные принципы и требования к конструированию анкеты.
32. Интервью: сущность, виды, процедура. Требования к разработке бланков интервью.
33. Почтовый опрос: понятие, особенности проведения.
34. Экспертный опрос: понятие, требования к выбору экспертов. Особенности разработки инструментария экспертного опроса.
35. Панельный метод: понятие, характеристика, особенности применения.
36. Выборочная совокупность: понятие, виды.
37. Характеристика вероятностных (случайных) методов отбора. Расчет объема случайной выборки.
38. Невероятностные (неслучайные) методы отбора: понятие, сущность. Расчет объема неслучайной выборки.
39. Характеристика предварительных этапов анализа данных.
40. Характеристика количественных методов анализа данных (метод статистических группировок, корреляционный анализ, регрессионный анализ, факторный анализ, кластерный анализ).
41. Особенности анализа качественных данных.
42. Исследовательские отчеты: основные разделы, критерии качества подготовки.

ВОПРОСЫ ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ХАРАКТЕРА

1. На основе отчета о маркетинговом исследовании, обозначьте цель, задачи, предмет и объект исследования.
2. На основе отчета о маркетинговом исследовании, обозначьте управленческую проблему и проблему исследования.
3. Подберите источники вторичной информации для исследования по медиапредпочтениям аудитории женщины и женщины 45+.
4. Подберите и аргументируйте выбор методов для изучения аудитории футбольных болельщиков: особенности просмотра, состав аудитории.
5. Составьте примерную анкету для опроса аудитории подкастов.
6. Управленческая проблема сформулирована так: нужно выяснить в каких изменениях нуждается сайт журнала АБВ, что бы сделать его более привлекательным. Сформулируйте исследовательскую проблему, опишите и аргументируйте возможные методы исследования.
7. Подготовьте список вопросов к ЛПР на стадии обсуждения проблемы исследования. Управленческая проблема: как замотивировать пользователей оставлять UGS.
8. Для важнейших терминов выберите правильное определение из приведенных в пункте Б:
 - а) данные наблюдения;
 - б) бенчмаркинг;
 - в) первичные данные;
 - г) маркетинговые исследования;

- д) вторичные данные;
- е) панель;
- ж) данные анкетирования;
- и) данные;
- к) маркетинговая информационная система;
- л) полевой эксперимент.

Б. Определения:

1. Метод анализа превосходства и оценки конкурентных преимуществ партнеров и конкурентов в целях изучения и использования лучшего.
2. Часто повторяющиеся опросы.
3. Результат сбора данных с помощью почтовых, телефонных и личных опросов.
4. Постоянно действующая система взаимосвязи людей, оборудования и методических приемов, предназначенных для сбора, анализа, оценки и распространения точной информации.
5. Новые факты и цифры, собираемые впервые для разработкиваемого проекта.
6. Процесс выявления маркетинговых проблем, систематического сбора и анализа информации с целью разработки рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности компании.
7. Исследование, проводимое в реальных (естественных) условиях.
8. Комплекс данных, собираемых с помощью механических устройств или лично и показывающих характер поведения людей.
9. Факты и цифры, которые уже зарегистрированы.
10. Факты и цифры, важные для проблемы и полученные из первичных и вторичных источников.

9. Приведите несколько основных вторичных источников информации в следующих ситуациях:

а) начальник отдела маркетинга пивзавода «Очаков» должен подготовить подробный доклад по своей отрасли и о тенденциях развития рынка;

б) Г. Артемов слышал, что в меховом бизнесе существует высокая норма прибыли. Меховая индустрия его всегда интересовала, и он решил собрать информацию, чтобы проверить свои предположения.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:

«Отлично» (зачтено): студентом дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленные вопросы, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок.

«Хорошо» (зачтено): студентом дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускаются неточности в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.

«Удовлетворительно» (зачтено): студентом дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.

«Неудовлетворительно» (не зачтено): студентом дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, неумением давать

аргументированные ответы. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено. Студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	А. П. Карасев	Маркетинговые исследования : учебник и практикум для СПО	М. : Издательство Юрайт, 2022	https://urait.ru/book/marketingovye-issledovaniya-489822
Л1.2	Карасев А.П.	МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ 2-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для СПО: Гриф УМО СПО	М.:Издательство Юрайт, 2022	https://urait.ru/viewer/marketingovye-issledovaniya-489822#page/1
Л1.3	Б.И. Герасимов, Н.Н. Мозгов	Маркетинговые исследования рынка: учебное пособие	Форум : ИНФРА-М, 2020	URL: https://znanium.com/catalog/product/1068857
Л1.4	Божук С. Г.	Маркетинговые исследования: учебник для вузов	Юрайт, 2022	https://urait.ru/bcode/490827
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	официальный сайт Гильдии маркетологов		www.marketologi.ru	
Э2	Энциклопедия маркетинга		www.marketing.spb.ru	
Э3	портал РБК		http://marketing.rbc.ru	
Э4	журнал 4Р маркетинг		www.4p.ru	
Э5	Курс в Moodle "Методика и техника исследований в рекламе и связях с общественностью"		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=11322	
6.3. Перечень программного обеспечения				
<p>Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно); Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно); Chrome (http://www.chromium.org/chromium-os/licenses), (бессрочно); 7-Zip (http://www.7-zip.org/license.txt), (бессрочно); AcrobatReader (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно); ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно); LibreOffice (https://ru.libreoffice.org/), (бессрочно); Веб-браузер Chromium (https://www.chromium.org/Home/), (бессрочно); Антивирус Касперский (https://www.kaspersky.ru/), (до 23 июня 2024); Архиватор Ark (https://apps.kde.org/ark/), (бессрочно); Okular (https://okular.kde.org/ru/download/), (бессрочно); Редактор изображений Gimp (https://www.gimp.org/), (бессрочно)</p>				

6.4. Перечень информационных справочных систем

Информационно-правовой портал «Гарант» (<http://garant.ru>)
«КонсультантПлюс» (<http://consultant.ru>)
Электронная база данных «Scopus» (<http://www.scopus.com>)
Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (<http://elibrary.asu.ru/>)
Научная электронная библиотека elibrary (<http://elibrary.ru>)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
320Л	медiateка, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции и практические занятия, а также самостоятельную работу. Изучение курса завершается экзаменом. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоновку новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и

представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует:

руководствоваться графиком самостоятельной работы,

выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях

неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Зачет/зачет с оценкой. Подготовка к аттестации ведется на основе полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы.

При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеются теоретические вопросы и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий.

После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Правовое регулирование СМИ и рекламной деятельности

рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра теории и практики журналистики
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	6 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	216	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	6
аудиторные занятия	86	зачеты:	5
самостоятельная работа	103		
контроль	27		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	3 (5)		3 (6)		Итого	
	16		17			
Неделя	16		17			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	18	18	20	20	38	38
Практические	24	24	24	24	48	48
Сам. работа	66	66	37	37	103	103
Часы на контроль	0	0	27	27	27	27
Итого	108	108	108	108	216	216

Программу составил(и):
к.ф.н., доцент, Кирилин К.А.

Рецензент(ы):
д.ф.н., профессор, Семилет Т.А.

Рабочая программа дисциплины
Правовое регулирование СМИ и рекламной деятельности

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра теории и практики журналистики

Протокол от 28.06.2022 г. № 7
Срок действия программы: 2022-2024 уч. г.

Заведующий кафедрой
д.ф.н., проф. Лукашевич Е.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра теории и практики журналистики

Протокол от 28.06.2022 г. № 7
Заведующий кафедрой *д.ф.н., проф. Лукашевич Е.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	<p>Цель курса – раскрытие сущности и роли законодательства о средствах массовой информации (подотрасли информационного права) как совокупности норм, регулирующих общественные отношения, которые возникают в связи с созданием и использованием материалов средств массовой информации, а также в связи с созданием, функционированием и закрытием организаций СМИ, с профессиональной деятельностью редакторов и журналистов.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучение особенностей законодательства в области информационного права, регулирующего правовые отношения в сфере деятельности средств массовой информации; - усвоение источников правовых норм, понимание содержания ключевых положений международных правовых актов, Конституции РФ, Гражданского и Уголовного кодексов РФ, Кодекса об административных правонарушениях РФ, Уголовно-процессуального кодекса РФ, Гражданско-процессуального кодекса РФ, Закона РФ «О средствах массовой информации», законов, имеющих отношение к сфере средств массовой информации и журналистике; - формирование умения защищать свои профессиональные права и популяризировать нормы правового демократического государства.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.О.04**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ОПК-5.1	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
ОПК-5.2	Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
ОПК-7.1	Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
ОПК-7.2	Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности; ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;
3.2.	Уметь:

3.2.1.	ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом. ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Информационное право. Законодательная основа деятельности СМИ и журналистов.						
1.1.	Информационное право как комплексная отрасль российского права	Лекции	5	6		Л2.2, Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.2.	Юридический статус редакции СМИ	Практические	5	6		Л2.2, Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.3.	Законодательная основа свобод СМИ в России	Лекции	5	2		Л2.2, Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.4.	Законодательная основа свобод СМИ в России	Практические	5	4		Л2.2, Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.5.	Законодательная база доступа к информации	Лекции	5	2		Л2.2, Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.6.	Доступ журналиста к информации	Практические	5	6		Л2.2, Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.7.	Институт аккредитации журналистов	Практические	5	6		Л2.2, Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.8.	Анализ ситуаций из практики российских журналистов	Сам. работа	5	28		Л2.2, Л1.2, Л2.1, Л1.1
Раздел 2. Информационные права и свободы: основные нормы, реализация и защита.						
2.1.	Информационные права личности	Лекции	5	4		Л2.2, Л1.2, Л2.1, Л1.1
2.2.	Информационные права личности и СМИ	Практические	5	2		Л2.2, Л1.2, Л2.1, Л1.1
2.3.	Правовое регулирование участия СМИ в избирательных компаниях	Лекции	5	4		Л2.2, Л1.2, Л2.1, Л1.1
2.4.	Открытые вопросы по правовой проблематике	Сам. работа	5	38		Л2.2, Л1.2, Л2.1, Л1.1
Раздел 3. Особенности рекламы в СМИ. Авторское право в журналистике.						

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
3.1.	Правовое регулирование рекламной деятельности. Реклама в СМИ	Лекции	6	4		Л2.2, Л1.2, Л2.1, Л1.1
3.2.	Авторское право в журналистике	Лекции	6	4		Л2.2, Л1.2, Л2.1, Л1.1
3.3.	Правовое регулирование рекламной деятельности. Реклама в СМИ	Практические	6	6		Л2.2, Л1.2, Л2.1, Л1.1
3.4.	Авторское право журналиста	Практические	6	6		Л2.2, Л1.2, Л2.1, Л1.1
3.5.	Поиск, анализ и презентация примеров (случаев) нарушений российского законодательства	Сам. работа	6	10		Л2.2, Л1.2, Л2.1, Л1.1
Раздел 4. Специфика правового регулирования Интернета и информационная безопасность						
4.1.	Правовые проблемы регулирования коммуникации в сети Интернет	Лекции	6	2		Л2.2, Л1.2, Л2.1, Л1.1
4.2.	Особенности правового регулирования деятельности сетевых СМИ	Практические	6	2		Л2.2, Л1.2, Л2.1, Л1.1
4.3.	Информационная безопасность и СМИ	Лекции	6	4		Л2.2, Л1.2, Л2.1, Л1.1
4.4.	Информационная безопасность и СМИ	Практические	6	2		Л2.2, Л1.2, Л2.1, Л1.1
4.5.	Избирательные кампании и деятельность СМИ	Практические	6	2		Л2.2, Л1.2, Л2.1, Л1.1
Раздел 5. Работа журналиста в зоне боевых действий и освещение вооруженных конфликтов						
5.1.	Особенности подготовки журналиста к "опасным" командировкам	Лекции	6	2		Л2.2, Л1.2, Л2.1, Л1.1
5.2.	Принципы и правила поведения журналиста в зоне боевых действий	Лекции	6	2		Л2.2, Л1.2, Л2.1, Л1.1
5.3.	Работа журналистов в зонах вооруженных конфликтов	Практические	6	4		Л2.2, Л1.2, Л2.1, Л1.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
5.4.	Специфика освещения СМИ вооруженных конфликтов	Лекции	6	2		Л2.2, Л1.2, Л2.1, Л1.1
5.5.	Освещение СМИ вооруженных конфликтов	Практические	6	2		Л2.2, Л1.2, Л2.1, Л1.1
5.6.	Составление списка рекомендаций и правил поведения журналистов, собирающихся в «опасную командировку»	Сам. работа	6	9		Л2.2, Л1.2, Л2.1, Л1.1
5.7.	Просмотр и анализ художественного фильма «Война без правил»	Сам. работа	6	18		Л2.2, Л1.2, Л2.1, Л1.1

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
<p>Тест по курсу «Правовые основы журналистики»</p> <p>Необходимо выбрать один вариант ответа и подчеркнуть его</p> <p>1. В России в области правового регулирования деятельности СМИ существует приоритет: А) Конституции РФ Б) Федеральных законов В) Местных подзаконных актов Г) Постановлений Правительства Ответ: А</p> <p>2. К перечню сведений, составляющих государственную тайну в России, не относится информация о: А) Состоянии здоровья первых лиц государства Б) Месте дислокации стратегических войск В) Объеме государственного оборонного заказа Г) Технологии производства ядерных боеприпасов Ответ: А</p> <p>3. Закон РФ «О средствах массовой информации» запрещает: А) Сообщать негативные сведения о первых лицах государства Б) Разжигать национальную и религиозную рознь В) Критиковать чиновников Г) Сотрудничать с несколькими СМИ Ответ: Б</p> <p>4. Под цензурой Закон РФ «О средствах массовой информации» подразумевает: А) Исправление материалов главным редактором СМИ Б) Предварительный просмотр и контроль материалов перед публикацией представителем не коллектива редакции В) Согласование интервью с человеком, у которого брали интервью Г) Правку материала ответственным секретарем СМИ Ответ: Б</p> <p>5. Средство массовой информации в России может быть закрыто по решению:</p>

- А) Общественной палаты
- Б) Судебных органов
- В) Губернатора
- Г) Мэра

Ответ: Б

6. Если в СМИ была помещена недостоверная и порочащая гражданина информация, он может потребовать:

- А) Закрытия СМИ
- Б) Опубликования опровержения
- В) Увольнения автора публикации
- Г) Увольнения главного редактора

Ответ: Б

7. ФЗ «О рекламе» в России запрещает:

- А) Рекламу презервативов
- Б) Рекламу водки на телевидении
- В) Рекламу товаров, произведенных акционерными обществами
- Г) Спонсорскую рекламу

Ответ: Б

8. Конституция РФ запрещает:

- А) Публикацию непроверенных сведений
- Б) Цензуру
- В) Публикацию сведений о жизни первых лиц государства
- Г) Критику чиновников

Ответ: Б

9. Журналист имеет право отказаться от выполнения редакционного задания, если:

- А) Оно противоречит его убеждениям
- Б) Оно связано с риском
- В) Оно не интересно журналисту
- Г) Оно очень трудное

Ответ: А

10. Правовые нарушения в области деятельности СМИ преследуются:

- А) Решением представителей областной и городской администрации
- Б) В административном, гражданском и уголовном порядке
- В) Решением Большого Жюри
- Г) Союзом журналистов России

Ответ: Б

11. Право на отзыв означает:

- А) Право журналистов на комментарий в СМИ
- Б) Право автора отказаться от прежнего решения обнародовать произведение
- В) Право инициировать досрочное прекращение полномочий депутатов
- Г) Право редактора снять материал журналиста из номера газеты

Ответ: Б

12. Редакция не несёт ответственности за распространение не соответствующих действительности и порочащих сведений, если:

- А) Их автор является внештатным сотрудником редакции
- Б) Они были опубликованы без проверки
- В) Если эти сведения присутствуют в обязательных сообщениях
- Г) Они опубликованы под рубрикой «Слухи»

Ответ: В

13. К правам, принадлежащим автору произведения (в соответствии с 4 частью ГК РФ), не относится:

- А) Право авторства
- Б) Право автора на имя
- В) Исключительное право на произведение
- Г) Право на доступ к информации о деятельности государственных органов

Ответ: Г

14. Перечень категорий сведений, которые могут составлять государственную тайну, определяется:

- А) Постановлением Правительства РФ
- Б) Решением Совета Безопасности РФ
- В) Федеральным законом РФ
- Г) Доктриной информационной безопасности РФ

Ответ: В

15. Без согласия автора можно использовать его произведение:

- А) В виде цитаты в информационных целях
- Б) Для демонстрации всех его произведений на выставках
- В) В целях рекламы произведения
- Г) Использовать нельзя ни при каких условиях

Ответ: А

16. Если запрашиваемые редакцией сведения не могут быть представлены в семидневный срок, то в ответ на запрос:

- А) Направляется уведомление об отсрочке в предоставлении информации
- Б) Вообще ничего не направляется
- В) Направляются только имеющиеся на тот момент сведения
- Г) Ничего не направляется, пока сведения готовятся для предоставления

Ответ: А

17. Оскорбление – это:

- А) Любое выражение в неприличной форме
- Б) Унижение чести и достоинства другого, выраженное в неприличной форме
- В) Синоним диффамации
- Г) Синоним клеветы

Ответ: Б

18. Журналист может быть лишен аккредитации, если:

- А) Он нарушил установленные правила аккредитации
- Б) Он не пришел на запланированное мероприятие
- В) Он отказывается публиковать полученные пресс-релизы
- Г) Он посещает мероприятия конкурирующих организаций

Ответ: А

19. Главным условием распространения материалов, подготовленных с использованием скрытой записи, является:

- А) Отсутствие на записи лиц людей
- Б) Соблюдения конституционных прав и свобод граждан
- В) Отсутствие на записи государственных чиновников
- Г) Отсутствие на записи граждан других государств

Ответ: Б

20. В печатных СМИ, не зарегистрированных в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, реклама не должна превышать:

- А) 15 процентов объема одного номера
- Б) 20 процентов объема одного номера
- В) 25 процентов объема одного номера
- Г) 45 процентов объема одного номера

Ответ: Г

21. Режим защиты персональных данных устанавливается:

- А) Федеральным законом РФ
- Б) Органами Прокуратуры
- В) Постановлением глав регионов России
- Г) Решением правоохранительных органов РФ

Ответ: А

22. К информационным правам личности не относится:

- А) Право на индивидуализацию
 - Б) Право на защиту чести и достоинства
 - В) Право автора на имя
 - Г) Право на неприкосновенность частной жизни
- Ответ: В

23. Право на опровержение и ответ закреплено в:

- А) Конституции РФ
- Б) Уголовном кодексе РФ
- В) Гражданском кодексе РФ
- Г) ФЗ «О рекламе»

Ответ: В

24. Правом на дачу согласия на сбор и использование материалов о частной жизни лица обладает:

- А) Президент РФ
- Б) Данное лицо
- В) Лечащий врач лица
- Г) Работодатель лица

Ответ: Б

25. И к правам, и к обязанностям журналиста согласно Закону РФ «О средствах массовой информации» относится:

- А) Проверка информации
- Б) Посещение мест катастроф и стихийных бедствий
- В) Использование псевдонима
- Г) Редактирование материала

Ответ: А

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

не предусмотрены

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра экзамена (для обучающихся, не получивших оценки по результатам текущей успеваемости) по всему изученному курсу. Экзамен проводится в устной форме по билетам. В билет входит 2 вопроса: 1 вопрос теоретического характера и 1 вопрос практико-ориентированного характера.

1. Законодательная основа деятельности СМИ в России. Общая характеристика.
2. Конституция РФ как гарантия свободы массовой информации.
3. Закон РФ «О средствах массовой информации».
4. Право журналистов на доступ к информации. Механизм запроса информации в учреждениях и организациях.
5. Законодательная база доступа к информации. Государственная тайна и ее защита. Защита иных видов охраняемых законом тайн. Конфиденциальная информация.
6. Правовой статус редакции СМИ.
7. Информационные права личности: общая характеристика.
8. Право на индивидуализацию.
9. Право на защиту чести, достоинства и деловой репутации.
10. Право на неприкосновенность частной жизни, личную и семейную тайну.
11. Право на дачу согласия на сбор, хранение и использование материалов о частной жизни.
12. Особенности досудебной защиты информационных прав личности.
13. Особенности судебной защиты информационных прав личности.
14. Авторское право в журналистике. Предмет и задачи авторского права. Субъекты и объекты авторского права.
15. Авторское право в журналистике. Служебные произведения и их особенности.
16. Аккредитация журналистов. Понятие аккредитации. Правила аккредитации.
17. Аккредитация журналистов. Права и обязанности аккредитованных журналистов. Условия лишения журналиста аккредитации.
18. Правовое регулирование рекламной деятельности. Понятие рекламы. Общие требования к форме и содержанию рекламы. Виды рекламы. Ненадлежащая реклама.
19. Правовое регулирование рекламной деятельности. Особенности отдельных способов распространения

- рекламы: на телевидении, на радио, в периодических печатных изданиях, в сетевых СМИ.
20. Правовое регулирование рекламной деятельности. Особенности рекламы отдельных видов товаров.
 21. Правовое регулирование рекламной деятельности. Контроль соблюдения законодательства о рекламе. Ответственность за нарушение законодательства РФ о рекламе.
 22. Правовое регулирование Интернета.
 23. Законодательные основы функционирования сетевых СМИ.
 24. Распространение вредной и незаконной информации в Интернете.
 25. Интернет и защита авторского права.
 26. Избирательные кампании и деятельность СМИ. Федеральные законы о референдуме, выборах Президента РФ и депутатов Федерального собрания.
 27. Избирательные кампании и деятельность СМИ. Предвыборная агитация: понятие, виды, сроки проведения. Условия проведения агитации через СМИ. Ответственность за нарушение права на проведение агитации.
 28. Информационная безопасность и СМИ.
 29. Положения Международного гуманитарного права о защите журналистов в зонах вооруженных конфликтов.
 30. Особенности работы журналистов в зонах вооруженных конфликтов.
 31. Проблемы освещения СМИ вооруженных конфликтов.
 32. Профессиональные методы и приемы освещения СМИ вооруженных конфликтов.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:

«Отлично» (зачтено): студентом дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленные вопросы, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок.

«Хорошо» (зачтено): студентом дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускаются неточности в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.

«Удовлетворительно» (зачтено): студентом дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.

«Неудовлетворительно» (не зачтено): студентом дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, неумением давать аргументированные ответы. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено. Студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.

Приложения

Приложение 1.  [ФОС УЖ-1 ПОЖ Кирилин.docx](#)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Матушевский, Р.Г.	Правовые основы СМИ и журналистики : учебное пособие	А-Приор, 2006	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=56365

Л1.2	сост. Е.П. Прохоров	Правовые и этические нормы в журналистике: учебное пособие	М.: Аспект Пресс, 2012	
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Судариков, С.А.	Право интеллектуальной собственности: учебник	М.: Проспект, 2009	
Л2.2	Ковалева, Н.Н.	Информационное право России: учебное пособие	М.: Дашков и К, 2007	
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Профессиональная социальная сеть для Журналистов, Стрингеров, Блогеров, PR-менеджеров, Пресс-секретарей, Маркетологов и Экспертов-Ньюсмейкеров		https://deadline.media/	
Э2	Гарант.ру информационно-правовой портал		http://www.garant.ru/	
Э3	Научное издание «Меди@льманах»		http://www.journ.msu.ru/science/pub/media-almanac	
Э4	Курс в Moodle		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=3005	
6.3. Перечень программного обеспечения				
<p>Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно); Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно); Chrome (http://www.chromium.org/chromium-os/licenses), (бессрочно); 7-Zip (http://www.7-zip.org/license.txt), (бессрочно); AcrobatReader (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно); ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно); LibreOffice (https://ru.libreoffice.org/), (бессрочно); Веб-браузер Chromium (https://www.chromium.org/Home/), (бессрочно); Антивирус Касперский (https://www.kaspersky.ru/), (до 23 июня 2024); Архиватор Ark (https://apps.kde.org/ark/), (бессрочно); Okular (https://okular.kde.org/ru/download/), (бессрочно); Редактор изображений Gimp (https://www.gimp.org/), (бессрочно)</p>				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
<p>Информационная справочная система: СПС КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс АлтГУ или http://www.consultant.ru/).</p> <p>Профессиональные базы данных: 1. Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com); 2. Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/); 3. Научная электронная библиотека elibrary (http://elibrary.ru)</p>				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
Помещение для самостоятельной работы	помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Лекции. Рекомендуется при записи лекции отмечать лишь ключевые положения: определения, выводы, основные понятия, термины. Следует обратить внимание на взаимосвязь теоретических положений с практической деятельностью журналистов; рекомендуется также сопоставить полученные знания с конкретными примерами медийных коммуникаций. После прослушивания каждой лекции необходимо ее самостоятельно проработать, дополняя изучением рекомендованной литературы, а также отмечая сложные моменты и возникающие вопросы, которые следует либо задать руководителю на практическом занятии, либо предложить для общего обсуждения. Кроме рекомендованной литературы, следует пользоваться энциклопедиями, справочниками, тематическими порталами в Интернете.

Практические занятия. При подготовке обратить особое внимание на детализацию каждого задания (пункты ответа) и стремиться раскрыть, по возможности, каждый из пунктов. При выполнении заданий, связанных с анализом конкретного примера (статьи, телепередачи, кейса и пр.), необходимо не ограничиваться фиксацией очевидных особенностей, но и анализировать латентные смыслы, позицию автора, суть явления, профессиональную значимость исходя из контекста. Обратить внимание на ситуации конфликта, ошибки / развития, успеха в профессиональной деятельности.

Самостоятельная работа. В целом, рекомендации те же, что и к выполнению практических заданий, с учетом того, что данный вид работ требует существенно больше времени. Самостоятельная работа требует ответственного подхода и тщательного планирования.

Экзамен. Подготовка к экзамену ведется на основе полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы. При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеется один теоретический вопрос и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Введение в профессию (адаптивная дисциплина для лиц с ограниченными возможностями здоровья) рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	2 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2021

Часов по учебному плану	72	Виды контроля по семестрам
в том числе:		зачеты: 1
аудиторные занятия	12	
самостоятельная работа	60	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		Итого	
	16			
Неделя	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	6	6	6	6
Практические	6	6	6	6
Сам. работа	60	60	60	60
Итого	72	72	72	72

Программу составил(и):
к. филол. н., доцент, Валюлина Е.В.

Рецензент(ы):
директор центра инклюзивного образования АГУ, Петренко Е.А.

Рабочая программа дисциплины
Введение в профессию (адаптивная дисциплина для лиц с ограниченными возможностями здоровья)

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2021 г. № 7
Срок действия программы: 2021-2022 уч. г.

Заведующий кафедрой
д.социол.н., профессор Ковалева А.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2021 г. № 7
Заведующий кафедрой *д.социол.н., профессор Ковалева А.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	<p>- подготовка к обоснованному и мотивированному выбору студентом специализации профессиональной деятельности с учётом особенностей ОВЗ.</p> <p>Для достижения поставленной цели выделяются задачи курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> - начальное знакомство с направлениями профессиональной деятельности учёт особенностей ОВЗ при планировании учебного процесса; - ориентация в проблематике направления, в типовых постановках задач, типовых подходах и методах решения задач с учётом особенностей ОВЗ; - выбор направления и задачи для реализации (темы проекта) при индивидуальной траектории обучения с учётом особенностей ОВЗ; - получение первичных навыков в самостоятельном планировании и организации своего труда, определении и исполнении обязательств по срокам работы с учётом особенностей ОВЗ; - освоение современных технологий презентации и публичных выступлений (учёт особенностей ОВЗ).
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **ФТД.В**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
ПК-1	Способен создавать рекламные, PR или иные комму-никационные продукты для государственных и бизнес-структур с учетом специфики разных каналов коммуникации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен


3.1.	Знать:
3.1.1.	основные принципы работы в коллективе; правила толерантного, бесконфликтного общения с учетом социально-культурных, этнических и конфессиональных различий сотрудников
3.2.	Уметь:
3.2.1.	строить отношения в коллективе с учётом социально-культурного, этнического и конфессионального окружения; адекватно реагировать на возникающие в профессиональной деятельности ситуации в соответствии с коммуникативно-речевой ситуацией
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	обладает навыками организации и взаимодействия с коллективом с учётом социально-культурного, этнического и конфессионального окружения.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Раздел 1 Знакомство с направлениями профессиональной деятельности, содержанием профессиональной деятельности с учётом особенностей ОВЗ						
1.1.	Предмет и содержание курса. Ориентация в профессии с учётом особенностей ОВЗ.	Лекции	1	2	ПК-1, УК-3	Л2.1, Л2.2, Л1.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.2.	История становления профессии.	Лекции	1	2	ПК-1, УК-3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
Раздел 2. Раздел 2. Подготовка доклада по направлениям профессиональной деятельности и освоение техники публичных выступлений и подготовки эффективных презентаций с учётом особенностей ОВЗ.						
2.1.	Подготовка к выступлению. Разработка плана выступления	Лекции	1	2	ПК-1, УК-3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
2.2.	Подготовка к выступлению. Выступление с презентацией	Практические	1	2	ПК-1, УК-3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
2.3.	Ответы на вопросы. Работа с аудиторией. Завершение выступления.	Сам. работа	1	18	ПК-1, УК-3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
Раздел 3. Раздел 3. Анализ полученного опыта и результата своих действий.						
3.1.	Профдиагностика	Практические	1	2	ПК-1, УК-3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
3.2.	Консультирование	Практические	1	2	ПК-1, УК-3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
3.3.	Тренинг «Формирование базовых компетенций». Индивидуальные творческие задания («Путь к успеху», «Моя карьера через 2,5,10 лет»). Я будущий мастер своего дела- привлечение в качестве волонтеров при проведении дня кафедры.	Сам. работа	1	42	ПК-1, УК-3	Л2.1, Л2.2, Л1.1

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
См.приложение
5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)
См.приложение
5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
См.приложение
Приложения
Приложение 1.  ФОС_Введение в П РиСО_2022_1-2.docx

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Шаймиева, Э.Ш.	Введение в специальность : учебное пособие	Казань : Познание, 2019	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=257831
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Обухов, Алексей Сергеевич	Введение в профессию: психолог образования: учеб. и практикум	М. : Юрайт, 2019	https://www.biblio-online.ru/bcode/432773
Л2.2	сост.: Я. К. Смирнова, Л. Д. Демина	Введение в профессию: учеб. пособие	АлтГУ, 2017	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/3509
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название	Эл. адрес		
Э1	полнотекстовые базы данных: Национальный цифровой ресурс Руконт	[http://www.rucont.ru/] .		
Э2	ЭБС «Юрайт»	[http://www.biblio-online.ru/]		
Э3	Ресурс Цифровые учебные материалы.	[http://abc.vvsu.ru/]		
Э4	курс "Введение в профессию"	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7319		
6.3. Перечень программного обеспечения				
Microsoft Office, Microsoft Windows 7-Zip AcrobatReader				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com) Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/) Научная электронная библиотека eLibrary (http://elibrary.ru)				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
108М	лаборатория информационных технологий - компьютерный класс – учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических);	Учебная мебель на 13 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска магнитно-маркерная; интерактивная доска: SMART Board – 1

Аудитория	Назначение	Оборудование
	групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	ед.; персональные компьютеры: NAIO Corp Z520 – 13 ед.
106Л	помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Стеллажи – 3 шт. осциллограф, паяльная станция, источник тока, переносные ноутбуки
119Л	абонемент и читальный зал научной литературы фен – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 44 посадочных места; компьютер; ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В образовательном процессе рекомендуется использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи не только в усвоении образовательной программы, но и в становлении полноценных межличностных отношений в коллективе, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

Методические указания обучающимся к лекциям

В ходе лекционных занятий по дисциплине необходимо вести конспектирование учебного материала. Конспектирование лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы, предполагающий интенсивную умственную деятельность студента.

В процессе конспектирования не следует записывать дословно всю лекцию. Целесообразно вначале понять основную мысль, излагаемую лектором, а затем записать ее. Желательно запись осуществлять, оставляя поля, на которых позднее, при самостоятельной работе с конспектом, можно сделать дополнительные записи, отметить непонятные места.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать вопросы плана лекции, предложенные преподавателям. Следует обращать внимание на акценты, выводы, которые делает лектор, отмечая наиболее важные моменты в лекционном материале замечаниями «важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек, подчеркивая термины и определения.

Целесообразно разработать собственную систему сокращений, аббревиатур и символов общераспространенных слов и выражений. Специфичные термины и их сокращения преподавателем будут акцентированы преподавателем дополнительно.

Работа над конспектом лекции по дисциплине «Введение в профессию» не заканчивается в лекционной аудитории, а продолжается студентом дома, при этом обучающийся повторяет содержание лекционного материала, знакомится с рекомендованной литературой, делает себе пометки в тексте лекции, или продолжает конспект.

Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть теоретическим материалом.

Методические указания обучающимся при подготовке к семинарам, практическим занятиям

Планы семинарских занятий, их тематика, рекомендуемая литература, цель и задачи ее изучения сообщаются преподавателем на вводных занятиях или в методических указаниях по дисциплине.

Подготовка студентов к семинарскому занятию включает 2 этапа:

1) организационный;

2) закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу).

Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретается практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

На семинаре каждый его участник должен быть готовым к выступлению по всем поставленным в плане вопросам, проявлять максимальную активность при их рассмотрении. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Преподаватель следит, чтобы выступление не сводилось к репродуктивному уровню (простому воспроизведению текста), не допускается и простое чтение конспекта. Необходимо, чтобы выступающий проявлял собственное отношение к тому, о чем он говорит, высказывал свое личное мнение, понимание, обосновывал его и мог сделать правильные выводы из сказанного. При этом студент может обращаться к записям конспекта и лекций, непосредственно к первоисточникам.

На семинаре студенты ведут конспект. Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов:

- План-конспект – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.
- Текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.
- Свободный конспект – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.
- Тематический конспект – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).
- В заключение преподаватель, как руководитель семинара, подводит итоги семинара. Он может (выборочно) проверить конспекты студентов и, если потребуется, внести в них исправления и дополнения.

Методические указания обучающимся для организации самостоятельной работы

Основной формой самостоятельной работы обучающихся является изучение конспекта лекций, их дополнение рекомендованной литературой, активное участие на семинарах и подготовка докладов и презентаций по основным проблемам дисциплины.

Основой самостоятельной работы студентов является работа с рекомендованной литературой. Список основной и дополнительной литературы под дисциплине приведен в РПД

Изучение дисциплины следует начинать с проработки РПД, особое внимание, уделяя целям и задачам, структуре и содержанию курса.

Правила самостоятельной работы с литературой

- Составить перечень книг, с которыми Вам следует познакомиться;
- Перечень книг должен быть систематизированным (что необходимо для обязательного прочтения, что пригодится для написания рефератов, а что может расширить Вашу общую культуру и т.д.).
- Не пытайтесь читать быстро, вынужденное скорочтение не только не способствует качеству чтения, но и не приносит чувства удовлетворения, которое мы получаем, размышляя о прочитанном.

Форма промежуточной аттестации для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). Студентам с инвалидностью или с ОВЗ при необходимости предусматривается увеличение времени на подготовку к зачету, а также

предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете, разрешается готовить ответы на компьютере или при технической помощи помощника, а также при необходимости сурдопереводчика, тифлопедагога. При необходимости промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов. Для разных нозологий студентов с инвалидностью или с ОВЗ предусмотрено:

С нарушениями зрения: собеседование по вопросам к зачету; опросы по терминам, формулам, правилам и т.п.; описание явлений, свойств и т.п. С преимущественным предпочтением устной (аудиальной) проверки.

С нарушениями слуха: тесты; письменные работы; вопросы к зачету. С преимущественным предпочтением письменной проверки.

С нарушениями опорно-двигательного аппарата: решение дистанционных тестов или он-лайн (электронных) заданий; контрольные работы, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету.

На зачет выносятся один вопрос из общего перечня вопросов к зачету. Зачет проводится в устной форме. На подготовку ответа студенту отводится, как правило, 35 минут.

Методическое описание порядка (процедуры) оценивания усвоенных компетенций в процессе ответа на вопросы практических заданий: практические задания являются средством контроля формирования компетенций в процессе освоения дисциплины. Практические задания выполняются в период подготовки к занятиям. Преподаватель на практическом занятии выдает задания, в зависимости от объема задания определяется время его выполнения. Студент самостоятельно выполняет задание, по усмотрению преподавателя возможно выполнение заданий в малых группах. Оценивание выполнения практических занятий: зачтено/ не зачтено.