

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-2023
Год начала подготовки	2023

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	Стартпап в цифровой среде
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 России
Б1.О.01	Основы российской государственности
Б1.О.01	Философия
Б1.О.01	Человек в современном мире
Б1.О.01.ДВ.01	Профессиональная этика журналиста
Б1.О.01.ДВ.01	Психология массовых коммуникаций
Б1.О.01.ДВ.01	Социология массовых коммуникаций
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.03	Безопасность жизнедеятельности
Б1.О.03	Физическая культура и спорт
Б1.О.03.ДВ.01	Адаптивная физическая культура
Б1.О.03.ДВ.01	Лёгкая атлетика
Б1.О.03.ДВ.01	Лыжная подготовка
Б1.О.03.ДВ.01	Общая физическая подготовка
Б1.О.03.ДВ.01	Оздоровительная физическая культура
Б1.О.04	История мировой литературы и искусства

Место дисциплины в учебном плане	Название дисциплины
Б1.О.04	Медиааналитика
Б1.О.04	Медиадизайн
Б1.О.04	Медиапсихология
Б1.О.04	Методика и техника медиаисследований
Б1.О.04	Правовое регулирование СМИ и рекламной деятельности
Б1.О.04	Технологии конструирования контента
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-2023

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 26.06.2023 протокол № 4.

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 стилизового 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, тимбилдинг, 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-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 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 предоставленные возможности 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.

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?

- 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

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

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

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.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
ЛП.1	Жильцова, О. Н.	Связи с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата	Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/6450F6BE-CE23-4946-8078-93121F0C851D
ЛП.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				
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	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)
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные

Аудитория	Назначение	Оборудование
	проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	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 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 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, Янчевская К.А.; 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, Говорухина Г.В.

Рецензент(ы):

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

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 26.06.2023 протокол № 4.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8

Срок действия программы: 2022-2026 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 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.	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 в рекламе и связях с общественностью	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 в рекламе и связях с общественностью	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 в рекламе и связях с общественностью	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 в рекламе и связях с общественностью	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 в рекламе и связях с общественностью	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 в рекламе и связях с общественностью	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 в рекламе и связях с общественностью	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 в рекламе и связях с общественностью	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 в рекламе и связях с общественностью	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 в рекламе и связях с общественностью	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 в рекламе и связях с общественностью	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 в рекламе и связях с общественностью	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 в рекламе и связях с общественностью	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 в рекламе и связях с общественностью	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 в рекламе и связях с общественностью	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-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 их 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.

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.

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.)

См. приложение

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

См. приложение

Приложения

Приложение 1.  [ФОС_АПИ МК 2022.docx](#)

Приложение 2.  [курсовые проекты Методические рекомендации.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	Антипов, К.В.	Основы рекламы: учебник	ЭБС «Университетская библиотека online», 2017	//biblioclub.ru/index.p hp?page=book&id=45 4031
Л1.2	Марочкина, С.С.	Введение в специальность: реклама: учебное пособие	ЭБС «Университетская библиотека online», 2015	//biblioclub.ru/index.p hp?page=book&id=11 4757
Л1.3	Емельянов, С. М.	Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата	ЭБС «Юрайт», 2018	www.biblio-online.ru/ book/463D79D1-24A 2-40AE-8D02-BC059 5D90A1D

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.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	курс Актуальные проблемы исследований в рекламе и СО, ст. преп. Жеребненко А.В.		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=5716	
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	
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	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;

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 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 В -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 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.

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-2023

Часов по учебному плану	144	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	2
аудиторные занятия	52		
самостоятельная работа	65		
контроль	27		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (2)		Итого	
	Неделя 18			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	18	18	18	18
Лабораторные	34	34	34	34
Сам. работа	65	65	65	65
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	144	144	144	144

Программу составил(и):

канд.филол. наук, доцент , Комиссарова Л.М.;преподаватель, Ильиных А.В.

Рецензент(ы):

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

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 26.06.2023 протокол № 4.

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

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 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 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.	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	2	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	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4

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

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?

- 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
- 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 символьные 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 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.

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ 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:

- 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

- 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 символьные 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.

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ 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?

- 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 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

- 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 символьные 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.

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?

- 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: А

Вопрос 2. Что не относится к вербальным идентификаторам бренда:

- A) Имя бренда
- B) Слоган бренда
- C) Описание миссии бренда
- D) Storytelling бренда

Ответ: С

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: В

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: С

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: 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: 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: 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

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

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.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
ЛП.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
ЛП.2	Щепилова Г.Г.	Реклама: учебник для академического бакалавриата	М. : Издательство Юрайт // ЭБС «Юрайт», 2017	
ЛП.3	Кондакова, Ю.В.	PR-технологии. Арт-пиар:	Архитектон, 2016	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=455455
ЛП.4	Коноваленко, В. А	Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник	Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 384 с, 2023	URL: https://urait.ru/bcode/510926 (дата обращения: 21.09.2023).

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 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

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.

Заканчивая 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 экзамен выносятся один вопрос из общего перечня вопросов к экзамену. Экзамен 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 заданий: 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-2023

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	
	16			
Неделя	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):
ООО "ПРАЙМ СИБИРЬ", директор, Дьячко В.П.

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 26.06.2023 протокол № 4.

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
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.	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 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-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.	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	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.4, Л2.5, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.5
1.2.	Городское пространство в контексте парадигм	Практические	7	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.4, Л2.5, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.5
1.3.	Коммуникативные паттерны городского пространства	Лекции	7	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.4, Л2.5, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.4.	Коммуникативные паттерны городского пространства	Практические	7	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.4, Л2.5, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.5
1.5.	Городские сервисы	Лекции	7	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.4, Л2.5, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.6.	Городские сервисы	Практические	7	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.4, Л2.5, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.5
1.7.	Реклама как городское медиа	Лекции	7	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.4, Л2.5, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.8.	Реклама как городское медиа	Практические	7	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.4, Л2.5, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.5
1.9.	Умный дизайн и городское пространство	Лекции	7	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.4, Л2.5, Л1.2, Л1.3, Л1.4,

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
						Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.5
1.10.	Умный дизайн и городское пространство	Практические	7	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.4, Л2.5, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.11.	Городское пространство в брендинге территорий	Лекции	7	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.4, Л2.5, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.12.	Городское пространство в брендинге территорий	Практические	7	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.4, Л2.5, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.5
1.13.	Ленты городских новостей	Лекции	7	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.4, Л2.5, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.5
1.14.	Ленты городских новостей	Практические	7	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.4, Л2.5, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.15.	Городские медиа	Лекции	7	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.4, Л2.5, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.5
1.16.	Городские медиа	Практические	7	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.4, Л2.5, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.5
1.17.	Городские медиа	Сам. работа	7	66	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.4, Л2.5, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, 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?id=7038>

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?

- 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

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)

1. Что такое планировочная структура города? Какие типы планировочных структур выделяются? Какова планировочная форма Барнаула?

2. Какие факторы из нижеперечисленных нашли свое отражение в генеральном плане Барнаула (<https://ksar.barnaul-adm.ru/deystvuyushchiy-genplan2019>)

- место города в системе расселения;
- природно-климатическая характеристика выбранной территории;
- профиль и величина градообразующей группы предприятий;
- условия функционального зонирования городской территории;
- организация транспортных связей между жилыми районами и местами приложения труда;
- учёт перспективного развития города;
- требования охраны окружающей среды;
- условия инженерного оборудования территории;
- требования экономики строительства;
- архитектурно-художественные требования.

3. Какие из нижеперечисленных функциональных зон есть в генплане Барнаула? Какое количество закреплено за каждой?

1. Центральная зона города
2. Промышленная зона
3. Санитарно-защитная зона
4. Жилая (селитебная) зона
5. Коммунально-складская зона
6. Зона внешнего транспорта
7. Зона отдыха

4. Каков тип планировочной структуры Барнаула: компактный, расчлененный, рассредоточенный, расчлененно-линейный, линейный?

5. Приведите примеры основных планировочных элементов Барнаула:

- Жилые здания, объединенные в жилые микрорайоны и кварталы.
- Здания административно-общественных учреждений и предприятий культурно-бытового обслуживания населения.
- Внеквартальные зеленые насаждения и спортивные сооружения общего пользования.
- Улицы и площади, набережные, мосты и тоннели.
- Промышленные предприятия.
- Устройства внешнего транспорта: железнодорожного, водного, воздушного, автодорожного.
- Коммунальные предприятия и сооружения: устройства внутригородского транспорта, городского водопровода и канализации, электростанции и теплоэлектростанции, газовые заводы.
- Кладбища и крематории.
- Водоемы естественные и искусственные.
- Санитарно-защитные зоны.

6. Какова модель размещения функциональных зон в Барнауле?

- концентрическая (наиболее распространенная) - функциональные зоны расположены кольцами от центра города;
- секторальная - функциональные зоны привязаны к разным радиальным магистралям, вдоль которых и формируются отдельные сектора;
- многоядерная - функциональные зоны образуют отдельные ядра, сложным образом связанные друг с другом;
- линейная - зоны расположены параллельно друг другу

7. Отметьте на карте Барнаула элементы экологического каркаса:

- Экологические коридоры
- Межмагистральные клинья
- Ядра экокаркаса
- Буферные зоны
- Точечные элементы экокаркаса
- Система рекреационных зон
- Зеленое кольцо города

8. Выполняет ли, на ваш взгляд, экологический каркас Барнаула свои функции?

Функции экологического каркаса:

- Средоформирующая
- поддержания устойчивости природной среды
- средозащитная
- средостабилизирующая

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)

1. Задачей семиотики является изучение:

- 1) связи языка и мышления;
- 2) знака и знаковых систем;
- 3) культурных феноменов;
- 4) проблем естественного языка.

Ответ: 2

2. Кому из ученых принадлежит приоритет создания науки семиотики и классификации знаков?

- 1) Э. Бенвенисту;
- 2) Ч. Моррису;
- 3) Ч. Пирсу;
- 4) Ф. де Соссюру.

Ответ: 3

3. Семиотическое понятие текста означает:

- 1) линейную последовательность вербальных знаков;
- 2) плоскостное изображение;
- 3) объемное изображение;
- 4) совокупность любых взаимосвязанных знаков.

Ответ: 4

4. Операторный способ воздействия семиотического текста состоит в:

- 1) воздействии различных типов ощущений;
- 2) использовании различных видов шрифтов;
- 3) функционировании на плоскости;
- 4) его применении в сфере искусства.

Ответ: 1

5. Линейность, иконичность, пространственность и континуальность характеризуют в семиотической системе:

- 1) операторный способ;
- 2) сферу действия;
- 3) природу и число знаков;
- 4) тип функционирования.

Ответ: 4

6. Первичной моделирующей системой является:

- 1) естественный язык;
- 2) математический язык;
- 3) язык искусства;
- 4) язык музыки.

Ответ: 1

7. Особая роль естественного языка среди других семиотических систем заключается в:

- 1) его простоте;
- 2) его роли как универсального средства общения;
- 3) его функции переводчика;
- 4) его возможности различного написания.

Ответ: 2

8. Операциональная модель восприятия текста состоит из последовательных фаз:

- 1) предкоммуникативной – коммуникативной – посткоммуникативной;
- 2) буквальное значение – множественность смыслов;
- 3) грань понимания – очевидный смысл;
- 4) восприятие – интерпретация – понимание.

Ответ: 1

9. Посткоммуникативная фаза восприятия текста – это:

- 1) непосредственно сам процесс восприятия субъектом текста;
- 2) «переживание» текста в его положительном или отрицательном векторе в целом и в деталях в частности;
- 3) индивидуальные психологические установки субъекта;
- 4) нахождение субъекта в рамках очевидного буквального смысла и значения.

Ответ: 2

10. Интерпретацией называется:

- 1) работа мышления, которая состоит в расшифровке смысла, стоящего за очевидным смыслом, в раскрытии уровней значения, заключенных в буквальном значении;
- 2) сложный многоступенчатый акт, включающий в себя как бессознательные, интуитивные, так и осознанные мыслительные операции;
- 3) различные индивидуальные психологические установки субъекта, иначе говоря, определенная настроенность человека на тот или иной тип восприятия;
- 4) структура ограничений.

Ответ: 1

11. Задача интерпретации состоит в:

- 1) точной передаче содержания произведения;
- 2) вербальной записи произведения, находящегося в других языковых формах;
- 3) придумывании своего смысла, отсутствующего непосредственно в тексте;
- 4) извлечении из текста максимума заложенных в него смыслов или сведение множества вариантов к некоему общему, единому смыслу.

Ответ: 4

12. Отражение картины мира в человеческом сознании зависит от:

- 1) индивидуальных особенностей субъекта восприятия;
- 2) самой отражаемой реальности;
- 3) как от индивидуальных особенностей субъекта восприятия, так и от самой отражаемой реальности;
- 4) особенностей действия установки восприятия.

Ответ: 3

13. «Структура ограничений» позволяет интерпретатору:

- 1) не отклоняться от «оси смыслов» и создавать непротиворечивую интерпретацию;
- 2) создавать обобщенную интерпретацию;
- 3) создавать детализированную интерпретацию;
- 4) создавать широкий спектр интерпретаций.

Ответ: 1

14. Наличие проблемы, объекта, субъекта истолкования и адресата интерпретации характеризует:

- 1) любую жизненную ситуацию;
- 2) процесс восприятия текста;
- 3) интерпретационную ситуацию;
- 4) предкоммуникационную фазу понимания текста.

Ответ: 3

15. Материальная оболочка, обозначаемый объект и правила интерпретации характеризуют, согласно Ч.

Пирсу:

- 1) семиотический текст;
- 2) форму знака;
- 3) содержание знака;
- 4) знак в целом.

Ответ: 4

ПРИМЕРЫ ВОПРОСОВ ОТКРЫТОГО ТИПА (10)

1. Что такое планировочная структура города? Какие типы планировочных структур выделяются? Какова планировочная форма Барнаула?

2. Какие факторы из нижеперечисленных нашли свое отражение в генеральном плане Барнаула (<https://ksar.barnaul-adm.ru/deystvuyushchiy-genplan2019>)

- место города в системе расселения;
- природно-климатическая характеристика выбранной территории;
- профиль и величина градообразующей группы предприятий;
- условия функционального зонирования городской территории;
- организация транспортных связей между жилыми районами и местами приложения труда;
- учёт перспективного развития города;
- требования охраны окружающей среды;
- условия инженерного оборудования территории;
- требования экономики строительства;
- архитектурно-художественные требования.

3. Какие из нижеперечисленных функциональных зон есть в генплане Барнаула? Какое количество закреплено за каждой?

8. Центральная зона города
9. Промышленная зона
10. Санитарно-защитная зона
11. Жилая (селитебная) зона
12. Коммунально-складская зона
13. Зона внешнего транспорта
14. Зона отдыха

4. Каков тип планировочной структуры Барнаула: компактный, расчлененный, рассредоточенный, расчлененно-линейный, линейный?

5. Приведите примеры основных планировочных элементов Барнаула:

- Жилые здания, объединенные в жилые микрорайоны и кварталы.
- Здания административно-общественных учреждений и учреждений и предприятий культурно-бытового обслуживания населения.
- Внеквартальные зеленые насаждения и спортивные
- сооружения общего пользования.
- Улицы и площади, набережные, мосты и тоннели.
- Промышленные предприятия.
- Устройства внешнего транспорта: железнодорожного, водного, воздушного, автодорожного.
- Коммунальные предприятия и сооружения: устройства внутригородского транспорта, городского водопровода и канализации, электростанции и теплоэлектроцентрали, газовые заводы.
- Кладбища и крематории.
- Водоемы естественные и искусственные.
- Санитарно-защитные зоны.

6. Какова модель размещения функциональных зон в Барнауле?

Ответ свободный

8. Выполняет ли, на ваш взгляд, экологический каркас Барнаула свои функции?

Ответ свободный

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

1. Планировочная структура города.
2. Функциональные зоны города.
3. Типы планировочных структур: компактный
4. Типы планировочных структур: расчлененный.
5. Типы планировочных структур: рассредоточенный
6. Типы планировочных структур: расчлененно-линейный
7. Типы планировочных структур: линейный
8. Элементы экологического каркаса города
9. Ленты столичных новостей на сайтах информационных агентств и городских порталов Городские ресурсы: основные принципы подачи информации, основные разделы, рубрики
10. Городские сетевые издания, типология, основные особенности и миссия.
11. Городская повестка, гражданские инициативы
12. Аналитические интернет ресурсы и проекты (Центр прикладной урбанистики и др.). Аккаунты городских медиа: специфика, стилистика публикаций, функции.
13. Принципы функционализма и «хорошего дизайна» в городском пространстве.
14. Умный дизайн в городском пространстве.
15. Оптические иллюзии и городская среда (проекты преобразования публичного пространства).
16. Типографика в городском пространстве.

ВОПРОСЫ ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ХАРАКТЕРА

1. Реклама в городском пространстве: Отношение к архитектуре
2. Реклама в городском пространстве: Сомасштабность.
3. Реклама в городском пространстве: Качество конструкций и материалов.
4. Реклама в городском пространстве: Целесообразность.
5. Реклама в городском пространстве: Уместность.
6. Реклама в городском пространстве: Содержание рекламных материалов
7. Реклама в городском пространстве: Адекватность.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
ЛП.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
ЛП.2	Ныркова, Любовь Михайловна	Система СМИ региона : учебное пособие	Изд-во АлтГУ, 2013	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/857
ЛП.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

Л1.4	В. Д. Мансурова	Социальные сети и СМИ: учеб. пособие	Изд-во АлтГУ, 2016	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/3356
Л1.5	Чумиков, А. Н.	Связи с общественностью и медиакоммуникации : учебное пособие для вузов : Высшее образование	Москва : Издательство Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/520599
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	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
Л2.2	Е.Л. Вартанова	Медиасистема России:	, 2017	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495935
Л2.3	Чумиков, А.Н.	Имидж – репутация – бренд:	, 2015	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375635
Л2.4	Годин А.М.	Маркетинг: учебник	М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453262
Л2.5	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	Единый образовательный портал АлтГУ		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7038	
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)

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, компонуйте 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. 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-2023		
Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		диф. 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):
канд. филол. наук, доцент, Комиссарова Л.М.

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

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 26.06.2023 протокол № 4.

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 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-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	Владет: 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	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.	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	1	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л1.3
1.2.	Концепции маркетинга и становление интегрированных коммуникаций	Практические	1	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л1.3
1.3.	Управление коммуникациями организации	Сам. работа	1	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л1.3
1.4.	Интегрированные макетинговые коммуникации, интегрированные коммуникации: контексты использования понятия	Сам. работа	1	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.5.	Подходы к систематизации интегрированных коммуникаций	Лекции	1	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л1.3
1.6.	Подходы к систематизации интегрированных коммуникаций	Практические	1	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2
1.7.	Подходы к систематизации интегрированных коммуникаций	Сам. работа	1	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2
1.8.	Стейкхолдеры коммуникаций	Лекции	1	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2
1.9.	Стейкхолдеры коммуникаций	Практические	1	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л1.3
1.10.	Стейкхолдеры коммуникаций	Сам. работа	1	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л1.3
Раздел 2. Компоненты интегрированных коммуникаций						
2.1.	Традиционные компоненты интегрированных коммуникаций	Лекции	1	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л1.3
2.2.	Традиционные компоненты интегрированных коммуникаций	Практические	1	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л1.3
2.3.	Традиционные компоненты интегрированных коммуникаций	Сам. работа	1	5	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л1.3
2.4.	Современные онлайн и офлайн-инструменты интегрированных коммуникаций	Лекции	1	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2
2.5.	Современные офлайн-инструменты интегрированных коммуникаций	Практические	1	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2
2.6.	Современные онлайн-инструменты интегрированных коммуникаций	Сам. работа	1	6	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2
Раздел 3. Управление интегрированными коммуникациями						

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
3.1.	Принципы, методы стратегии коммуникации	Лекции	1	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л1.3
3.2.	Этапы и результаты интегрированных коммуникаций	Лекции	1	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л1.3
3.3.	Принципы, методы стратегии коммуникации	Практические	1	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л1.3
3.4.	Этапы и результаты интегрированных коммуникаций	Практические	1	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2
3.5.	Принципы, методы стратегии коммуникации	Сам. работа	1	6	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2
3.6.	Этапы и результаты интегрированных коммуникаций	Сам. работа	1	6	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л1.3
3.7.	Итоговый контроль	Сам. работа	1	27	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, 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/course/view?id=4025>

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 интегрированных коммуникаций 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 интегрированных коммуникаций:

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

Ответ: С

Вопрос 3. В цели создания карты позиционирования интегрированных коммуникаций не входит:

- А) Выбор образа бренда для конкретной целевой аудитории
- В) Выбор имени бренда
- С) 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 интегрированных коммуникаций:

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 интегрированных коммуникаций"? 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 интегрированных коммуникаций (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 интегрированных коммуникаций 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

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:

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 интегрированных коммуникаций:

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 позволяют 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 интегрированных коммуникаций?

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 интегрированных коммуникаций 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 интегрированных коммуникаций?

Посредством инструментария интегрированных коммуникаций 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 интегрированных коммуникаций от других типов коммуникационной активности?

Принципиальные отличия интегрированных коммуникаций 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 интегрированные коммуникации 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-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 интегрированных коммуникаций 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: А

Вопрос 2. Что не относится к вербальным идентификаторам бренда:

- A) Имя бренда
- B) Слоган бренда
- C) Описание миссии бренда

D) Storytelling бренда

Ответ: С

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: В

Вопрос 4. Что не входит в понятие интегрированных коммуникаций:

- A) Осведомленность о бренде или узнаваемость
- B) Лояльность к бренду
- C) Стоимость бренда
- D) Воспринимаемое качество
- E) Ассоциации с брендом

Ответ: С

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: 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: Е

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 интегрированных коммуникаций 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 интегрированных коммуникаций:

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 интегрированных коммуникаций:

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 интегрированных коммуникаций, 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 интегрированных коммуникаций?

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 интегрированных коммуникаций 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 интегрированных коммуникаций?

Посредством инструментария интегрированных коммуникаций 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 интегрированных коммуникаций от других типов коммуникационной активности?

Принципиальные отличия интегрированных коммуникаций 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 интегрированные коммуникации и брендинг?

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. Предлагаются 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

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

1. Понятие «интегрированные коммуникации». Соотнесение с понятием «интегрированные маркетинговые коммуникации»
2. Место и роль рекламы в системе ИК.
3. Место и роль PR в системе ИК.
4. Стимулирование сбыта системе ИМК.
5. Особенности прямого маркетинга в современной коммуникации организаций.
6. Связь ИК со стратегией развития компании.
7. Стейкхолдеры.
8. Параметры исследования целевой аудитории.
9. Теория поколений в построении портрета ЦА.
10. Аватар потребителя.
11. Events в ИК.
12. Ambient media.
13. Маскоты в коммуникации компании.
14. Амбассадоры и инфлюенсеры в коммуникации.
15. Модель PESO.
16. Модели рекламного обращения: AIDA, AIDMA
17. Модели рекламного обращения: DAGMAR, DIBABA, «одобрение»,
18. Структура и особенности интегрированных коммуникаций
19. Базовые инструменты позиционирования.
20. Особенности ИК в политике
21. Особенности ИК в государственном управлении
22. Особенности ИК НКО

ВОПРОСЫ ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ХАРАКТЕРА

1. Разработка общего плана и сценария проведения кампании интегрированных коммуникаций.
2. Разработка сценария кампании интегрированных коммуникаций
3. Разработка технического кампании интегрированных коммуникаций
4. Разработка мультимедийного кампании интегрированных коммуникаций
5. Разработка музыкального кампании интегрированных коммуникаций
6. Райдер как организационный чек-лист
7. Сопровождающая документация кампании интегрированных коммуникаций: договор, техзадание, сметная документация, отчет и др.
8. Внутренняя документация кампании интегрированных коммуникаций: план-график организации, бюджетный план, медиаплан, анкеты обратной связи, др. сопутствующая документация
9. Общая характеристика хода реализации кампании интегрированных коммуникаций.

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	Гундарин, М. В.	Основы интегрированных коммуникаций: связи с общественностью: учебное пособие	Изд-во АлтГУ, 2016	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/3445
Л1.2	Коноваленко В.А.	Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата	М. : Издательство Юрайт, 2017	www.biblio-online.ru/book/C0827050-D A68-453C-9C80-05 10D7AC498C
Л1.3	Коноваленко, В. А.	Основы интегрированных коммуникаций : — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — . — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3061-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт].: учебник и практикум для академического бакалавриата	Москва : Издательство Юрайт, 2021.	URL: https://urait.ru/bcode/484940 (дата обращения: 21.09.2023).
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	М. : Издательство Юрайт, , 2017	www.biblio-online.ru/book/F190651B-D

		современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для академического бакалавриата	19А-4773-В940-62 F6188ВВ049
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			
<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)
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;

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 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 с оценкой. 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 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-2023		
Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты: 3	
аудиторные занятия	42		
самостоятельная работа	66		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (3)		Итого	
	Неделя			
Неделя	15,5			
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 26.06.2023 протокол № 4.

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 маркетингово-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	3	4	ПК-1, ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.2.	Электронная коммерция: теория и методология маркетинга в сети Интернет	Практические	3	2	ПК-1, ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.3.	Электронная коммерция: теория и методология маркетинга в сети Интернет	Сам. работа	3	4	ПК-1, ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.4.	Основные концепции Интернет-маркетинга	Лекции	3	4	ПК-1, ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.5.	Основные концепции Интернет-маркетинга	Практические	3	2	ПК-1, ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.6.	Основные концепции Интернет-маркетинга	Сам. работа	3	10	ПК-1, ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.7.	Аудитория Интернета. Основные принципы работы с аудиторией сайта	Практические	3	4	ПК-1, ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.8.	Аудитория Интернета. Основные принципы работы с аудиторией сайта	Сам. работа	3	6	ПК-1, ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.9.	Анонсирование сайта в поисковых системах. Поисковая оптимизация	Практические	3	4	ПК-1, ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.10.	Анонсирование сайта в поисковых системах. Поисковая оптимизация	Сам. работа	3	8	ПК-1, ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
Раздел 2. Технологии Интернет-маркетинга						
2.1.	Технологии Интернет-рекламы	Лекции	3	4	ПК-1, ПК-4	Л2.1, Л1.1
2.2.	Технологии баннерной рекламы	Практические	3	4	ПК-1, ПК-4	Л2.1, Л1.1
2.3.	Технологии баннерной рекламы	Сам. работа	3	4	ПК-1, ПК-4	Л2.1, Л1.1
2.4.	Технологии контекстной рекламы	Практические	3	4	ПК-1, ПК-4	Л2.1, Л1.1
2.5.	Технологии контекстной рекламы	Сам. работа	3	12	ПК-1, ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
2.6.	Оптимизация для социальных сетей (SMO). Создание виртуального	Практические	3	2	ПК-1, ПК-4	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	3	12	ПК-1, ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
2.8.	Медиапланирование, вебаналитика и анализ эффективности Интернет-рекламы.	Лекции	3	2	ПК-1, ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
2.9.	Медиапланирование, вебаналитика и анализ эффективности Интернет-рекламы.	Практические	3	2	ПК-1, ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
2.10.	Медиапланирование, вебаналитика и анализ эффективности Интернет-рекламы.	Лекции	3	2	ПК-1, ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
2.11.	Медиапланирование, вебаналитика и анализ эффективности Интернет-рекламы.	Практические	3	2	ПК-1, ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
2.12.	Медиапланирование, вебаналитика и анализ эффективности Интернет-рекламы.	Сам. работа	3	10	ПК-1, ПК-4	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-2023		
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):
ООО "ПРАЙМ СИБИРЬ", директор, Дьячко В.П.

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 26.06.2023 протокол № 4.

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

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.	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.	Лекции	1	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л1.3
1.2.	Реклама и связи с общественностью в западноевропейской средневековой культуре.	Лекции	1	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л1.3
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-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л1.3
1.4.	Выполнение самостоятельной работы по теме "Формы проторекламы и СО"	Сам. работа	1	28	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л1.3
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. Североамериканская реклама и СО в XIX - начале XX века.	Лекции	1	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
2.2.	Развитие западноевропейской	Лекции	1	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3,	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	рекламы и СО в XIX веке.				ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	
2.3.	Реклама и СО в России в XIX - начале XX века. Российская изобразительная реклама в XIX - начале XX века. .	Лекции	1	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.4.	Этапы становления и развития связей с общественностью в Америке XIX-XX веков: «эра манипулирования» и «эра информирования».	Практические	1	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
2.5.	Российская изобразительная реклама в XIX - начале XX века. Реклама в российской прессе в XIX - начале XX века.	Практические	1	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л1.3
2.6.	Выполнение комплексной самостоятельной работы ко второму разделу	Сам. работа	1	18	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л1.3
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. Зарубежная реклама и СО во второй половине XX века. Современная российская и зарубежная реклама и СО в эпоху цифровых медиа и Интернета	Лекции	1	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л1.3
3.2.	Занятие-дискуссия на тему "Существовала ли советская реклама".	Практические	1	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3
3.3.	Связи с общественностью в России и за рубежом конца XX - нач. XIвека века	Практические	1	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л1.3
3.4.	Развитие печатной, радио-рекламы в XX-XI вв. за рубежом. Возникновение и развитие ТВ-рекламы. Реклама конца XX- нач. XI в.в. за рубежом	Практические	1	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
3.5.	История возникновения и развития известных зарубежных и российских брендов	Практические	1	6	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л1.3
3.6.	Подготовка докладов-презентаций по зарубежной рекламе и СО XX-XI вв	Сам. работа	1	20	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3, 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

5.1 Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля 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=2404>

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 истории рекламы 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:

- 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 истории рекламы 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?

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 истории рекламы:

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 с исторической точки зрения?

Ответ: с исторической 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 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 истории рекламы?

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 истории рекламы 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.

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. 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:

А) управление брендом становится ядром стратегического управления организацией, интегрируя вокруг себя основные стратегии;

В) все большее внимание уделяется использованию моделей и моделированию в теории и практике брендинга;

С) возрастает роль создания систем управления брендами, а также их функционирования;

Д) использование компьютерных технологий в процессе создания и управления брендом;

Е) создание краткосрочных отношений с потребителями, диалог с потребителем, интерактивный характер коммуникаций

Ф) объединение всех действий по созданию бренда в едином процессе, сфокусированном на потребителе

Ответ: Е

Вопрос 7. Что, по мнению Линдстрема М., положено в основу современной концепции бренда?

А) уникальное торговое предложение

В) эмоциональное торговое предложение

С) организационное торговое предложение

Д) комплексное торговое предложение

Ответ: D

Вопрос 8. 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 9. Что не относится к вербальным идентификаторам бренда:

А) Имя бренда

В) Слоган бренда

С) Описание миссии бренда

Д) Storytelling бренда

Ответ: С

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

ПРИМЕРЫ ВОПРОСОВ ОТКРЫТОГО ТИПА (10)

Вопрос 1. Чем объясняется высокий коммуникативный эффект?

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 истории рекламы?

Посредством инструментария истории рекламы 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 истории рекламы от других типов коммуникационной активности?

Принципиальные отличия истории рекламы 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

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

1. Протореклама: специфика, носители, приемы, способы регулирования.
2. История развития политической рекламы: этапы, формы, особенности коммуникации.
3. История развития социальной рекламы: этапы, формы, особенности коммуникации.
4. Конфессиональная реклама в Древнем мире и Средневековье. Конфессиональная реклама в Новое время.
5. Формы и практики саморекламы и самопродвижения в истории.
6. Реклама в западноевропейском Средневековье: специфика, носители, приемы, способы регулирования.
7. Связи с общественностью в Средневековье: рыцарство, донаторство, конфессиональные процессии и городские праздники.
8. Рекламный слоган: от истории к современности.
9. Логотип в рекламной коммуникации: история, формы, практика.
10. История развития устных форм рекламы.
11. История развития фирменной рекламы.
12. Реклама и развитие средств массовой коммуникации: этапы эволюции.
13. Развитие рекламы и журналистики в Западной Европе (18-19 в.в.)
14. Развитие рекламы и журналистики в России 19 века.
15. Связи с общественностью и журналистика в России 19-го века.
16. История развития рекламных агентств.
17. История возникновения и развития рекламных профессий.
18. Роль «отцов рекламы» в профессионализации рекламной деятельности.
19. Национальная специфика рекламы в России (10-19 в.в.).
20. Национальная специфика американской рекламы (18-19 в.в.).
21. Особенности развития западноевропейской рекламы в 19 веке.
22. История развития теории рекламы за рубежом.
23. Исторические формы правового регулирования рекламы. Роль общественных и профессиональных организаций в регулировании рекламной деятельности.
24. История развития ярмарочных форм рекламы в России и за рубежом.
25. История развития выставки в Западной Европе и в России 19 – нач. 20 в.в.).
26. История развития форм печатной рекламы: этапы, формы, коммуникационные практики.
27. История развития фоторекламы (19-нач.20 в.в.).
28. История развития ТВ и радиорекламы в России (20 в.)
29. Советская реклама: этапы, особенности, формы.
30. Российская реклама в 90-ые: общие особенности, каналы и носители, специфика формы и содержания рекламных сообщений.
31. История развития связей с общественностью в Америке (19-сер.20 века)
32. История развития рекламных технологий.
33. Реклама/PR в XX веке: эволюция маркетинга за рубежом.
34. Реклама/PR в XX веке: концепция уникального торгового предложения (УТП –USP).
35. Реклама/PR в XX веке: концепция позиционирования и имиджирования марки и фирмы.
36. Реклама/PR в XX веке: концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций.
37. Реклама/PR в XX веке: брендинг.

ВОПРОСЫ ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ХАРАКТЕРА

1. Сравните истории развития известных компаний-брендов: Coca-Cola и Pepsi-Cola
2. Сравните истории развития известных компаний-брендов: Johnson & Johnson и любой другой в области косметологии и FMCG.
3. Сравните истории развития известных компаний-брендов: Ford (любой другой автомобильный бренд на выбор).
4. Сравните истории развития известных компаний-брендов: Dolce&Gabbana и любой другой из сферы моды на выбор.
5. Сравните истории развития известных компаний-брендов: APPLE и любой другой из сферы IT-технологий на выбор.
6. Сравните истории развития известных компаний-брендов: NIKE и любой другой из сферы спорта на выбор.
7. Сравните истории развития известных компаний-брендов: Camel и любой другой табачный бренд на выбор.
8. Сравните истории развития известных компаний-брендов: ИКЕА и любой другой в области мебели и

домашнего дизайна.

9. Охарактеризуйте вклад гениев и знаменитостей в рекламе: биография А. Лайскера.
10. Охарактеризуйте вклад гениев и знаменитостей в рекламе: биография Л. Барнетта.
11. Охарактеризуйте вклад гениев и знаменитостей в рекламе: биография К.Хопкинса.
12. Охарактеризуйте вклад гениев и знаменитостей в рекламе: биография Д. Огилви.
13. Охарактеризуйте вклад в историю рекламы и СО мировых рекламных конкурсов: «Каннские львы»/Эпика (на выбор).
14. Охарактеризуйте вклад в историю рекламы и СО знаменитых рекламных агентств: BBDO, Leo Burnett Worldwide, Yang & Rubicam (или другие, на выбор).
15. Охарактеризуйте историю развития малых рекламных жанров: упаковка, этикетка, вкладыш.
16. Охарактеризуйте историю развития малых рекламных жанров: открытка, пригласительный билет, программа, визитка.
17. Охарактеризуйте историю развития сувениров и подарков.
18. Охарактеризуйте историю развития перечневых рекламных жанров (каталог, прейскурант, меню).
19. Охарактеризуйте историю развития ростовых кукол.
20. Охарактеризуйте историю развития шрифтов в рекламе.
21. Охарактеризуйте историю развития цвета и формы в рекламе
22. Охарактеризуйте историю развития логотипа
23. Охарактеризуйте историю развития слогана
24. Охарактеризуйте историю развития премиальной торговли и мерчандайзинга
25. Охарактеризуйте историю развития рекламной фотоиллюстрации
26. Охарактеризуйте национально-исторические особенности рекламы (английской, итальянской, французской, японской, американской, российской на выбор).
27. Охарактеризуйте историю развития наружной рекламы.
28. Охарактеризуйте историю развития рекламы на транспорте.
29. Охарактеризуйте историю развития кинорекламы.
30. Охарактеризуйте историю развития ТВ-рекламы.
31. Охарактеризуйте историю развития устной рекламы.
32. Охарактеризуйте историю развития радиорекламы.
33. Охарактеризуйте историю развития рекламы и PR в прессе.
34. Охарактеризуйте историю развития выставок и ярмарок в России.
35. Охарактеризуйте историю развития выставок и ярмарок за рубежом.
36. Охарактеризуйте историю развития социальной рекламы.
37. Охарактеризуйте историю развития политической рекламы.
38. Охарактеризуйте историю развития жанров PR: пресс-конференция, имиджевое интервью, некролог, имиджевая статья, статья «на правах рекламы».
39. Охарактеризуйте историю развития современных рекламных профессий: арт-директора, копирайтера, дизайнера, менеджера по рекламе, рекламного агента, медиабаера (медиаSELLера), мерчандайзера.
40. Охарактеризуйте историю развития современных PR-профессий: пресс-секретаря, PR-менеджера, менеджера по проектам, аккаунт-менеджера и др.
41. Охарактеризуйте историю развития рекламных технологий.
42. Охарактеризуйте историю развития саморегулирования в рекламе и PR: этические и профессиональные кодексы рекламиста и специалиста по связям с общественностью.

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	Ученова, Виктория Васильевна	История рекламы : учеб. для вузов	М. : ЮНИТИ-[ДАНА], , 2008.	
Л1.2	Почакаев, Р. Ю.	История связей с общественностью : учебное пособие для вузов	Москва : Издательство Юрайт, 2023	URL: https://urait.ru/bcode/514593 (дата обращения: 21.09.2023).
Л1.3	Карпова, С. В.	Рекламное дело : учебник и практикум для вузов	Москва : Издательство Юрайт, , 2023	https://urait.ru/bcode/531939 (дата обращения: 21.09.2023).
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 ^о », 2016	URL: http://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 ^о », , 2017	URL: http://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: http://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		
<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, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)
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,	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
	текущего контроля и промежуточной аттестации	
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.

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.

Зачет. Подготовка к зачету 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-2023

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	4
аудиторные занятия	40		
самостоятельная работа	41		
контроль	27		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (4)		Итого	
	Неделя			
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 26.06.2023 протокол № 4.

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 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	4	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	4	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	4	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	4	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	4	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	4	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	4	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	4	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	4	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	4	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	4	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	4	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	4	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	4	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	4	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	4	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	4	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	4	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	4	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	4	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	4	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	4	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	4	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	4	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	4	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	4	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	4	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	4	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	4	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 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 = 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	Калужнова, 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	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 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-2023

Часов по учебному плану	108
в том числе:	
аудиторные занятия	42
самостоятельная работа	66

Виды контроля по семестрам
зачеты: 4

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (4)		Итого	
	20			
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 26.06.2023 протокол № 4.

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 медиакмпаний, 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 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.	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
<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=5019</p> <p>ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ ПК-3: Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии государственных и бизнес-структур для продвижения продукции СМИ.</p> <p>ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА</p> <p>Вопрос 1. Отношение доли представителей целевой группы в аудитории СМИ к доле представителей целевой группы в генеральной совокупности населения в целом – это...</p> <p>а. «область доминирующего влияния» б. индекс соответствия целевой аудитории. в. средняя аудитория одного номера газеты или журнала. г. аудитория средства массовой информации.</p> <p>Ответ: б</p> <p>Вопрос 2. Способность носителя доводить информацию до целевой группы потребителей при минимальном охвате нецелевой аудитории – это</p> <p>а. аудитория СМИ б. избирательность аудитории рекламоносителя. в. средняя аудитория г. «область доминирующего влияния»</p> <p>Ответ: б</p> <p>Вопрос 3. Для расчета этого индекса необходимы данные по объемам продаж бренда и населения в конкретном регионе. Что это за индекс?</p> <p>а. доля рынка б. доля целевой аудитории в. индекс бренда г. индекс лояльности</p>

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 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 завершённого 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 медиополя 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
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	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 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, комбинируйте 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	6 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2023

Часов по учебному плану	216	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	8
аудиторные занятия	46		
самостоятельная работа	143		
контроль	27		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	4 (8)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	22	22	22	22
Лабораторные	24	24	24	24
Сам. работа	143	143	143	143
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	216	216	216	216

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 26.06.2023 протокол № 4.

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

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.	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-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, оценкисконкурентоспособности 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.	теоретико-методологические и методические основы проектирования коммуникационной кампании; специфику этапов проектирования коммуникационной кампании; Основные требования к разработке коммуникационных 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						
1.1.	Коммуникация и коммуникационная кампания	Лекции	8	4		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.2.	Коммуникация и коммуникационная кампания	Лабораторные	8	2		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.3.	Коммуникация и коммуникационная кампания	Сам. работа	8	14		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.4.	Фирменный стиль и бренд в системе коммуникаций бизнеса	Лекции	8	2		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.5.	Фирменный стиль и бренд в системе коммуникаций бизнеса	Лабораторные	8	2		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.6.	Фирменный стиль и бренд в системе коммуникаций бизнеса	Сам. работа	8	14		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.7.	Подготовительный этап коммуникационных компаний	Лекции	8	4		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.8.	Подготовительный этап коммуникационных компаний	Лабораторные	8	4		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.9.	Подготовительный этап коммуникационных компаний	Сам. работа	8	16		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.10.	Инструменты и каналы коммуникаций	Лекции	8	4		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.11.	Инструменты и каналы коммуникаций	Лабораторные	8	4		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.12.	Инструменты и каналы коммуникаций	Сам. работа	8	16		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.13.	Организация коммуникационных кампаний	Лекции	8	4		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.14.	Организация коммуникационных кампаний	Лабораторные	8	6		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.15.	Организация коммуникационных кампаний	Сам. работа	8	18		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.16.	Проведение коммуникационных кампаний и оценка их эффективности	Лекции	8	4		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.17.	Проведение коммуникационных кампаний и оценка их эффективности	Лабораторные	8	6		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.18.	Проведение коммуникационных кампаний и оценка их эффективности	Сам. работа	8	16		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.19.	Разработка коммуникационной кампании	Сам. работа	8	49		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 б 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
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 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 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»

Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью 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	5 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2023

Часов по учебному плану	180	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	8
аудиторные занятия	40		
самостоятельная работа	113		
контроль	27		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	4 (8)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	16	16	16	16
Практические	24	24	24	24
Сам. работа	113	113	113	113
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	180	180	180	180

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 26.06.2023 протокол № 4.

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.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 *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,</p> <p>- формирование возможности прикладного применения полученных знаний в организации работы отдела по рекламе и СО.</p> <p>Для достижения цели ставятся задачи:</p> <p>сформировать у студентов представление о функциях, задачах, принципах работы, статусе и структуре отделов по рекламе и связям с общественностью;</p> <p>ознакомить студентов с принципами планирования и программирования, а также организации работы отделов по рекламе и связям с общественностью;</p> <p>научить студентов методам организации работы агентств по РиСО;</p> <p>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
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.	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.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	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.
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, навыки 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						
1.1.	Отдел по связям с общественностью в системе организации	Лекции	8	2		Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.2.	Отдел по связям с общественностью в системе организации	Сам. работа	8	12		Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.3.	Структура отдела и должностные обязанности сотрудников	Лекции	8	2		Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.4.	Структура отдела и должностные обязанности сотрудников	Практические	8	2		Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.5.	Структура отдела и должностные обязанности сотрудников	Сам. работа	8	12		Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.6.	Особенности работы отдела в государственной, коммерческой структуре, НКО	Лекции	8	2		Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.7.	Особенности работы отдела в государственной, коммерческой структуре, НКО. Этические принципы деятельности	Сам. работа	8	12		Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.8.	Этические принципы деятельности	Практические	8	2		Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.9.	Сегменты в работе коммуникационного отдела: исследовательский, аналитический, творческий, производственный	Лекции	8	2		Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.10.	Исследовательский и аналитический сегменты в работе коммуникационного отдела.	Практические	8	2		Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.11.	Творческий сегмент. Креативные методики. Разработка фирменного стиля. Корпоративные издания и корпоративный	Практические	8	2		Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	сайт. Медиарелейшинз: информационный регламент					
1.12.	Сегменты работы отдела	Сам. работа	8	12		Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.13.	Производственный сегмент. Поддержание деловых отношений с типографиями, студиями компьютерной графики, съемочными группами и студиями звукозаписи. Подбор специалистов. Тендерные конкурсы	Практические	8	4		Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.14.	Моделирование отдела и сопроводительной документации работы отдела конкретной компании	Сам. работа	8	28		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		Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.2.	Формирование бюджета: принципы, подходы, методы	Практические	8	2		Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.3.	Формирование бюджета: принципы, подходы, методы	Сам. работа	8	8		Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.4.	Способы оценки эффективности работы корпоративной службы по связям с общественностью	Лекции	8	2		Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.5.	Способы оценки эффективности работы корпоративной службы по связям с общественностью	Практические	8	2		Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.6.	Способы оценки эффективности работы корпоративной службы по связям с общественностью	Сам. работа	8	9		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		Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.2.	Виды коммуникационных агентств и специфика организации их	Практические	8	2		Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	деятельности. Структуры агентств					
3.3.	Основные виды документации, необходимой в работе агентств	Практические	8	2		Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.4.	Система управления и организации работы агентств	Лекции	8	2		Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.5.	Система управления и организации работы агентств	Практические	8	2		Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.6.	Механизмы организации работы агентств	Практические	8	2		Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.7.	Моделирование работы коммуникационного агентства	Сам. работа	8	20		Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.8.	Итоговый контроль	Экзамен	8	27		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. Коноваленко, Н. Г. Швед.	Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник для бакалавров	М. : Издательство Юрайт, 2017	www.biblio-online.ru/book/D247C072-61F5-4567-B5DB-E28112C7379C
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 (СЕРР)			
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)
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;
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, 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.

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-2023

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	16,5		
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 26.06.2023 протокол № 4.

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, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, 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, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, 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, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, 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, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, 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, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
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, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
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, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, 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, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, 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, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
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, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 2. Основные компоненты бренда и технологии их создания						
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, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, 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, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, 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, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, 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, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
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, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
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, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
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, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, 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, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, 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, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1
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, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, 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, Л1.4, Л2.1, Л2.2, 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/course/view.php?id=7172>

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?

- 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

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 символичные выгоды
- D) Рациональные выгоды

Ответ: D

ПРИМЕРЫ ВОПРОСОВ ОТКРЫТОГО ТИПА (10)

Вопрос 1. Чем объясняется высокий коммуникативный эффект брендинга?

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 брендинга 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 брендинга?

Посредством инструментария брендинга 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 брендинга от других типов коммуникационной активности?

Принципиальные отличия брендинга от любой другой коммуникационной активности состоят в следующем:

- 1) брендинг позволяет компаниям своевременно уделять внимание клиентам, которые находятся на стадии принятия решений в отношении продуктов и услуг;
- 2) брендинг 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 брендинга имеет «долгоиграющий» эффект, поскольку начинается задолго до события в анонсах, афишах, пресс-конференциях и продолжается в последующих сообщениях в СМИ;
- 5) участники событийного брендинга 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 брендинга можно организовать прямые продажи товара;
- 7) высокая креативность и гибкость, заложенные в брендинге, позволяют выстраивать оригинальные программы для компаний различных сфер деятельности и с разными финансовыми возможностями;
- 8) использование брендинга возможно там, где реклама запрещена или не действует.

Вопрос 5. Чем различаются брендинг 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.

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:

- А) управление брендом становится ядром стратегического управления организацией, интегрируя вокруг себя основные стратегии;
- В) все большее внимание уделяется использованию моделей и моделированию в теории и практике брендинга;
- С) возрастает роль создания систем управления брендами, а также их функционирования;
- Д) использование компьютерных технологий в процессе создания и управления брендом;
- Е) создание краткосрочных отношений с потребителями, диалог с потребителем, интерактивный характер коммуникаций
- Ф) объединение всех действий по созданию бренда в едином процессе, сфокусированном на потребителе

Ответ: Е

Вопрос 7. Что, по мнению Линдстрема М., положено в основу современной концепции бренда?

- А) уникальное торговое предложение
- В) эмоциональное торговое предложение
- С) организационное торговое предложение
- Д) комплексное торговое предложение

Ответ: D

Вопрос 8. 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 9. Что не относится к вербальным идентификаторам бренда:

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

Ответ: С

Вопрос 10. 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 11. 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 12. 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 13. 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 14. 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 15. 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

ПРИМЕРЫ ВОПРОСОВ ОТКРЫТОГО ТИПА (10)

Вопрос 1. Чем объясняется высокий коммуникативный эффект брендинга?

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 брендинга 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 брендинга?

Посредством инструментария брендинга 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 брендинга от других типов коммуникационной активности?

Принципиальные отличия брендинга от любой другой коммуникационной активности состоят в следующем:

- 1) брендинг позволяет компаниям своевременно уделять внимание клиентам, которые находятся на стадии принятия решений в отношении продуктов и услуг;
- 2) брендинг 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 брендинг имеет «долгоиграющий» эффект, поскольку начинается задолго до события в анонсах, афишах, пресс-конференциях и продолжается в последующих сообщениях в СМИ;
- 5) участники событийного брендинг 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 брендинг можно организовать прямые продажи товара;
- 7) высокая креативность и гибкость, заложенные в брендинге, позволяют выстраивать оригинальные программы для компаний различных сфер деятельности и с разными финансовыми возможностями;
- 8) использование брендинга возможно там, где реклама запрещена или не действует.

Вопрос 5. Чем различаются брендинг 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

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

Вопросы практико-ориентированного характера

1. Причины переключения потребителей на другие бренды
2. Основные методы измерения приверженности бренду
3. Сущность и специфика понятий «аудит бренда», «архитектура брендов», «портфель брендов»
4. Цель, задачи, содержание и последовательность аудита портфеля брендов
5. Подходы к оптимизации портфеля брендов
6. Цель, задачи, содержание и последовательность аудита архитектуры брендов
7. Подходы к оптимизации архитектуры брендов
8. Цель, задачи, содержание и последовательность аудита капитала брендов
9. Цель, задачи, содержание и последовательность аудита отдельного бренда
10. Актуальность и основные положения стоимостного подхода в бизнесе, менеджменте и маркетинге
11. Основные положения финансового менеджмента
12. Сущность, специфика и основные признаки понятия «нематериальный актив»
13. Классификация нематериальных активов согласно МСФО 3 и МСБУ 38
14. Структура мировой экономики по типам активов, отраслям бизнеса и странам за последние 15 лет
15. Гудвилл бренда: содержание понятия
16. Понятия «активы бренда», «капитал бренда»
17. Основные модели управления капиталом бренда
18. Сущность и специфика модели BrandAsset Valuator
19. Структура и содержание международного стандарта по оценке стоимости бренда ISO 10668
20. Основные подходы и методы оценки стоимости бренда
21. Базовые требования к оценке стоимости бренда
22. Подходы и методы оценки стоимости бренда
23. Алгоритм расчетов стоимости брендов методами разделения дохода, освобождения от роялти и премиальной прибыли

24. Специфика и границы применимости понятий «продуктивность», «результативность» и «Эффективность»
 25. Особенности управления брендом на операционном, тактическом и стратегическом уровнях
 26. Основные операционные параметры бренда
 27. 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
ЛП.1	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-B940-62F6188BB049
ЛП.2	Домнин, В. Н.	Брендинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования	Издательство Юрайт,, 2021	https://urait.ru/bcode/477050
ЛП.3	Тульчинский Г.Л.	Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с	Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/510076

		персоналом: учебное пособие для вузов: Высшее образование		
Л1.4	Макашев М.О.	Бренд : учебное пособие	М. : Юнити-Дана, 2015	http://biblioclub.ru/index.php?page=book_read&id=114390
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Шарков Ф.И.	Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учебное пособие	М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896
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				
<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
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 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-2023

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

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 26.06.2023 протокол № 4.

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.	<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 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-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	Владет: 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.	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	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.2.	Аспекты теории социальной коммуникации.	Лекции	4	1	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.2
1.3.	Объект, предмет, методология курса. Базовый категориальный аппарат научной дисциплины «Основы теории коммуникации»	Практические	4	1	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.4.	Подготовка к практическим занятиям	Сам. работа	4	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	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	Лекции	4	1	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, 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
	социальной коммуникации (по Р. Крейгу).					
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	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	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	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.2
2.4.	Естественнонаучные (кибернетические, системные) теории коммуникации	Практические	4	1	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
2.5.	Психологические теории коммуникации: интеракционизм, бихевиоризм	Практические	4	1	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
2.6.	Социологические, философские и культурологические теории коммуникации	Практические	4	1	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.2
2.7.	Структурализм и постструктурализм о коммуникации	Практические	4	1	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	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	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.2
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	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, 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
4.2.	Понятие информационной деятельности. Формирование, (де) кодирование, хранение, трансформация, использование информации. Свойства информации: новизна, доступность, сложность, достоверность, полнота, полезность.	Лекции	4	1	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.2
4.3.	Информация, ее виды. Социальная информация, ее виды и уровни манифестации. Теория информационного общества	Практические	4	1	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.2, Л1.3
4.4.	Подготовка к практическим занятиям	Сам. работа	4	28	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	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	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
5.2.	Подготовка к практическим занятиям	Сам. работа	4	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 6. Виды коммуникации						
6.1.	Знаковые фигуры Communication studies	Практические	4	1	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
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	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	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	Лекции	4	1	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	коммуникация. Невербальная коммуникация, ее сущность и функции.					
7.3.	Семиотика. Основные понятия семиотики. Знак, его свойства. Типология знаков. Семиотическая триада.	Практические	4	1	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
7.4.	Семиотика. Вербальные и невербальные средства. Семиотический анализ коммуникации	Практические	4	1	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
Раздел 8. Речевая коммуникация						
8.1.	Речевая коммуникация. Теория речевых актов. Прагматический анализ коммуникации	Практические	4	1	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
8.2.	Подготовка к практическим занятиям	Сам. работа	4	7	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 9. Субъекты коммуникации						
9.1.	Субъекты коммуникации.	Лекции	4	1	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
9.2.	Модели языковой и коммуникативной личности. Личностный анализ коммуникации	Практические	4	1	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	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	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
10.2.	Коммуникация и индивидуальные психологические особенности человека. Коммуникабельность, харизматичность, способность к кооперации в речевом поведении как индивидуальные параметры коммуникативной личности.	Лекции	4	1	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
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	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, 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
11.2.	Референт в коммуникации	Практические	4	1	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 12. Уровни коммуникации						
12.1.	Уровни коммуникации.	Лекции	4	1	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
12.2.	Интеракционный аспект межличностного взаимодействия.	Лекции	4	1	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
12.3.	Внутриличностная и межличностная коммуникация	Практические	4	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
12.4.	Организационная коммуникация	Практические	4	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
12.5.	Массовая коммуникация	Практические	4	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
12.6.	Межкультурная коммуникация. Специфика русского коммуникативного поведения	Практические	4	1	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	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	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
13.2.	Подготовка к практическим занятиям и зачету с оценкой	Сам. работа	4	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, 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» –

<https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=4832#section-14>

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)

1. Задачей семиотики является изучение:

- 1) связи языка и мышления;
- 2) знака и знаковых систем;
- 3) культурных феноменов;
- 4) проблем естественного языка.

Ответ: 2

2. Кому из ученых принадлежит приоритет создания науки семиотики и классификации знаков?

- 1) Э. Бенвенисту;
- 2) Ч. Моррису;
- 3) Ч. Пирсу;
- 4) Ф. де Соссюру.

Ответ: 3

3. Семиотическое понятие текста означает:

- 1) линейную последовательность вербальных знаков;
- 2) плоскостное изображение;
- 3) объемное изображение;
- 4) совокупность любых взаимосвязанных знаков.

Ответ: 4

4. Операторный способ воздействия семиотического текста состоит в:

- 1) воздействии различных типов ощущений;
- 2) использовании различных видов шрифтов;
- 3) функционировании на плоскости;
- 4) его применении в сфере искусства.

Ответ: 1

5. Линейность, иконичность, пространственность и континуальность характеризуют в семиотической системе:

- 1) операторный способ;
- 2) сферу действия;
- 3) природу и число знаков;
- 4) тип функционирования.

Ответ: 4

6. Первичной моделирующей системой является:

- 1) естественный язык;
- 2) математический язык;
- 3) язык искусства;
- 4) язык музыки.

Ответ: 1

7. Особая роль естественного языка среди других семиотических систем заключается в:

- 1) его простоте;
- 2) его роли как универсального средства общения;
- 3) его функции переводчика;
- 4) его возможности различного написания.

Ответ: 2

8. Операциональная модель восприятия текста состоит из последовательных фаз:

- 1) предкоммуникативной – коммуникативной – посткоммуникативной;
- 2) буквальное значение – множественность смыслов;
- 3) грань понимания – очевидный смысл;
- 4) восприятие – интерпретация – понимание.

Ответ: 1

9. Посткоммуникативная фаза восприятия текста – это:

- 1) непосредственно сам процесс восприятия субъектом текста;
- 2) «переживание» текста в его положительном или отрицательном векторе в целом и в деталях в частности;
- 3) индивидуальные психологические установки субъекта;
- 4) нахождение субъекта в рамках очевидного буквального смысла и значения.

Ответ: 2

10. Интерпретацией называется:

- 1) работа мышления, которая состоит в расшифровке смысла, стоящего за очевидным смыслом, в раскрытии уровней значения, заключенных в буквальном значении;
- 2) сложный многоступенчатый акт, включающий в себя как бессознательные, интуитивные, так и осознанные мыслительные операции;
- 3) различные индивидуальные психологические установки субъекта, иначе говоря, определенная настроенность человека на тот или иной тип восприятия;
- 4) структура ограничений.

Ответ: 1

11. Задача интерпретации состоит в:

- 1) точной передаче содержания произведения;
- 2) вербальной записи произведения, находящегося в других языковых формах;
- 3) придумывании своего смысла, отсутствующего непосредственно в тексте;
- 4) извлечении из текста максимума заложенных в него смыслов или сведение множества вариантов к некоему общему, единому смыслу.

Ответ: 4

12. Отражение картины мира в человеческом сознании зависит от:

- 1) индивидуальных особенностей субъекта восприятия;
- 2) самой отражаемой реальности;
- 3) как от индивидуальных особенностей субъекта восприятия, так и от самой отражаемой реальности;
- 4) особенностей действия установки восприятия.

Ответ: 3

13. «Структура ограничений» позволяет интерпретатору:

- 1) не отклоняться от «оси смыслов» и создавать непротиворечивую интерпретацию;
- 2) создавать обобщенную интерпретацию;
- 3) создавать детализированную интерпретацию;
- 4) создавать широкий спектр интерпретаций.

Ответ: 1

14. Наличие проблемы, объекта, субъекта истолкования и адресата интерпретации характеризует:

- 1) любую жизненную ситуацию;
- 2) процесс восприятия текста;
- 3) интерпретационную ситуацию;
- 4) предкоммуникационную фазу понимания текста.

Ответ: 3

15. Материальная оболочка, обозначаемый объект и правила интерпретации характеризуют, согласно Ч. Пирсу:

- 1) семиотический текст;
- 2) форму знака;
- 3) содержание знака;
- 4) знак в целом.

Ответ: 4

ПРИМЕРЫ ВОПРОСОВ ОТКРЫТОГО ТИПА (10)

Вопрос 1. Чем объясняется высокий коммуникативный эффект?

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 коммуникаций 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 коммуникации?

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 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 межличностная, организационная коммуникации?

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-3:

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

ПРИМЕРЫ ВОПРОСОВ ЗАКРЫТОГО ТИПА (15)

1. Изначально материальность формы знака фиксируется:

- 1) в человеческих ощущениях;
- 2) в письменной записи;
- 3) в рисунке;
- 4) в аудиальной записи.

Ответ: 1

2. Социальность знака состоит в его:

- 1) наглядности;
- 2) коммуникативности;
- 3) эстетичности;
- 4) воспроизводимости.

Ответ: 2

3. Системность как обязательное свойство знака предполагает:

- 1) наличие хотя бы двух взаимосвязанных элементов;
- 2) частое, систематическое употребление того или иного знака;
- 3) сходство одного знака с другим;
- 4) цепочку однородных знаков.

Ответ: 1

4. Преднамеренное использование знака продиктовано:

- 1) однократным его применением;
- 2) не известными его свойствами;
- 3) его неактуальностью;
- 4) его целевым использованием.

Ответ: 4

5. Воспроизводимость – важнейшее свойство знака, означающее, что:

- 1) в акте коммуникации знак не создается впервые, а повторяется, т. е. уже существует до того;
- 2) знак легко запоминается, если часто повторяется;
- 3) чем чаще мы его используем, тем более благоприятное действие знак оказывает;
- 4) при частом воспроизведении знак теряет свои знаковые свойства.

Ответ: 1

6. Денотатом знака является:

- 1) типичный образ – представитель класса предметов, воплощенный в знаке;
- 2) внешняя оболочка знака;
- 3) значение знака;
- 4) конкретный образ.

Ответ: 1

7. Ассоциация, связывающая форму и денотат знака, есть:

- 1) функция знака;
- 2) значение знака;
- 3) образ знака;

4) отражение знака.

Ответ: 2

8. «Треугольник Г. Фреге» определяет:

- 1) равное положение формы, денотата и значения знака;
- 2) отношение между формой и денотатом;
- 3) отношение между формой и значением;
- 4) тип внутризначковых отношений.

Ответ: 4

9. Знаки-изображения называются:

- 1) символическими знаками;
- 2) индексальными знаками;
- 3) иконическими знаками;
- 4) признаками.

Ответ: 3

10. Тип знака, который не дает никакого представления о содержании и действие которого основано на установленной по соглашению связи означающего и означаемого, называется:

- 1) иконическим знаком;
- 2) индексальным знаком;
- 3) признаком;
- 4) конвенциональным знаком.

Ответ: 4

11. Знак, форма и денотат которого находятся в отношениях пространственной и временной смежности, называется:

- 1) символическим знаком;
- 2) индексальным знаком;
- 3) знаком-признаком;
- 4) иконическим знаком.

Ответ: 2

12. Фотография, рисунок, географическая карта, диаграмма могут быть отнесены к типу знаков, который характеризуется следующим образом:

- 1) форма и денотат находятся в отношениях пространственной и временной смежности;
- 2) форма берет на себя функции значения – она сама по себе есть информация о денотате;
- 3) форма ни в каком отношении не сходна с денотатом;
- 4) форма слегка похожа на денотат.

Ответ: 2

13. Дорожные знаки, оскал собаки, лужа после дождя относятся к знакам:

- 1) символам;
- 2) индексам;
- 3) признакам;
- 4) иконам.

Ответ: 2

14. Мотивированные и немотивированные знаки отличаются друг от друга тем, что:

- 1) форма выражения первых осознается как неслучайная по отношению к денотату;
- 2) форма выражения первых случайна по отношению к денотату;
- 3) форма выражения первых случайна, а денотат неслучаен;
- 4) форма выражения первых неслучайна, а денотат случаен.

Ответ: 1

15. Означающее и означаемое – это:

- 1) две стороны одного знака – форма и содержание;
- 2) односторонняя сущность знака;
- 3) мотивированность формы;
- 4) многозначность содержания.

Ответ: 1 1

ПРИМЕРЫ ВОПРОСОВ ОТКРЫТОГО ТИПА (10)

Вопрос 1. Чем объясняется высокий коммуникативный эффект?

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 коммуникаций 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 коммуникации?

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 коммуникаций 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 массовая и организационная коммуникации?

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

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. Аспекты теории социальной коммуникации: онтологический, гносеологический, методологический и функциональный.
2. Законы коммуникации.
3. Условия («законы») коммуникации.
4. Методы теории коммуникации.
5. Функции теории коммуникации.
6. Информация, различные подходы к толкованию.
7. Виды социальной информации. Уровни манифестации семантической информации.
8. Коммуникативный процесс. Типы коммуникации по процессуальному признаку.
9. Коммуникация как структура. Характеристика элементов коммуникационной структуры.
10. Проблема информационной безопасности личности и общества. Информационная война, ее технологии.
11. Парадигмы в понимании коммуникации (по Р. Крейгу).
12. Коммуникативные барьеры.
13. Виды коммуникации.
14. Процессно-информационный подход к коммуникации: общая характеристика.
15. Математическая модель коммуникации К. Шеннона-У Уивера
16. Социально-психологическая модель коммуникации Т. Ньюкомба (А-В-Х модель)
17. Пятивопросная модель коммуникации Г. Лассуэлла.
18. Макросоциологические концепции коммуникации Т. Парсонса и Н. Лумана.
19. Вклад В. Шрамма в коммуникативистику.
20. Вклад Г. Лассуэлла в коммуникативистику и политологию.
21. Бихевиоризм о сущности коммуникации. Йельская школа убеждающей коммуникации.
22. Структурализм о сущности коммуникации. Спектрально-диалектический подход к анализу коммуникации.
23. Философские концепции коммуникации: экзистенциализм и персонализм.
24. Теории интеракционизма о коммуникации.
25. Драматургический подход к коммуникации, или теория управления впечатлениями.
26. Критические теории коммуникации. Франкфуртская школа.
27. Категориальный аппарат теории коммуникации.
28. Антропосоциогенез и происхождение социальных коммуникаций.
29. Коммуникационные революции.
30. Закономерности развития социальной коммуникации.
31. Теории глоттогенеза.

32. Происхождение и развитие письменности, социокультурные последствия появления письма.
33. Ю. Хабермас о коммуникационном дискурсе и публице.
34. Й. Хейзинга: игровая модель коммуникации.
35. Семиотическая парадигма в концепции Р. Крейга – общая характеристика.
36. История семиотики как научной дисциплины. Основные персоналии. Структурно-лингвистическая и логико-прагматическая семиотические школы.
37. Знак, структура знака, сущностные характеристики знаков.
38. Типология знаков (по Ч. Пирсу). Знаковые системы в онтогенезе и филогенезе (по А. Соломонику).
39. Семиотическая триада (три измерения семиотики): семантика, синтактика, прагматика.
40. Место естественного языка среди других знаковых систем. Язык/речь. Речь как способ коммуникации.
41. Вербальные и невербальные знаки: общее и различное. Теория невербальной утечки информации.
42. Невербалика: кинесика, окулесика, паралингвистика, такесика, проксемика, хронемика, ольфакция, густика, системология.

ВОПРОСЫ ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ХАРАКТЕРА

43. Прагматический подход к коммуникации. Теория речевых актов. Классификация речевых актов по Дж. Сёрлю.
44. Коммуникативный кодекс. Принцип кооперации Г.П. Грайса: максимы. Принцип вежливости Дж. Лича: максимы. Конфликты максим.
45. Адресант и адресат. Социальный статус и роль. Индикация социального статуса. Социальные, психологические, речевые, коммуникативные роли.
46. Стили речевого коммуникативного поведения: классификации К. Левина, А. Адлера, К. Хорни, Дж. Луффа-Х. Ингхэма.
47. Стили речевого коммуникативного поведения: классификации Е.Л. Доценко, В.А. Горяниной, О. Гойхмана-Т. Надеиной. Стратегии межличностного взаимодействия (Э. Берн и др.).
48. Языковая личность. Модель языковой личности (по Ю.М. Караулову). Факторы формирования языковой личности.
49. Коммуникативная личность. Трансакционная модель коммуникативной личности (по Д.П. Гавра).
50. Коммуникативное поведение личности. Коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика. Коммуникативные права личности.
51. Коммуникация как процесс. Процессуальная характеристика волевой и импульсивной коммуникации.
52. Коммуникация как структура. Характеристика элементов структуры.
53. Информация и информационная деятельность. Виды социальной информации.
54. Коммуникативный акт и референт, референция. Выбор и презентация референта: нейтральная, позитивная и негативная презентация. Некорректная (девиантная) референция.
55. Правила транспорта референта в коммуникативном акте.
56. Внутриличностная коммуникация. Драматизм внутриличностной коммуникации.
57. Диалектика личностного и безличностного в коммуникациях. Ключевые характеристики межличностной коммуникации.
58. Аксиоматика межличностного взаимодействия (по П. Вацлавику).
59. Психологические основы межличностного взаимодействия. Мотивационные теории.
60. Эффекты восприятия. Трудные ситуации в общении.
61. Речевое и неречевое поведение в межличностном взаимодействии. Трудности вербальной коммуникации: когда язык создает проблемы.
62. Конфирмация и дисконфирмация. Язык понимания и поддержки.
63. Пространственные отношения в межличностном взаимодействии: структурирование пространства, дистанции взаимодействия.
64. Характеристики малой группы. Структуры малой группы. Социометрические и коммуникативные структуры. Классификации групп.
65. Функции групповой коммуникации. Лексика и грамматика коммуникации в малой группе. Средовые аспекты коммуникации в малой группе.
66. Лидер группы. Виды и стили лидерства.
67. Понятие организации. Внутренняя и внешняя среда организации.
68. Внутренние и внешние коммуникации организации: проблемы и методы оптимизации.
69. Модель руководителя организации. Терминаторный (деструктивный) менеджмент.
70. Массовая коммуникация: общая характеристика. Структура, функции, основные виды массовой коммуникации. Эффективность массовой коммуникации.
71. Теории и модели массовой коммуникации (3-4 на выбор).
72. Публичная коммуникация: общая характеристика. Эволюция публичной коммуникации. Виды и жанры публичной коммуникации.
73. Межкультурная коммуникация: общая характеристика. Уровни и формы межкультурной

коммуникации.

74. Лингвокультурологические аспекты межкультурной коммуникации.

75. Типы восприятия межкультурных различий: этноцентризм и культурный релятивизм.

76. Национальное коммуникативное поведение и факторы его детерминации. Коммуникативные сферы и ситуации, в которых проявляется национальная специфика коммуникативного поведения. Основные черты русского менталитета, определяющие коммуникативное поведение народа.

77. Содержательная параметрическая модель описания русского коммуникативного поведения (по Ю.Е. Прохорову и И.А. Стернину).

78. Коммуникативная компетентность в системе профессиональной подготовки ПР-специалиста.

79. Формы речевой коммуникации: диалог, монолог.

80. Умение говорить и умение слушать. Применение умений говорения и слушания для повышения эффективности коммуникации.

81. Соотношение «язык-речь». Речевое общение как способ коммуникации. Функции речи. Речь как способ передачи информации.

82. Устноречевая коммуникация, ее свойства, виды (говорение и слушание), функции.

83. Письменноречевая коммуникация: ее свойства, виды (письмо и чтение) и функции.

84. Интеракционный аспект межличностного общения. Стратегии поведения в процессе взаимодействия: кооперация и конкуренция. Классификация коммуникаторов по способности к кооперации.

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	Коноваленко, М. Ю.	Теория коммуникации : учебник для вузов	Москва : Издательство Юрайт, 2020	https://pay.urait.ru/book/teoriya-kommunikacii-449867
Л1.2	Яшин, Б.Л.	Культура общения: теория и практика	М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015	URL://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429211

		коммуникаций : учебное пособие		
Л1.3	Гавра, Д. П.	Основы теории коммуникации: учебник для вузов	Москва : Издательство Юрайт., 2023	URL: https://urait.ru/bcode/511672 (дата обращения: 21.09.2023).
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				
<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	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее

Аудитория	Назначение	Оборудование
	(лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)
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)

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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.

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.

Экзамен. Подготовка к экзамену 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-2023

Часов по учебному плану	144	Виды контроля по семестрам
в том числе:		зачеты: 7
аудиторные занятия	50	
самостоятельная работа	94	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	4 (7)		Итого	
	Неделя	16		
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 26.06.2023 протокол № 4.

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-1, ПК-2	Л2.1, Л1.1, Л3.1
1.2.	Диагностика социальных конфликтов	Практические	7	6	ПК-1, ПК-2	Л2.1, Л1.1, Л3.1
1.3.	Методологические основы конфликтологии	Сам. работа	7	20	ПК-1, ПК-2	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-1, ПК-2	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-1, ПК-2	Л2.1, Л1.1, Л3.1
2.3.	Психология конфликта	Сам. работа	7	14	ПК-1, ПК-2	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-1, ПК-2	Л2.1, Л1.1, Л3.1
3.2.	Прямые переговоры как метод разрешения конфликта	Практические	7	6	ПК-1, ПК-2	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-1, ПК-2	Л2.1, Л1.1, Л3.1
3.4.	Медиация	Практические	7	4	ПК-1, ПК-2	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-1, ПК-2	Л2.1, Л1.1, Л3.1
3.6.	Социальные технологии управления конфликтами и разрешения конфликтов	Сам. работа	7	60	ПК-1, ПК-2	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-2023		
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 16			
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 26.06.2023 протокол № 4.

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	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-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. 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

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
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
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

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»

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	5 ЗЕТ		
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2023		
Часов по учебному плану	180	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		диф. зачеты: 8	
аудиторные занятия	50		
самостоятельная работа	130		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	4 (8)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	22	22	22	22
Практические	28	28	28	28
Сам. работа	130	130	130	130
Итого	180	180	180	180

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 26.06.2023 протокол № 4.

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.	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
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.	мотивацию и интересы субъектов продвижения территории, их связь с постановкой управленческих задач продвижения территории, специфику инструментов и механизмов мотивирования целевых групп к пользованию 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	6		Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.2.	Цели, интересы, взаимодействие субъектов и объектов территориального маркетинга	Практические	8	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		Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.4.	Брендинг территорий: понятие, структура, условия. Инструменты и механизмы продвижения территориальных продуктов и ресурсов	Практические	8	6		Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.5.	Теоретические основы маркетинга территорий	Сам. работа	8	60		Л1.1, Л2.1, Л2.2
Раздел 2. Технологии продвижения территорий						
2.1.	Особенности продвижений территорий различных видов: страна, регион, город	Лекции	8	4		Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.2.	Особенности продвижений территорий различных видов: страна, регион, город	Практические	8	6		Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.3.	Технологии брендинга территорий: этапы, методы, участники	Лекции	8	4		Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.4.	Виды стратегий маркетинга территорий.	Практические	8	6		Л1.1, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	Управление имиджем территории					
2.5.	Процесс продвижения территориального продукта. Территориальная служба маркетинга	Лекции	8	4		Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.6.	Внедрение территориального маркетинга, особенности. Передовая практика маркетинга территорий	Практические	8	6		Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.7.	Технологии продвижения территорий	Сам. работа	8	70		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	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	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)

Аудитория	Назначение	Оборудование
	промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	

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-2023

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	
	Неделя		16,5		17			
Вид занятий	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.

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

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 26.06.2023 протокол № 4.

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 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)
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 донесения 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-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	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.2.	Типологии проектов	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	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.3.	Содержание проектной деятельности	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	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.4.	Методы проектной деятельности	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	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
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	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
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	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
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	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
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	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
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	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
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,	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
					ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	
2.3.	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, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
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	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
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	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
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	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
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	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
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	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
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	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
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-1.2, 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
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	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
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	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
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_Проектная деятельность_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	Ткаченко, Н.В.	Креативная реклама: технологии проектирования : учебное пособие	Юнити-Дана, 2015	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422
Л1.2	Поляков, В. А	Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для академического бакалавриата	Юрайт, 2017	www.biblio-online.ru/book/1BF53170-0D1A-43E0-A621-D5AD21B3C08E
Л1.3	Зуб, А. Т.	Управление проектами : учебник и практикум для академического бакалавриата	Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/2966A025-2AC5-4E36-BE06-456F3F9ECE3B

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
Л2.2	Ткаченко, Наталья Владимировна	Креативная реклама. Технологии проектирования : учеб. пособие для вузов	ЮНИТИ-ДАНА, 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	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. Жеребненко А.В.		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=5657	
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	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	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска

Аудитория	Назначение	Оборудование
	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	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)
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-2023

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			
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.; преподаватель, Ахмедова А.Р.

Рецензент(ы):

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

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 26.06.2023 протокол № 4.

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.	Получить целостное представление о современной публичной коммуникации; овладеть умениями эффективного коммуникативного воздействия и взаимодействия с целью формирования успешной коммуникативной личности, способной к продуктивному общению в профессиональных и социально-значимых ситуациях в области рекламы и связей 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-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.	основные принципы и владеть техниками, приемами модерации дискуссий, совещаний, деловых переговоров при создании коммуникационных продуктов для государственных и бизнес-структур разных каналов коммуникации
3.2.	Уметь:
3.2.1.	разрабатывать проекты с учетом коммуникативных техник; уметь осуществлять подготовку разных типов рекламных и PR-текстов, применять актуальные стилистические приемы, поддерживать электронные коммуникации, осуществлять деловую переписку

3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	имеет навыки в разработке и продвижении коммуникационных проектов в сфере рекламы и PR с учетом различных коммуникационных техник.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Раздел 1.						
1.1.	Ораторское искусство как общественное явление	Лекции	2	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.2.	Риторика в контексте делового и неформального общения специалиста в области ПР-деятельности.	Лекции	2	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.3.	Оратор и аудитория	Лекции	2	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.4.	Модель профессиональной риторической коммуникации специалиста по связям с общественностью. Основные категории риторики	Лекции	2	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.5.	Риторика пиармена. Спичрайтинг как специфическая PRтехнология	Лекции	2	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.6.	Коммуникативный консалтинг, коммуникативные тренинги, их технологии как практические методы риторической коммуникации	Лекции	2	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.7.	Владение публичной речью как профессиональное качество специалиста в области ПР-деятельности, политического лидера, менеджера и других лиц, работающих в сферах повышенной речевой ответственности	Практические	2	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.8.	Качества оратора: компетентность, психологическая грамотность, безупречное	Практические	2	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	владение устной речью, умение отвечать на вопросы аудитории, вести диалог, полемику, импровизировать.					
1.9.	Оратор и аудитория	Практические	2	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.10.	Публичные выступления с учетом профессиональной деятельности. Спичрайтинг как специфическая PR технология	Практические	2	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.11.	Пиар как разновидность массовой (публичной, деловой) коммуникации.	Практические	2	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.12.	Консалтинг первого лица в организации самого выступления.	Практические	2	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.13.	Мозговой штурм: основы диалектики в системе аргументации	Практические	2	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.14.	Способы вступления и обращения как проявление контактоустанавливающей функции общения.	Практические	2	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.15.	Риторические жанры, применительно к разным видам и формам коммуникативной профессиональной деятельности	Практические	2	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.16.	Тренинг как эффективный инструмент совершенствования коммуникативно – риторических компетенций.	Практические	2	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.17.	Подготовка публичных выступлений Выполнение контрольно-тренировочных упражнений по технике речи	Сам. работа	2	39	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л2.2, 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 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 риторику?

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 риторики?

- 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. Удержать 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 певиц, 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 унижать 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. Топпика. «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. Полемические 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 русского красноречия от Ивана Грозного до Петра Великого.
47. Русское красноречие XVIII века. «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 XX века. 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

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
ЛП.1	Виноградова С. М., Силин И. С. ; Под ред. Виноградовой С.М.	Риторика : учебник и практикум для вузов / С. М. Виноградова, И. С. Силин ; под редакцией С. М. Виноградовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023.: Высшее образование	Москва : Издательство Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/511293
ЛП.2	Москвин, В. П.	Риторика и теория аргументации : учебник для вузов : Высшее образование	Издательство Юрайт, 2023, 2023	https://urait.ru/bcode/517092
ЛП.3	Зверев С.Э.	Риторика:учебник и практикум для вузов: Высшее образование	Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/511639
ЛП.4	Фесенко О.П.	Академическая риторика: учебник и практикум для вузов : Высшее образование	Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/513861

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Москвин В.П	Риторика и теория аргументации :	Юрайт, 2020	https://pay.urait.ru/book/ritorika-i-teoriya-argumentacii-467201
Л2.2	Москвин В. П.	Риторика и теория аргументации: Учебник для вузов	Москва : Издательство Юрайт, 2022	https://urait.ru/book/ritorika-i-teoriya-argumentacii-494717

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 "Профессиональная риторика в рекламной и PR деятельности"	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=1763
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)
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	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия;

Аудитория	Назначение	Оборудование
	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	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, 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 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.

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-2023

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		20		16,5			
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 26.06.2023 протокол № 4.

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. Введение.						
1.1.	Язык и речь. Функции языка и речи. Языковые и речевые знаки.	Лекции	3	4	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л1.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.2.	Функции языка и речи.	Практические	3	6	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л1.2, Л1.3
1.3.	Способы организации языковой и речевой структуры: иерархия и поле.	Лекции	3	4	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л1.2, Л1.3
1.4.	Морфологический, лексический и синтаксический уровни языковой системы.	Практические	3	6	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л1.2, Л1.3
1.5.	Самостоятельная работа	Сам. работа	3	36	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1
Раздел 2. Нормативный аспект культуры речи.						
2.1.	Понятие о норме и её значении.	Лекции	3	10	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л1.2, Л1.3
2.2.	Норма как сложное динамическое и одновременно статическое явление. Норма и кодификация.	Практические	3	1	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л1.2, Л1.3
2.3.	Причины изменения норм.	Практические	3	1	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3
2.4.	Морфологические нормы русского литературного языка.	Практические	3	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л1.2, Л1.3
2.5.	Лексические нормы русского литературного языка.	Практические	3	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л1.2, Л1.3
2.6.	Языковая норма и аномалия	Лекции	4	8	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л1.2, Л1.3
2.7.	Причины возникновения языковых и речевых аномалий.	Практические	4	8	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л1.2, Л1.3
2.8.	Самостоятельная работа	Сам. работа	4	22	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 3. Вариативность как принцип формирования культуры речи.						
3.1.	Вариативность как принцип формирования культуры речи.	Лекции	4	10	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л1.2, Л1.3
3.2.	Языковая игра как намеренное нарушение языковых норм.	Практические	4	20	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л1.2, Л1.3
3.3.	Самостоятельная работа	Сам. работа	4	76	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 4. Адаптивность как принцип формирования культуры речи.						

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
4.1.	Адаптивность как принцип формирования культуры речи.	Лекции	5	6	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л1.2, Л1.3
4.2.	Функционирование языковых знаков в речи. Прагматика языкового знака.	Лекции	5	6	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л1.2, Л1.3
4.3.	Условия выбора языкового знака	Лекции	5	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л1.2, Л1.3
4.4.	Условия выбора языкового знака: фактор говорящего, фактор адресата, фактор ситуации, дискурсивный фактор.	Практические	5	10	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1
4.5.	Самостоятельная работа	Сам. работа	5	27	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л1.2, Л1.3
4.6.	Анализ условий выбора языкового знака в зависимости от условий ситуации. Коммуникативные барьеры.	Практические	5	6	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л1.2, Л1.3
4.7.	Анализ условий выбора языкового знака	Лекции	5	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л1.2, Л1.3
4.8.	Особенности порождения и понимания текста в зависимости от типа дискурса.	Практические	5	12	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л1.2, Л1.3
4.9.	Типы речевой культуры и прагматика языкового существования.	Лекции	5	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л1.2, Л1.3
4.10.	Самостоятельная работа	Сам. работа	5	8	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, 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/course/view?id=10631>

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. Коммуникация – это

- А) Взаимодействие индивидов
- В) Обязательный информационный обмен

- С) Эмоциональное взаимодействие субъектов коммуникации
 - Д) Постигание нового знания в процессе взаимодействия субъектов
 - Е) Все перечисленное
- Ответ: Е

Вопрос 2. В пропозиции как единице языка выделяется номинативная (пропозитивная) функция языка, которая

- А) Состоит в том, что относит номинативное содержание предложение к действительности
 - В) Заключается в том, что она называет некоторую ситуацию действительности, компонентами которой являются действие, агент, объект, обстоятельства и условия реализации
 - С) Заключается в том, что она называет объекты, явления, признаки и процессы действительности
- Ответ: С

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....

- А) Импрессивная
 - В) Качественная
 - С) Предметная
 - Д) Акциональная
 - Е) Статальная
- Ответ: А

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. Согретые теплым дыханием цикламена, на вершине аромата ноты африканского имбиря и легкие искорки кориандра.

- А) Качественная
 - В) Импрессивная
 - С) Предметная
 - Д) Акциональная
 - Е) Статальная
- Ответ: А

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 куций август покажется бесконечным.

- А) Акциональная
 - В) Качественная
 - С) Статальная
 - Д) Импрессивная
 - Е) Предметная
- Ответ: А

Вопрос 6. Какой тип речевой 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 блеснул 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: А

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: А

Вопрос 8. Актуальная информация связана и вычленяется

- A) В процессах вербализации
- B) В процессах понимания
- C) В обоих процессах

Ответ: С

Вопрос 9. При нейтральном порядке следования компонентов актуального членения

- A) Тема предшествует реме
- B) Рема предшествует теме

Ответ: А

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: В

Вопрос 11. В следующем предложении выберите правильный вариант актуального членения высказывания: "Юре хорошо было с дядей. Он был похож на маму".

- A) "Юре (Т1) хорошо было с дядей (R1). Он (Т2) был похож на маму (R2)".
- B) "Юре хорошо было (Т1) с дядей (R1). Он был похож (Т2) на маму (R2)".
- C) "Юре (R1) хорошо было с дядей (Т1). Он (Т2) был похож на маму (R2)".
- D) "Юре (R1) хорошо было с дядей (Т1). Он (R2) был похож на маму (Т2)".
- E) "Юре хорошо было (R1) с дядей (Т1). Он (Т2) был похож на маму (R2)".

Ответ: А

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: А

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: А

Вопрос 14. Что такое семантические роли?

- А) Набор основных персонажей (компонентов), которые участвуют в разнообразных сценариях ситуаций
 - В) Семантические роли, которые выполняют разные части речи в предложении
 - С) Коммуникативные роли, отраженные в семантической структуре предложения
- Ответ: А

Вопрос 15. Выделите в следующем предложении диктум и модус: "Можно ли было подумать, что именно Аурелиано найдет способ надолго уберечь сограждан от провалов памяти".

- А) "Можно ли было подумать - ДИКТУМ, что именно Аурелиано найдет способ надолго уберечь сограждан от провалов памяти - МОДУС".
- В) "Можно ли было подумать - МОДУС, что именно Аурелиано найдет способ надолго уберечь сограждан от провалов памяти - ДИКТУМ".

Ответ: В

ПРИМЕРЫ ВОПРОСОВ ОТКРЫТОГО ТИПА (10)

Вопрос 1. Чем объясняется высокий коммуникативный эффект интегрированных коммуникаций?

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 интегрированных коммуникаций 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 интегрированных коммуникаций?

Посредством инструментария интегрированных коммуникаций 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 интегрированных коммуникаций от других типов коммуникационной активности?

Принципиальные отличия интегрированных коммуникаций 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 интегрированные коммуникации 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

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. Квалификативные модусные смыслы высказывания, способы, средства их выражения: авторизация, персуазивность, оценочность.
7. Авторизация как квалификативный модусный смысл: средства и способы выражения.
8. Персуазивность как квалификативный модусный смысл: средства и способы выражения.
9. Оценочность как квалификативный 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: общевеверификативный и частноверификативный.
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.

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. 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
Л1.2	А.П. Панфилова	Культура речи и деловое общение: учебное пособие для СПО	Юрайт, 2022	https://urait.ru/bcode/491069
Л1.3	Милославский, И. Г	Современный русский язык. Культура речи и грамматика : учебное пособие для вузов	Юрайт, 2022	https://urait.ru/bcode/490821
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Самсонов, Н.Б.	Русский язык и культура речи: учебник и практикум для среднего профессионального образования	Издательство Юрайт, 2022	https://urait.ru/viewer/ru/sskiy-yazyk-i-kultura-rechi-491278#page/1
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; 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, 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, 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.

Зачет с оценкой. Экзамен. Подготовка к зачету с оценкой и 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»

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-2023

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 16			
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 26.06.2023 протокол № 4.

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
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.	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-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 специализиро ваные 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.	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-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.2.	Направления деятельности пресс-службы	Лекции	7	1	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.3.	Роль и место пресс-службы в структуре организации	Практические	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.4.	Особенности организационной структуры современной пресс-службы	Лекции	7	1	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.5.	Особенности организационной структуры современной пресс-службы	Практические	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.6.	Статус и функции пресс-секретаря	Лекции	7	1	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.7.	Статус и функции пресс-секретаря	Практические	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.8.	Роль пресс-секретаря Президента РФ	Сам. работа	7	10	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.9.	Нормативно-правовые и этические основы деятельности пресс-службы	Лекции	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.10.	Правовые и этические основы создания и деятельности современных пресс-служб	Практические	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
Раздел 2. Методы работы современной пресс-службы со СМИ						
2.1.	Методы работы современной пресс-службы со СМИ	Лекции	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
2.2.	Методы работы современной пресс-службы со СМИ	Практические	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
2.3.	PR-тексты как инструмент эффективного взаимодействия со СМИ	Лекции	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
2.4.	PR-тексты как инструмент эффективного взаимодействия со СМИ	Практические	7	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
2.5.	Мероприятия для журналистов	Лекции	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.6.	Мероприятия для журналистов	Практические	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.7.	Стратегические подходы к взаимодействию со СМИ	Лекции	7	1	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.8.	Стратегические подходы к взаимодействию со СМИ	Практические	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.9.	Digital-коммуникации современной пресс-службы	Лекции	7	1	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.10.	Digital-коммуникации современной пресс-службы	Практические	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.11.	Digital-коммуникации современной пресс-службы	Сам. работа	7	14	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.12.	Медиарилейшнз во время кризиса	Лекции	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.13.	Медиарилейшнз во время кризиса	Практические	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
Раздел 3. Оценка эффективности деятельности современной пресс-службы						
3.1.	КРІ деятельности пресс-службы	Лекции	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
3.2.	КРІ деятельности пресс-службы	Практические	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
3.3.	Знакомство с опытом организации деятельности пресс-службы регионального коммерческого предприятия	Сам. работа	7	15	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.3, 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
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	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
ЛП.2	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.3	Жильцова, О. Н.	Связи с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата	Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/6450F6BE-CE23-4946-8078-93121F0C851D
ЛП.4	Фадеева, Е. Н.	Связи с общественностью : учебник и практикум для академического бакалавриата	Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/09F0A4F7-A8CB-430B-BE4E-C92C2C63127B

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	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
Л2.2	Кузнецов П.А.	Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии: Другое	Издательство "Дашков и К", 2018	https://e.lanbook.com/book/103778
Л2.3	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/index.php?page=book&id=454107

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	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)
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, 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»

Стартпап в цифровой среде 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-2023

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	7
аудиторные занятия	32		
самостоятельная работа	49		
контроль	27		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	4 (7)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	12	12	12	12
Лабораторные	20	20	20	20
Сам. работа	49	49	49	49
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	108	108	108	108

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

Рецензент(ы):
Телеведущий ГТРК "Алтай", Долгова Т.Н.

Рабочая программа дисциплины
Стартпап в цифровой среде

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 26.06.2023 протокол № 4.

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
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.	Цель освоения дисциплины - формирование знаний и компетенций, необходимых при работе в стартап-среде у специалиста в сфере коммуникаций; • развитие интереса у студентов к сфере предпринимательства, понимания преимуществ, возможностей, проблем и рисков, связанных с развитием стартапов в цифровой среде; • ознакомление студентов с процессами и инструментарием жизнеспособного стартапа.
------	--

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-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.	Основные понятия стартап-среды, жизненный цикл стартапа, подходы поиска и формирования идеи для стартапа. Основные принципы разработки цифрового продукта и специфику его вывода на рынок. Способен формировать ценовое и ценностное предложение и УТП. Основные подходы к оценке эффективности стартапа. Особенности маркетинга и продвижения стартапов. Знает основные этапы, механики и принципы ведения переговоров. Типами финансирования, типы инвесторов, знает структуру инвестиционной презентации.

3.2.	Уметь:
3.2.1.	<p>Планировать и бюджетировать проект. Проводить анализ сильных и слабых сторон управленческих решений. Вести переговоры и выступать перед публикой, проводить эффективные презентации проектов. Формировать предложение с точки зрения цели организации и сегментов аудитории, корректно обосновать выбор инструментов, выбрать релевантные метрики для оценки эффективности каналов. Умеет корректно формулировать цели и задачи исследований потребителя, проводить исследование потребителей, адаптировать результаты к профессиональным задачам. Умеет определять ключевые типы сотрудников для команды стартапа, понимает принципы, по которым происходит найм сотрудников в подобные компании. Понимает потенциальные проблемные ситуации, которые могут возникнуть в команде и умеет пользоваться приемами, которые помогут их решить.</p>
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. Основы создания стартапа в цифровой среде.						
1.1.	Понятие, сущность и особенности функционирования стартапа.	Лекции	7	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7
1.2.	Понятие, сущность и особенности функционирования стартапа.	Лабораторные	7	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7
1.3.	Понятие, сущность и особенности функционирования стартапа.	Сам. работа	7	6		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7
1.4.	Стратегия разработки стартапа	Лекции	7	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7
1.5.	Стратегия разработки стартапа	Лабораторные	7	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7
1.6.	Стратегия разработки стартапа	Сам. работа	7	6		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7
1.7.	Юридические аспекты существования стартапа.	Лекции	7	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.8.	Юридические аспекты существования стартапа.	Лабораторные	7	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7
1.9.	Юридические аспекты существования стартапа.	Сам. работа	7	6		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7
1.10.	Этапы создания стартапа: модель развития потребителей	Лекции	7	4		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7
1.11.	Этапы создания стартапа: модель развития потребителей	Лабораторные	7	6		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7
1.12.	Этапы создания стартапа: модель развития потребителей	Сам. работа	7	12		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7
1.13.	Разработка бизнес-модели стартапа	Лекции	7	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7
1.14.	Разработка бизнес-модели стартапа	Лабораторные	7	4		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7
1.15.	Разработка бизнес-модели стартапа	Сам. работа	7	8		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7
1.16.	Разработка стратегии финансирования стартапа	Лабораторные	7	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7
1.17.	Разработка стратегии финансирования стартапа	Сам. работа	7	6		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7
1.18.	Оценка и управление рисками стартапа	Лабораторные	7	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7
1.19.	Оценка и управление рисками стартапа	Сам. работа	7	5		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, 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 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. Укажите, верно ли следующее утверждение:

«Проект – это временное предприятие, направленное на создание уникального или повторение уже полученного продукта, услуги или результата надлежащего качества, в ограниченные сроки с использованием неограниченных ресурсов»

- а. Верно
- б. Неверно

Ответ: а.

Вопрос 2. Среди следующих вариантов выберите те, которые являются целью:

- а. Провести фотосессию
- б. Приобрести новое ПО для работы с видеофайлами
- в. Провести проектную фотосессию с домашними животными до 1 декабря 2023 года
- г. До 25 декабря 2023 года приобрести профессиональный видеоредактор Adobe Premiere Pro, версия 2023 года.

Ответ: в, г.

Вопрос 3. Укажите неверные утверждения относительно этапов проектной деятельности:

- а. Проектная деятельность начинается с этапа проблематизации
- б. После завершения этапа проблематизации в проекте начинается этап планирования
- в. Последний этап проектной деятельности – сдача проекта
- г. Проектная деятельность начинается с целеполагания

Ответ: в, г.

Вопрос 4. Укажите, что должно быть на месте пропусков в следующем утверждении:

«Успешность [пропуск 1] складывается из успеха [пропуск 2] и успеха [3]»

- а. 1 – управления проектом; 2 – планирования; 3 – руководителя проекта
- б. 1 – проекта; 2 – управления проектом; 3 – продукта
- в. 1 – руководителя проекта; 2 – планирования проекта; 3 – процессов, которые он выстроил

Ответ: а.

Вопрос 5. В каких случаях речь идет о проектной деятельности?

- а. Мы задаемся целью увеличить число подписчиков телеграм-канала «А» до определенной даты, например, до начала лета, планируем шаги и контролируем их выполнение
- б. Мы периодически что-то выкладываем в канал «Дзен», проводим редизайн, вводим новые рубрики, пробуем новые форматы контента
- в. Мы задаемся целью вывести новый продукт на рынок Алтайского края в течение месяца, разрабатываем креативную идею, стратегию, план и следуем им

Ответ: а, в.

Вопрос 6. Укажите верный порядок этапов проектной деятельности:

- а. Целеполагание -> Проблематизация -> Планирование -> Реализация -> Сдача
- б. Целеполагание -> Планирование -> Проблематизация -> Реализация -> Сдача
- в. Проблематизация -> Целеполагание -> Планирование -> Реализация -> Оценка эффективности
- г. Планирование -> Проблематизация -> Целеполагание -> Реализация -> Оценка эффективности

Ответ: в.

Вопрос 7. «В ходе [пропуск 1] проекта важно определять [пропуск 2] для оценивания получаемых промежуточных результатов»

- а. 1 – реализации; 2 – контрольные точки
- б. 1 – целеполагания; 2 – контрольные точки
- в. 1 – реализации; 2 – паузы в проекте
- г. 1 – проблематизации; 2 – паузы в проекте

Ответ: а.

Вопрос 8. Выберите, какое определение команды проекта является наиболее корректным

а. Команда проекта – это закрепленная на постоянной основе рабочая группа, выполняющая работы по проекту и поддержанию его результатов после завершения и ответственная непосредственно перед Заказчиком за их выполнение.

б. Команда проекта – это временная рабочая группа, выполняющая работы по проекту и ответственная перед Руководителем проекта за их выполнение.

Ответ: б.

Вопрос 9. Как связаны между собой проблема и цель проекта? (один ответ)

а. Это практически одно и то же

б. Иногда цель вообще никак не связана с проблемой проекта

в. Целью проекта всегда является решение проблем проекта

Ответ: в.

Вопрос 10. Отвечает ли следующая цель проекта критериям SMART?

Увеличить посещаемость сайта с помощью ежедневной публикации новых материалов и рекламы ресурса в социальных сетях.

а. Да

б. Нет

Ответ: б.

Вопрос 11. Отвечает ли следующая цель критериям SMART?

Увеличить количество продаж магазина «Н» на платформе маркетплейса «Валдберис» до 31 декабря 2023 года.

а. Да

б. Нет

Ответ: а.

Вопрос 12. Каким критериям отвечает хорошо сформулированная цель проекта?

а. Ограниченная

б. Однозначно воспринимаемая всеми участниками

в. Измеримая

г. Достижимая в заданных условиях

Ответ: б,в,г.

Вопрос 13. Что определяет матрица ответственности?

а. Степень ответственности участников за выполнение работ проекта

б. Роли, на которые нужно назначить самых ответственных сотрудников

в. Наиболее важные работы проекта

г. Работы, к выполнению которых нужно отнестись наиболее ответственно

Ответ: а.

Вопрос 14. Для чего используется методика RACI?

а. Для оценки эффективности команды проекта

б. Для составления матрицы ответственности

в. Для распределения ролей в команде согласно методике Белбина

г. Для формирования состава команды проекта

Ответ: б.

Вопрос 15. К какому спектру деятельности руководителя проекта относится концептуальная разработка творческого проекта?

а) финансово-экономическому;

б) юридически-правовому;

в) проектно-технологическому;

г) организационно-управленческому;

д) маркетинговому.

Ответ: 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 ОТРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Способ достижения цели через детальную разработку проблемы (технология), которая должна завершиться вполне определённым практическим результатом, оформленным тем или иным образом – это

Ответ: проектная деятельность

Вопрос 2. Для чего используется методика RACI?

Ответ: Для распределения ролей в команде согласно методике Белбина

Вопрос 3. Команда проекта состоит из участников, каждый из которых выполняет в команде одну или несколько ролей. С точки зрения управления командой какое число участников является оптимальным

Ответ: 3-7

Вопрос 4. Укажите, что должно быть на месте пропусков в следующем утверждении:

«Успешность [пропуск 1] складывается из успеха [пропуск 2] и успеха [3]»

а. 1 – управления проектом; 2 – планирования; 3 – руководителя проекта

б. 1 – проекта; 2 – управления проектом; 3 – продукта

в. 1 – руководителя проекта; 2 – планирования проекта; 3 – процессов, которые он выстроил

Ответ: а.

Вопрос 5. Какая методика используется для определения персональной ответственности и степени участия за выполнение отдельных этапов и задач проекта?

Ответ: матрица ответственности

Вопрос 6. Каким критериям отвечает хорошо сформулированная цель проекта?

Ответ: Однозначно воспринимаемая всеми участниками, конкретная, измеримая, достижимая.

Вопрос 7. Что определяет матрица ответственности?

Ответ: Степень ответственности участников за выполнение работ проекта.

Вопрос 8. Дайте определение команды проекта.

Ответ: Команда проекта – это временная рабочая группа, выполняющая работы по проекту и ответственная перед Руководителем проекта за их выполнение.

Вопрос 9. В чем заключается основное отличие проектной деятельности от операционной?

Ответ: в уникальности проектной деятельности.

Вопрос 10. Какое количество ролей должно выполняться в проектной команде, согласно предложениям Белбина, независимо от ее численного состава?

Ответ: 9 ролей.

Вопрос 11. Какой критерий позволяют оценить эффективность проекта?

Ответ: достижение цели проекта.

Вопрос 12. Какие критерии являются эффективными в оценке эффективности управления проектом?

Ответ: выполнение бюджета, выполнение календарного плана, достижение цели.

Вопрос 13. Что такое прототипирование?

Ответ: Быстрая частичная реализация существенных элементов или структуры предполагаемого продукта проекта.

Вопрос 14. Успешность проекта может быть определена следующим образом: Успех управления проектом + Успех "?" Какое слово должно быть указано вместо знака вопроса?

Ответ: продукт

Вопрос 15. Назовите метод, к которому относится следующее описание: «Этот метод базируется на том, что группа людей имеет больший потенциал в решении проблемы, чем отдельный человек, а при устранении психологических барьеров между участниками, появляется больше возможностей для модификации идей»

Ответ: мозговой штурм.

Вопрос 16. Что такое медиапроект?

Ответ: временная структура, предназначенная для создания медиапродуктов, выполнения работ и оказания услуг в медиасфере, а также для создания новых и реорганизации существующих медиаорганизаций.

Вопрос 17. Что такое медиапродукт?

Ответ: завершённый результат деятельности (творчества) участника медиакommunikационного процесса, распространяемый в медиасреде и на медианосителе для конкретной аудитории.

Вопрос 18. Что является результатом медиапроекта?

Ответ: медиапродукт.

Вопрос 19. Назовите основные признаки проекта.

Ответ: Любой проект имеет три главных признака: цель, сроки и ресурсы

Вопрос 20. Перечислите основные особенности медиапроектов.

Ответ: медиапроекты могут быть ориентированы сразу на два рынка: на рынок товаров и на рынок услуг (производство товара — контента и продажа услуг — времени/ места для рекламы); при разработке медиапроекта необходимо находить баланс между экономической целесообразностью и социальной миссией; результат медиапроекта — медиапродукт потребляется в свободное время, то есть в часы досуга; медиапродукт должен быть в какой-то степени развлекательным, ввиду воздействия экономики потребления; медиапроект планируется и реализуется в условиях: особого динамизма (высокой скорости обновления и распространения медиапродукта); высокой степени неопределённости внешней среды; медиаконвергентности (слияние технологий, прежде различных и разобщённых медиа, рынков).

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

Вопрос 1. Как называется первый источник финансирования стартапа?

- а. 3F
- б. 4C
- в. 3D
- г. 5F

Ответ: а

Вопрос 2. Выделите верные утверждения в отношении стартапа.

- а. инвестиции всегда мелкие
- б. высокий потенциал роста
- в. цель — быстрая прибыль
- г. структура капитала открытая

Ответ: б, г.

Вопрос 3. Стартап — это ..

- а. вид бизнеса
- б. социальный проект
- в. благотворительный проект
- г. коммерческий проект

Ответ: г

Вопрос 4. Выберите определение, которое предложил Стивен Бланк.

- а. стартапы — это вид рискованного бизнеса, требующие инвестиций
- б. стартапы это временные структуры, существующие для поиска воспроизводимой и масштабируемой бизнес-модели
- в. Стартап — это коммерческий проект в сфере инноваций
- г. стартап — это проект, требующий краудфандинга и краудсорсинга.

Ответ: б

Вопрос 5. В каких условиях действуют стартапы?

- а. недостаточно финансирования
- б. высокой неопределённости
- в. повышенной конкуренции
- г. отрицательного спроса

Ответ: б

Вопрос 6. Главная характеристика стартапов — это.....

- а. быстрый рост
 - б. высокая конкуренция
 - в. риск стагнации
 - г. наукоемкость
- Ответ: а

Вопрос 7. Что происходит со стартапом, если он оказывается в состоянии стагнации?

- а. банкротство
- б. стабильность
- в. стартап превращается в «компанию-зомби»
- г. стартапу требуются инвестиции

Ответ: в

Вопрос 8. Что выступает формальным критерием для участников рейтингов стартапов?

- а. возраст компании, число сотрудников, прибыль, наукоемкость.
- б. показатели финансовой успешности, число сотрудников, прибыль, наукоемкость.
- в. наличие производства, число сотрудников, прибыль, наукоемкость.
- г. наличие бизнес-плана, число сотрудников, прибыль, наукоемкость.

Ответ: а.

Вопрос 9. Делает ли малый возраст компанию стартапом?

- а. да
- б. нет

Ответ: б

Вопрос 10. Механизм помощи через наставничество в стартапах – это....

- а. бизнес-инкубатор
- б. бизнес-акселератор
- в. венчурный фонд
- г. банк

Ответ: б

Вопрос 11. Проверка идеи на рынке - это

- а. валидация идеи
- б. реперезентация идеи
- в. презентация идеи
- г. запуск проекта

Ответ: а

Вопрос 12. Проведение клиента по этапам до продажи – это

- а. воронка продаж
- б. сегментирование
- в. позиционирование
- г. SWOT-анализ

Вопрос 13. Место, куда выводятся ключевые показатели, которые говорят о здоровье/нездоровье стартапа - это

- а. дашборд
- б. SWOT-анализ
- в. CRM
- г. CMS

Ответ: а

Вопрос 14. Измеримый показатель, который улучшает ваши результаты и кратно влияет на рост – это..

- а. точка роста
- б. драйвер роста
- в. точка безубыточности
- г. CTR

Ответ: б

Вопрос 15. Частные инвесторы, заинтересованные в участии в развитии компаний – это

- а. инвесторы
- б. бизнес-ангелы
- в. венчурные фонды
- г. банки

Ответ: б

ОТКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ

Вопрос 1. Пивот в стартапе – это...

Ответ: это ситуация когда у стартапа есть продукт, он успешно продаётся, есть пользователи или

клиенты, но стартап закрывается и основатели начинают другую деятельность.

Вопрос 2. Что такое «голубой океан»?

Ответ: Голубой океан — свободный рынок, где нет конкурентов. Сложно найти голубой океан, но можно его смоделировать. Когда Генри Форд в 1908-м создал доступную модель машины и начал продавать ее американцам со средним доходом, он занял огромную новую нишу. И не беда, что вскоре подключились конкуренты — угнаться за Фордом уже было не просто.

Вопрос 3. «Долина смерти» на языке стартаперов – это...

Ответ: Долина смерти - период в стартапе, когда новый бизнес еще не начал приносить прибыль, но уже потратил значительные средства на разработку и продвижение своего продукта или услуги.

Вопрос 4. За что отвечает продакт-менеджер в компании?

Ответ: Продакт-менеджер (product manager) - человек, который отвечает за разработку и управление продуктом компании. Он отвечает за планирование и управление бюджетом на разработку продукта, анализирует результаты продаж и вносит изменения в продукт, чтобы улучшить его позицию на рынке.

Вопрос 5. В чем суть стартапа и отличия от бизнеса?

Ответ: Стартап (start up) - компания, которая создается с целью разработки и внедрения нового продукта или услуги на рынок. Она может быть основана как одним человеком, так и группой людей, и часто начинается с небольшого капитала. Основная идея стартапа заключается в том, чтобы создать что-то новое и уникальное, что ранее не существовало на рынке, и предложить это потребителям. В отличие от традиционных бизнесов, стартапы часто работают в сферах высоких технологий, таких как программное обеспечение, интернет-технологии, биотехнологии и другие.

Вопрос 6. В чем суть модели «фримиум»?

Ответ: Фримиум (free & premium) - бизнес-модель, которая предполагает предоставление базовых услуг или продуктов бесплатно, а за дополнительные функции или возможности пользователь должен заплатить. Таким образом, стартап может привлечь большое количество пользователей, которые могут оценить базовые возможности продукта, а затем заинтересоваться в дополнительных функциях, которые могут быть доступны только за дополнительную плату.

Вопрос 7. В чем суть юнит-экономики?

Ответ: Юнит-экономика (unit) - показатель, который позволяет оценить эффективность бизнес-модели компании. Он определяется как отношение доходов от продажи продукта или услуги к затратам на его производство и продвижение.

Вопрос 8. Какие основные показатели юнит-экономики?

Ответ: Самые распространённые метрики в юнит-экономике: CAC — стоимость привлечённого пользователя, и LTV — сумма денег, которую принесёт один пользователь за всё время взаимодействия с нашей компанией.

Вопрос 9. На чем основана модель Growth hacking?

Ответ: Growth hacking - методика, которая используется в стартапах для быстрого и эффективного роста бизнеса. Она основана на экспериментировании, анализе данных и поиске нестандартных решений для достижения целей.

Вопрос 10. В чем суть продуктовой концепции MVP?

Ответ: MVP (minimum viable product) - продукт, который имеет минимальный набор функций, необходимых для решения основной проблемы, которую он предназначен решать. Он создается с целью быстрого запуска на рынок, чтобы получить обратную связь от пользователей и узнать, нужен ли им такой продукт. MVP позволяет сократить время и затраты на разработку, а также снизить риски, связанные с неудачным запуском продукта.

Вопрос 11. Product-market fit называют ключевым фактором успеха стартапа. В чем его суть?

Ответ: Product-market fit - ключевой фактор успеха стартапа, который позволяет создать продукт, который соответствует потребностям рынка и обеспечивает высокую прибыльность компании.

Вопрос 12. Что такое Roadmap?

Ответ: Roadmap - инструмент для планирования и управления развитием продукта или компании в стартапе, который позволяет определить приоритеты, распределить ресурсы и отслеживать прогресс в достижении целей.

Вопрос 13. В чем суть итерации в ИТ-стартапах?

Ответ: в ИТ-стартапах есть два важнейших процесса — общаться с людьми и кодить (именно в этой последовательности). Соответственно, цикл из получения обратной связи от юзеров и затем коррекция какой-то части продукта и называется итерацией. Последовательно, маленькими шажочками мы создаём

продукт, который несёт ценность для людей.

Вопрос 14. Из каких элементов состоит инвест-дек?

Ответ: Инвест-дек (Invest Deck) – презентация в слайдах, которую стартап присылает инвестору для первичного ознакомления. Включает в себя суть идеи, проблему, которую решает стартап, оценку рынка, описание стратегии, команды, финансовую модель и запрос инвестору.

Вопрос 15. Что такое питч?

Ответ: Питч – краткая структурированная презентация проекта перед потенциальными инвесторами. Питч может проходить в индивидуальном формате, когда вы приходите в офис инвестора, а также в рамках питч-сессий и демо-дней, когда инвестор устраивает “смотрины” нескольких стартапов.

Вопрос 16. Из чего состоят HADI-циклы?

Ответ: HADI-циклы – метод тестирования гипотез, состоящий из четырех блоков: Гипотеза (Hypothes), Действие (Action), Данные (Data), Выводы (Insights).

Вопрос 17. Что значит Product-market fit и из чего состоит?

Ответ: Product-market fit — соответствие продукта рынку. Один из главных показателей успешности стартапа. Оценивается по трем составляющим: клиент (вы точно знаете, кому нужен ваш продукт), проблема (вы решаете конкретную проблему клиента) и решение (клиент готов платить за ваше решение проблемы).

Вопрос 18. В чем цель фандрайзинга?

Ответ: Фандрайзинг — это сбор денег и других ресурсов, предназначенных для поддержки социально-значимых проектов. Под другими ресурсами понимают услуги, товары, оборудование, информацию, контакты нужных людей.

Вопрос 19. Опишите основные этапы стартап-проекта.

Ответ: Pre-seed — стадия зарождения идеи, Seed (посевной этап), Alpha-версия — раннее развитие проекта, Beta-версия — проект с отработанной бизнес-моделью, растущим потоком клиентов и сформированной маркетинговой стратегией.

Вопрос 20. Что такое KPI?

Ответ: KPI — ключевые показатели эффективности. Помогают контролировать и оценивать эффективность работы компании, сотрудников и проч.

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 в конце семестра экзамена.

Обучающиеся, не получившие 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	под общей редакцией Е. М. Роговой	Управление проектами: учебник и практикум для вузов	Москва : Издательство Юрайт, 2023	https://www.biblio-online.ru/bcode/431784
ЛП.2	Зуб, А.	Управление проектами: учебник и практикум для вузов	Москва : Издательство Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/511087
ЛП.3	Алексеев, А. А.	Инновационный менеджмент: учебник и практикум для вузов	Юрайт, 2020	https://urait.ru/bcode/450544
ЛП.4	Тебекин, А. В.	Инновационный менеджмент: учебник для бакалавров	Юрайт, 2020	https://urait.ru/bcode/448053
ЛП.5	Л. П. Гончаренко, Б. Т. Кузнецов, Т. С. Булышева, В. М. Захарова	Инновационный менеджмент : учебник для вузов	Юрайт, 2020	https://urait.ru/bcode/450152
ЛП.6	Герцик, Ю. Г.	Инновационный менеджмент в медицинской промышленности / Ю. Г. Герцик, И. Н. Омельченко. :	Москва : Издательство МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2020	https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785703854402.html
ЛП.7	Боголюбов, В. С.	Туристско-рекреационное проектирование. Оценка инвестиций: учебник и практикум для вузов	Москва : Издательство Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/512992

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"		
	Название	Эл. адрес
Э1	Курс по дисциплине	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=11288
Э2	Фонд содействия инновациям	https://fasie.ru/programs/programma-studstartup/
Э3	Стартап-движение АлтГУ	https://www.asu.ru/science/patent/intelproperty/enterprise/
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

--

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

<p>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.</p> <p>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.</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, 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,</p>
--

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 и лабораторные занятия — 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. 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»

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-2023

Часов по учебному плану	180	Виды контроля по семестрам
в том числе:		экзамены: 3
аудиторные занятия	72	диф. зачеты: 2
самостоятельная работа	81	
контроль	27	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (2)		2 (3)		Итого	
	18		15,5			
Неделя	18		15,5			
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 26.06.2023 протокол № 4.

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.	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 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.	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	2	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.5, Л2.1
1.2.	Массовая информация как вид социальной информации.	Сам. работа	2	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.5, Л2.1
1.3.	Информационная повестка дня как способ политизации общества. Информационные войны	Лекции	2	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.5, Л2.1
1.4.	Информационная повестка дня как способ политизации общества. Информационные войны	Практические	2	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.5, Л2.1
1.5.	Информационная повестка дня как способ политизации общества. Информационные войны	Сам. работа	2	6	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.4, Л1.5, Л2.1
1.6.	СМИ в системе коммуникации	Лекции	2	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.4, Л1.5, Л2.1
1.7.	СМИ в системе коммуникации	Практические	2	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.5, Л2.1
1.8.	СМИ в системе коммуникации	Сам. работа	2	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.5, Л2.1
Раздел 2. Система жанров массовой информации						
2.1.	Классификация жанров СМИ. Источники и методы сбора информации	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, Л1.5, Л2.1
2.2.	Классификация жанров СМИ.	Сам. работа	2	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л1.5, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	Источники и методы сбора информации					
2.3.	Оперативно-новостные жанры. Виды новостей. Ньюсмейкеры.	Лекции	2	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л1.5, Л2.1
2.4.	Оперативно-новостные жанры	Практические	2	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.5, Л2.1
2.5.	Оперативно-новостные жанры	Сам. работа	2	8	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.5, Л2.1
2.6.	Оперативно-исследовательские жанры	Лекции	2	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.5, Л2.1
2.7.	Оперативно-исследовательские жанры: репортаж, интервью	Практические	2	8	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.5, Л2.1
2.8.	Оперативно-исследовательские жанры	Сам. работа	2	8	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.5, Л2.1
2.9.	Исследовательско-новостные, исследовательские, исследовательско-образные жанры	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, Л1.5, Л2.1
2.10.	Исследовательско-новостные, исследовательские, исследовательско-образные жанры	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, Л1.5, Л2.1
2.11.	Исследовательско-новостные, исследовательские, исследовательско-образные жанры	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, Л1.5, Л2.1
Раздел 3. Форматы и жанры новых медиа						
3.1.	Мультимедийность СМИ	Лекции	3	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л1.5, Л2.1, Л1.6
3.2.	Мультимедийные форматы	Лекции	3	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.5, Л2.1
3.3.	Мультимедийные форматы	Практические	3	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.5, Л2.1
3.4.	Мультимедийность СМИ. Мультимедийные форматы	Сам. работа	3	8	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л1.5, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
3.5.	Сторителлинг	Лекции	3	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.3, Л1.5, Л2.1, Л1.6, Л1.7
3.6.	Сторителлинг	Практические	3	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л1.5, Л2.1
3.7.	Сторителлинг	Сам. работа	3	10	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.5, Л2.1
3.8.	Лонгрид	Лекции	3	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.5, Л2.1
3.9.	Создание лонгрида	Практические	3	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.5, Л2.1
3.10.	Лонгрид	Сам. работа	3	10	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.5, Л2.1
Раздел 4. Виды СМИ						
4.1.	Печатные СМИ	Лекции	3	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.5, Л2.1
4.2.	печатные СМИ	Практические	3	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.5, Л2.1
4.3.	печатные СМИ	Сам. работа	3	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.5, Л2.1
4.4.	Телевизионные СМИ	Лекции	3	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.5, Л2.1
4.5.	Интерактивный семинар «Раскадровка»	Практические	3	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.5, Л2.1
4.6.	Интерактивный семинар «Раскадровка»	Сам. работа	3	6	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.5, Л2.1
4.7.	Радиовещание	Лекции	3	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.5, Л2.1
4.8.	Интерактивные презентации по радиостанциям	Практические	3	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.5, Л2.1
4.9.	Интерактивные презентации по радиостанциям	Сам. работа	3	5	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	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 ТиГМИ_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
ЛП.1	Шарков, Ф.И.	Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник	М. : Дашков и Ко, 2013	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=255819
ЛП.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
ЛП.3	Клюев, Ю.В.	Теория и практика массовой информации : учебное пособие	Директ-Медиа, 2015	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429884
ЛП.4	Романов, А.А.	Массовые коммуникации : учебно-практическое пособие	Евразийский открытый институт, 2010	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93162
ЛП.5	Киселёв, А.Г.	Теорияипрактикамассовойинформации: общество - СМИ - власть : учебник	Юнити-Дана, 2015	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436719
ЛП.6	Мансурова В. Д.	Социальные сети и СМИ: учеб. пособие	Барнаул: Изд-во АлтГУ, 2016	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/3356
ЛП.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 (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)
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;
106Л	помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Стеллажи – 3 шт. осциллограф, паяльная станция, источник тока, переносные ноутбуки
410Д	лаборатория информационных технологий - компьютерный класс кафедры теории и практики журналистики - учебная аудитория для проведения занятий лекционного	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;

Аудитория	Назначение	Оборудование
	типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	монитор: марка samsung модель 943T - 1 единица; мониторы: BenQ G950A/KM/ - 10 шт.; бесперебойник: UPS IPPon Black Power Pro 500 - 12 шт.; телевизор: LCD 46" Samsung LE-46S81B
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.

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 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-2023

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 26.06.2023 протокол № 4.

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 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	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 технологии 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) инициированность
- в) селективность
- г) доступность

ОТВЕТ: а,б,в.

Вопрос 2. Основные дифференциальные признаки PR-текста:

- а) публичность
- б) скрытое авторство
- в) инициированность
- 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 бэкграундеру

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-2023

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	20	16,5	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 26.06.2023 протокол № 4.

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 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)
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. Виральный 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 виральности, 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 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 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. медианоле
- б. индекс участия
- в. качество медианоля
- 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 завершенного 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 медиополя 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-2023

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):
Директор ООО ПРАЙМ СИБИРЬ, Дьячко В.П.

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 26.06.2023 протокол № 4.

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
доктор.соц.наук, профессор 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 *доктор.соц.наук, профессор 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						

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.1.	Понятие деловой репутации	Лекции	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.2.	Понятие деловой репутации	Практические	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.3.	Понятие деловой репутации	Сам. работа	6	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.4.	Понятие цифровой репутации	Лекции	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.5.	Понятие цифровой репутации	Практические	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.6.	Понятие цифровой репутации	Сам. работа	6	4	ПК-4.1, ПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.7.	Параметры деловой репутации	Лекции	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.8.	Параметры деловой репутации	Практические	6	4	ПК-4.1, ПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.9.	Параметры деловой репутации	Сам. работа	6	4	ПК-4.1, ПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.10.	Создание информационной основы репутации	Лекции	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.11.	Создание информационной основы репутации	Практические	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.12.	Создание информационной основы репутации	Сам. работа	6	4	ПК-4.1, ПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.13.	Технология проведения репутационного аудита	Лекции	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.14.	Технология проведения репутационного аудита	Практические	6	4	ПК-4.1, ПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.15.	Технология проведения репутационного аудита	Сам. работа	6	5	ПК-4.1, ПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.16.	Технологии управления деловой репутацией компании	Лекции	6	4	ПК-4.1, ПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.17.	Технологии управления деловой репутацией компании	Практические	6	4	ПК-4.1, ПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.18.	Технологии управления деловой репутацией компании	Сам. работа	6	6	ПК-4.1, ПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.19.	Технологии управления деловой репутацией руководителя	Лекции	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.20.	Технологии управления деловой репутацией руководителя	Практические	6	4	ПК-4.1, ПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.21.	Технологии управления деловой репутацией руководителя	Сам. работа	6	6	ПК-4.1, ПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.22.	Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации	Лекции	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.23.	Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации	Практические	6	2	ПК-4.1, ПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.24.	Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации	Сам. работа	6	6	ПК-4.1, ПК-4.2	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/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.)

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. 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.
31. Управление репутацией: цель, задачи, принципы
32. Репутационный менеджмент. Роль и значение репутации. Составляющие репутации. Репутация и имидж, репутация и узнаваемость, репутация и известность.
33. Учет политических, экономических, социальных, национально-культурных, демографических особенностей среды формирования репутации.
34. Корпоративный имидж. Миссия компании. Экологические аспекты имиджа.
35. Репутация как нематериальный актив. Технологии создания репутации.
36. Работа со СМИ, организация специальных мероприятий, спонсорство, благотворительность, лоббирование.
37. Взаимоотношения с властными и общественными структурами.
38. Управление репутацией. Защита репутации. Специфика построения репутации первого лица компании, города, региона, страны.
39. Оценка эффективности реализации программ и мероприятий.
40. Имидж: понятие, функции, основные приемы
41. Что из себя представляет методика 5W?
42. Что такое сетевая аудитория? Перечислите способы ее формирования.
43. Опишите основные нормы европейской этической культуры.
44. Опишите не менее 4х барьеров в деловой коммуникации и способы их устранения.
45. Опишите 5 основных принципов делового общения.
46. Способы формирования делового имиджа (перечислить не менее 4х).
47. Перечислите 3 основных стиля руководства, выделите их особенности, роли руководителя и подчиненного.
48. Что представляет собой деловая этика. Ее функции и задачи.

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	Чумиков, А. Н.	Связи с общественностью и медиакоммуникации : учебное пособие для вузов : Высшее образование	Москва : Издательство Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/520599
Л1.2	Тулчинский Г.Л.	Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом: учебное пособие для вузов: Высшее образование	Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/510076
Л1.3	Семенова Л.М.	Профессиональный имиджбилдинг на рынке труда: учебник и практикум для вузов : Высшее образование	Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/517497
Л1.4	Коротков Э.М.	Корпоративная социальная ответственность: учебник и практикум для вузов: Высшее образование	Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/510877
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Чернов А.В.	Профессиональные творческие студии: учебное пособие для вузов : Высшее образование	Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/518270
Л2.2	Зельдович Б.З.	Медиаменеджмент: учебник для вузов : Высшее образование	Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/518357
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				
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)				

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
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.

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 России 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	4 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2023

Часов по учебному плану	144	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	1
аудиторные занятия	96		
самостоятельная работа	1		
индивидуальные консультации	20		
контроль	27		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		Итого	
	Неделя 16			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	64	64	64	64
Практические	32	32	32	32
Сам. работа	1	1	1	1
Консультации	20	20	20	20
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	144	144	144	144

Программу составил(и):

канд.ист.наук, доцент, Колокольцева Н.Ю.; канд.ист.наук, доцент, Пожарская К.А.; канд.ист.наук, доцент, Валькова К.В.; канд.ист.наук, ст.пр., Гряникова Г.А.

Рецензент(ы):

д-р ист. наук, проф., Демчик Е.В.

Рабочая программа дисциплины

История России

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 26.06.2023 протокол № 4.

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

Демчик Евгения Валентиновна

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 *Демчик Евгения Валентиновна*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	формирование у студентов общегражданской идентичности, основанной на понимании исторического опыта строительства российской государственности на всех его этапах, понимании того, что на всем протяжении российской истории сильная центральная власть имела важнейшее значение для построения и сохранения единого культурно-исторического пространства национальной государственности.
------	--

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-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	1.основные исторические этапы развития общества; основные тенденции отечественной истории в контексте мировой истории с древнейших времен по настоящее время; 2.основные даты, участников и результаты важнейших исторических событий; 3.место и роль России в истории человечества и в современном мире; наиболее существенные связи и признаки исторических явлений и процессов.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	1.учитывать ценности мировой и российской культуры для развития навыков межкультурного диалога; 2.использовать знание и понимание проблем человека в современном мире; 3.ориентироваться в мировом историческом процессе, анализировать процессы и явления, происходящие в обществе; соотносить их с исторически возникшими мировоззренческими системами; 4.определять собственную позицию по отношению к окружающей реальности, осознавать самобытность российской истории и ее непосредственную взаимосвязь с различными этическими, религиозными и ценностными системами, сообществами.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	1.навыками определять и аргументировано представлять собственное отношение к дискуссионным проблемам истории; опираясь на знание мировой и российской истории, социокультурных традиций России и мира; 2.навыками оценочной деятельности (умения определять и обосновывать свое отношение к историческим и современным событиям, их участникам; 3.приемами исторического описания (рассказа о событиях, процессах, явлениях) и объяснения (раскрытие причин и следствий событий, выявление в них общего и различного, определение их характера, классификация и др.).

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. ИСТОРИЯ В СИСТЕМЕ СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫХ НАУК						

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.1.	Российская история как часть мировой истории	Лекции	1	2	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л2.6, Л1.3, Л2.4, Л1.5, Л3.1
Раздел 2. НАРОДЫ И ГОСУДАРСТВА НА ТЕРРИТОРИИ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ В ДРЕВНОСТИ. РУСЬ В IX – ПЕРВОЙ ТРЕТИ XIII вв.						
2.1.	Истоки и основные типы цивилизации в древности	Лекции	1	2	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л2.6, Л1.3, Л2.4, Л1.5, Л3.1, Л1.7
2.2.	Происхождение и ранняя история восточных славян с древнейших времен до образования Древнерусского государства	Лекции	1	2	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л2.6, Л1.3, Л2.4, Л1.5, Л3.1
2.3.	Происхождение и ранняя история восточных славян с древнейших времен до образования Древнерусского государства	Консультации	1	1	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л2.6, Л1.3, Л2.4, Л1.5, Л3.1
2.4.	Древнерусское общество	Практические	1	2	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л2.6, Л1.3, Л2.4, Л1.5, Л3.1
2.5.	Крещение Руси	Практические	1	2	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л2.6, Л1.3, Л2.4, Л1.5, Л3.1
2.6.	Образование государства Русь и особенности его развития до нач. XIII в.	Лекции	1	2	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л2.6, Л1.3, Л2.4, Л1.5, Л3.1
2.7.	Образование государства Русь и особенности его развития до нач. XIII в.	Консультации	1	1	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л2.6, Л1.3, Л2.4, Л1.5, Л3.1
Раздел 3. РУСЬ В XIII–XV вв.						
3.1.	Политической раздробленность во всемирной и отечественной истории	Лекции	1	2	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л2.6, Л1.3, Л2.4, Л1.5, Л3.1
3.2.	Политической раздробленность во всемирной и	Консультации	1	1	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л2.6,

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	отечественной истории					Л1.3, Л2.4, Л1.5, Л3.1
3.3.	Внешняя агрессия на Русь в XIII в.	Практические	1	2	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л2.6, Л1.3, Л2.4, Л1.5, Л3.1
3.4.	Причины и предпосылки объединения русских земель (XIII-XIV вв.)	Лекции	1	4	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л2.6, Л1.3, Л2.4, Л1.5, Л3.1, Л1.6
3.5.	Причины и предпосылки объединения русских земель (XIII-XIV вв.)	Консультации	1	1	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л2.6, Л1.3, Л2.4, Л1.5, Л3.1
3.6.	Московское государство в XV в.	Лекции	1	2	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л2.6, Л1.3, Л2.4, Л1.5, Л3.1
3.7.	Московское государство в XV в.	Консультации	1	1	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л2.6, Л1.3, Л2.4, Л1.5, Л3.1
Раздел 4. РОССИЯ В XVI–XVII вв.						
4.1.	Россия и мир к началу эпохи Нового времени. Завершение объединения русских земель.	Лекции	1	2	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л2.6, Л1.3, Л2.4, Л1.5, Л3.1
4.2.	Россия и мир в к. XVI-XVII вв.	Лекции	1	4	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л2.6, Л1.3, Л2.4, Л1.5, Л3.1
4.3.	Россия и мир в к. XVI-XVII вв.	Консультации	1	1	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л2.6, Л1.3, Л2.4, Л1.5, Л3.1
4.4.	Правление Ивана IV, опричнина.	Практические	1	2	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л2.6, Л1.3, Л2.4, Л1.5, Л3.1
4.5.	Смутное время в России конец XVI — начало XVII вв.	Практические	1	2	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л2.6, Л1.3, Л2.4, Л1.5, Л3.1
Раздел 5. РОССИЯ В XVIII в.						
5.1.	Россия в эпоху преобразований Петра I	Лекции	1	2	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.4, Л1.5, Л3.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
5.2.	Россия в эпоху преобразований Петра I	Консультации	1	1	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.4, Л1.5, Л3.1
5.3.	Россия в первой четверти XVIII в. Правление Петра I.	Практические	1	2	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.4, Л1.5, Л3.1
5.4.	Эпоха «дворцовых переворотов». 1725–1762 гг. Эпоха Екатерины II	Лекции	1	4	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.4, Л1.5, Л3.1
5.5.	Эпоха «дворцовых переворотов». 1725–1762 гг. Эпоха Екатерины II	Консультации	1	1	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.4, Л1.5, Л3.1
5.6.	Эпоха дворцовых переворотов.	Практические	1	2	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.4, Л1.5, Л3.1
Раздел 6. РОССИЙСКАЯ ИМПЕРИЯ в XIX – начале XX вв.						
6.1.	Основные тенденции развития всемирной истории в XIX в.	Лекции	1	2	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.4, Л1.5, Л3.1
6.2.	Российская империя в XIX веке.	Лекции	1	8	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.4, Л1.5, Л3.1
6.3.	Российская империя в XIX веке.	Консультации	1	2	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.4, Л1.5, Л3.1
6.4.	Декабристы.	Практические	1	2	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.4, Л1.5, Л3.1
6.5.	Образование и культура Российской империи в XIX в.	Практические	1	2	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.4, Л1.5, Л3.1
6.6.	Эпоха «Великих реформ» Александра II.	Практические	1	2	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.4, Л1.5, Л3.1
6.7.	Российская империя и мир в 1900–1914 гг.	Лекции	1	4	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л1.5, Л3.1, Л1.6
6.8.	Российская империя и мир в 1900–1914 гг.	Консультации	1	2	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л1.5, Л3.1, Л1.6

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
6.9.	Столыпинская аграрная реформа.	Практические	1	2	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л1.5, Л3.1, Л1.6
6.10.	Великая Российская революция. Семинар — презентация.	Практические	1	2	УК-1, УК-5	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.5, Л1.5, Л3.1, Л1.6, Л1.7
Раздел 7. РОССИЯ И СССР В СОВЕТСКУЮ ЭПОХУ (1917–1991 гг.)						
7.1.	Актуальные вопросы развития России и СССР в 1917-1945 гг.	Лекции	1	6	УК-1, УК-5	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.5, Л2.3, Л1.5, Л3.1, Л1.6, Л1.7
7.2.	Актуальные вопросы развития России и СССР в 1917-1945 гг.	Консультации	1	2	УК-1, УК-5	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.5, Л2.3, Л1.5, Л3.1, Л1.6, Л1.7
7.3.	Советская экономическая политика в 1920 — 1930-х гг.	Практические	1	2	УК-1, УК-5	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.5, Л1.5, Л3.1, Л1.6, Л1.7
7.4.	Великая Отечественная война.	Практические	1	2	УК-1, УК-5	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.5, Л1.5, Л3.1, Л1.6, Л1.7
7.5.	Актуальные вопросы развития СССР в 1946 – 1991 гг.	Лекции	1	8	УК-1, УК-5	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.5, Л2.3, Л1.5, Л3.1, Л1.6, Л1.7
7.6.	Актуальные вопросы развития СССР в 1946 – 1991 гг.	Консультации	1	2	УК-1, УК-5	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.5, Л2.3, Л1.5, Л3.1, Л1.6, Л1.7
7.7.	Социально — экономическая политика в СССР в 1953 — 1985 гг.	Практические	1	2	УК-1, УК-5	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.5, Л1.5, Л3.1, Л1.6, Л1.7
Раздел 8. СОВРЕМЕННАЯ РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ (1991–2022 гг.)						
8.1.	Россия в 1990-е гг.	Лекции	1	4	УК-1, УК-5	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л1.5, Л3.1, Л1.6, Л1.7

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
8.2.	Россия в 1990-е гг.	Консультации	1	2	УК-1, УК-5	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л1.5, Л3.1, Л1.6, Л1.7
8.3.	Российское общество в 1990-е — начале 2000-х гг.	Практические	1	2	УК-1, УК-5	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л1.5, Л3.1, Л1.6, Л1.7
8.4.	Россия в XXI в.	Лекции	1	4	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л1.5, Л3.1, Л1.6, Л1.7
8.5.	Россия в XXI в.	Консультации	1	2	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л1.5, Л3.1, Л1.6, Л1.7
8.6.	Россия в XXI в.	Сам. работа	1	1	УК-1, УК-5	Л1.4, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л1.5, Л3.1, 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

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 традиции 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 случае 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 подчиниться 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 произошел бунт в Астрахани, не имевший ни твердой организации, ни ясно сознанной 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. Казачье движение было очень серьезно и охватило обширный район: казаки штурмовали неудачно Азов и приближались к Тамбову. Направлялось неудовольствие казаков против той государственной опеки, которой с течением времени все более и более подпадали прежде вольные казачьи 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 заказ 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 развешивании 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 правителе 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 неизъяснимый вред нашей заграничной торговле. Англия снабжала нас произведениями мануфактурными, и колониальными за сырые произведения нашей почвы. Разрыв с Англиею, 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 бессловного 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) Миллюков;
- 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, примененных русским царем Иваном IV Грозным в 1565–1572 во внутренней политике для разгрома боярско-княжеской оппозиции и укрепления Русского централизованного государства, называлась _____

ОТВЕТ: опричнина

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 арсеналов».

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.

«Российское 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 1919 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	Сахаров, А.Н	История России с древнейших времен до наших дней : учебник : в 2-х т	Москва : Проспект, , 2015	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=251751
Л1.2	Зуев М.Н.	История России: Учебник и практикум	М. : Издательство Юрайт, 2017	https://biblio-online.ru/viewer/istoriya-rossii-412453#page/1
Л1.3	: В. А. Скубневский, Т. Н. Соболева	История России с древнейших времен до конца XIXв.: учеб. пособие: Учебное пособие	Барнаул : Изд-во АлтГУ, 2013.	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/445
Л1.4	Кириллов В.В.	История России: учеб. пособие	М.: Юрайт, 2011	
Л1.5	Сахаров, А. Н.	История России с древнейших времен до начала XXI века :	Москва : Директ-Медиа, 2014	
Л1.6	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
Л1.7	М. В. Ходяков	Новейшая история России (1914-2015) : учебник для академического бакалавриата	М. : Издательство Юрайт, 2017	www.biblio-online.ru/book/56297188-3E70-40D5-A674-45F8195DD11A
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	СПбГУ	Новейшая история России, 1914-2009: учеб. пособие	М.: Юрайт, 2010	
Л2.2	Под ред. А. Б. Безбородова и др.	Отечественная история новейшего времени: 1985 – 2008 гг.: :	М., 2009	
Л2.3	Загладин Н.В.	История успехов и неудач советской дипломатии. :	, М., 1990	
Л2.4	Пайпс Р.	Россия при старом режиме :	Захаров, М., 2012	
Л2.5	Н. Верт	История Советского государства: [учебник]	М.: Весь Мир, 2006	
Л2.6	под ред. Л. В. Милова	История России с древнейших времен до конца XVII века: учеб. пособие для вузов	Эксмо, 2009	
6.1.3. Дополнительные источники				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес

ЛЗ.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
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 платформе Цифровой университет АлтГУ	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=11208		
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
306aM	центр изучения реформ П.А. Столыпина - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 20 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска магнитно-маркерная; кафедра; шкаф с наглядными учебными пособиями - 2 шт.; стационарный проектор: марка Optoma, модель S331 DLP - 1 ед.; стационарный экран: марка Iprojecta - 1ед.; стационарные наглядные учебные пособия; плакаты; фото
314M	кабинет кафедры отечественной истории - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или)	Учебная мебель на 14 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска магнитно-маркерная; кафедра; принтер HP laserJet P2055d; МФУ Xerox 5825; МФУ

Аудитория	Назначение	Оборудование
	практических); групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Хerox copуcentre C118; учебно-наглядные пособия и литература; пакет карт по истории России

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Основу теоретического обучения студентов по дисциплине "История России" составляют лекции. Они представляют систематизированные знания студентам о наиболее сложных и актуальных проблемах изучаемой дисциплины.

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.

Подготовка к практическим занятиям состоит из 2 этапов:

1. организационный,
2. закрепление и углубление теоретических знаний.

Необходимо изучить рекомендованную литературу. 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 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.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Основы российской государственности рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра региональной экономики и управления
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-2023

Часов по учебному плану	72	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты:	1
аудиторные занятия	54		
самостоятельная работа	18		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		Итого	
	Неделя 16			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	18	18	18	18
Практические	36	36	36	36
Сам. работа	18	18	18	18
Итого	72	72	72	72

Программу составил(и):
к.э.н., Доцент, Капустян Л.А.

Рецензент(ы):
д.э.н., Заведующий кафедрой, Мищенко В.В.

Рабочая программа дисциплины
Основы российской государственности

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 26.06.2023 протокол № 4.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра региональной экономики и управления

Протокол от г. №
Срок действия программы: 2023-2027 уч. г.

Заведующий кафедрой
Мищенко Виталий Викторович

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 региональной экономики и управления

Протокол от г. №
Заведующий кафедрой *Мищенко Виталий Викторович*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	формирование у обучающихся системы знаний, навыков и компетенций, а также ценностей, правил и норм поведения, связанных с осознанием принадлежности к российскому обществу, развитием чувства патриотизма и гражданственности, формированием духовно-нравственного и культурного фундамента развитой и цельной личности, осознающей особенности исторического пути российского государства, самобытность его политической организации и сопряжение индивидуального достоинства и успеха с общественным прогрессом и политической стабильностью своей Родины.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.01

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	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-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.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	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.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Что такое Россия						
1.1.	Современная Россия: цифры и факты, достижения и герои	Лекции	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л2.1
1.2.	Многообразие российских регионов	Практические	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л2.1
1.3.	Испытания и победы России	Практические	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л2.1
1.4.	Герои страны, герои народа	Практические	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л2.1
1.5.	Современная Россия: цифры и факты, достижения и герои	Сам. работа	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л2.1
Раздел 2. Российское государство- цивилизация						
2.1.	Цивилизационный подход: возможности и ограничения	Лекции	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л2.1
2.2.	Философское осмысление России как цивилизации	Лекции	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л2.1
2.3.	Применимость и альтернативы цивилизационного подхода	Практические	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л2.1
2.4.	Российская цивилизация	Практические	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л2.1
2.5.	Российское государство- цивилизация	Сам. работа	1	4	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л2.1
Раздел 3. Российское мировоззрение и ценности российской цивилизации						
3.1.	Мировоззрение и идентичность	Лекции	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л2.1
3.2.	Мировоззренческие принципы (константы)	Лекции	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	российской цивилизации					Л2.2, Л1.4, Л2.1
3.3.	Ценностные вызовы современной политики	Практические	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л2.1
3.4.	Концепт мировоззрения в социальных науках	Практические	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л2.1
3.5.	Системная модель мировоззрения	Практические	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л2.1
3.6.	Ценности российской цивилизации	Практические	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л2.1
3.7.	Мировоззрение и государство	Практические	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л2.1
3.8.	Российское мировоззрение и ценности российской цивилизации	Сам. работа	1	4	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л2.1
Раздел 4. Политическое устройство России						
4.1.	Конституционные принципы и разделение властей	Лекции	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л2.1
4.2.	Стратегическое планирование: национальные проекты и государственные программы	Лекции	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л2.1
4.3.	Власть и легитимность в конституционном преломлении	Практические	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л2.1
4.4.	Уровни и ветви власти	Практические	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л2.1
4.5.	Планирование будущего: государственные стратегии и гражданское участие	Практические	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
4.6.	Политическое устройство России	Сам. работа	1	4	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л2.1
Раздел 5. Вызовы будущего и развитие страны						
5.1.	Актуальные вызовы и проблемы развития России	Лекции	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л2.1
5.2.	Сценарии развития российской цивилизации	Лекции	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л2.1
5.3.	Россия и глобальные вызовы	Практические	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л2.1
5.4.	Внутренние вызовы общественного развития	Практические	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л2.1
5.5.	Образы будущего России	Практические	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л2.1
5.6.	Ориентиры стратегического развития	Практические	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л2.1
5.7.	Сценарии развития российской цивилизации	Практические	1	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л2.1
5.8.	Вызовы будущего и развитие страны	Сам. работа	1	4	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л1.3, Л2.2, 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
<p>Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ»</p> <p>ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально- историческом, этическом и философском контекстах</p> <p>ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА</p> <p>Вопрос 1</p>

Действующая Конституция Российской Федерации была принята...

- А) ...в 2020 году
- Б) ... в 2000 году
- В) ...в 1993 году
- Г) ...в 1995 году

Вопрос 2

Этап «цветущей сложности» в цивилизационном развитии выделял...

- А) ...Константин Леонтьев
- Б) ... Арнольд Тойнби
- В) ...Уильям Макнил
- Г) ...Вадим Цымбурский

Вопрос 3

Какой (какие) из этих органов государственной власти РФ не входит (не входят) ни в одну из её ветвей?

- А) Счетная Палата
- Б) Федеральное агентство по делам молодежи
- В) Совет Федерации
- Г) Президент

Вопрос 4

«Система мероприятий и инструментов государственной политики, обеспечивающих в рамках реализации ключевых государственных функций достижение приоритетов и целей государственной политики в сфере социально-экономического развития и безопасности» - это...

- А) ...закон
- Б) ... государственный бюджет
- В) ...государственная программа
- Г) ...местное самоуправление

Правильные ответы

- 1 - в
- 2 - а
- 3 - а, г
- 4 - в

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

1. ВЛАСТЬ – это

способность и право осуществить свою волю и реализовать свое намерение в рамках отношений с другими людьми, на чем бы такая способность ни была основана.

2. ГОСУДАРСТВО – это

уникальный ансамбль общественных институтов, обладающий легальной, легитимной и публичной верховной властью над любыми другими общественными институтами и обеспечивающий устойчивое воспроизводство такого верховенства для достижения социально значимых целей.

3. ГОСУДАРСТВО-ЦИВИЛИЗАЦИЯ – это

исторически устойчивое и культурно преемственное сообщество, выработавшее собственную ценностную модель и обладающее значительным социально-политическим влиянием на мировую политику.

4. ГРАЖДАНСКИЙ МИР – это

бесконфликтное и основанное на сотрудничестве и

солидарности разрешение и преодоление социальных противоречий, стремление к консолидации общества, социальному компромиссу и консенсусу.

5 ДЕМОКРАТИЯ – это

следование принципу народовластия в организации общественно-политической жизни, основанное на представлениях о народе как единственном источнике власти, равенстве людей между собой, а также естественности прав и свобод человека, гарантируемых государством.

6. ДОВЕРИЕ – это

основанное на значимости социальной консолидации и политической солидарности представление о добровольном, сознательном и конструктивном идеале гражданской взаимопомощи, милосердия и подвижничества, добровольчества и бескорыстного человеколюбия.

7. КОММУНИТАРИЗМ (КОММУНИТАРНОСТЬ) – это

система культурноценностных представлений о социокультурной обусловленности человеческой личности и неразрывности индивидуального и общественного развития.

8. ЛЕГИТИМНОСТЬ – это

добровольное и свободное признание гражданами правильности решения, процесса принятия такого решения или системы, ответственной за процесс принятия решения.

9 ЛИЧНОСТЬ – это

самостоятельный и обладающий соответствующей степенью ответственности человек как субъект общественных отношений и социальных взаимодействий.

10 МИРОВОЗЗРЕНИЕ – это

система основополагающих для социальной идентичности человека схем и образов, включающих в себя познавательные, смысловые и эмоциональные компоненты восприятия в их неразрывном единстве.

11 МНОГОНАЦИОНАЛЬНЫЙ НАРОД – это

сообщество свободных равноправных граждан Российской Федерации различной этнической, религиозной,

социальной и иной принадлежности, обладающих гражданским самосознанием.

12. МНОГООБРАЗИЕ – это

основанное на историческом опыте межкультурного и межрелигиозного взаимодействия, сохранении и сбережении исторического и культурного наследия всех народов Российской Федерации представление о равных правах на общественное развитие и равном доступе к социальным и культурным ценностям, необходимым для достижения целей и решении задач общественного развития.

13. ПАТРИОТИЗМ – это

значимое чувство принадлежности и привязанности к истории России, ее передаваемых из поколения в поколение ценностям и культуре, готовность защищать, сохранять и преумножать достижения соотечественников, представление о неразрывной связи личностного развития и преуспевания всего российского общества.

14 ПРАВА И СВОБОДЫ ЧЕЛОВЕКА И ГРАЖДАНИНА – это

высшая ценность равных и неотъемлемых возможностей личностного развития, определяющая внимание к достоинству человека и гражданина, обязательности учета его интересов и создание условий для его самореализации.

15. РОССИЙСКИЙ СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ МИР – это

единство (пространственное, хозяйственное, социальное, политическое, духовное), созданное русским народом в сотворчестве с другими народами России.

16. РЕСПУБЛИКА – это

представление об обязательном характере избираемости, публичности и подотчетности органов государственной власти народу, а также ее ориентации на общественное благо и вовлечение граждан в процесс выявления и реализации общих интересов.

17 РУССКАЯ ЗЕМЛЯ – это

духовно-политический феномен, объединяющий многонациональный российский народ вокруг идеи общего дела по развитию

своей страны и общей культуры, освоению исторической территории России и защите ее традиционных духовно-нравственных ценностей.

18 СОГЛАСИЕ – это

базирующееся на принципе единства правового пространства, этнокультурного и языкового многообразия Российской Федерации представление о значимости сохранения и поддержания культурноценностной солидарности российского общества, особого характера ее духовного развития и добродетельного признания, принятия и терпимого отношения к различным особенностям этнической, религиозной, социальной и иной принадлежности.

19 СОЗИДАНИЕ – это

основанное на свойственных российской цивилизации идеалах свободы и первопрородчества представление о значимости творческого начала человеческой личности, уважительного отношения к трудовой деятельности и поддержки конструктивной деятельности во имя общественного блага.

20 СОЦИАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВО – это

направленность деятельности структур публичной власти на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие личности.

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 семестра зачета.

Обучающиеся, выполнившие в срок задания текущего контроля (в соответствии с технологической картой) 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	Орлов А.С., Георгиев В.А., Георгиева Н.Г., Сивохина Т.А.	История России: учебник	М.: Проспект, 2007	
Л1.2	Перевезенцев С.В.	Русский выбор. Очерки национального самосознания:	СПб.: Русский мир, 2007	
Л1.3	Голосов	сравнительная политология: 3-е изд., перераб. и доп.]	Изд-во ЕУСПб, 2001	
Л1.4	Замалеев А.Ф. - Отв. ред.	ИСТОРИЯ РУССКОЙ ФИЛОСОФИИ 2-е изд., испр. и доп. Учебник для академического бакалавриата: Гриф УМО ВО	М.:Издательство Юрайт, 2018	https://biblio-online.ru/book/8A55B73F-4148-4276-8EC4-4402014CDCD2
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Козырев М. С.	Принятие и исполнение государственных решений: Учебники и учебные пособия для ВУЗов	Директ-Медиа, 2015	http://biblioclub.ru/index.php?page=book_read&id=279325
Л2.2	Под ред. Малиновой О.Ю., Панова П.В., Патрушева С.В.	Современные институциональные исследования: состояние, проблемы, перспективы : Политическая наука. Вып. 3. Сб. научн. тр.	М.: М.; РАН, ИНИОН, РАПН. , 2009	
Л2.3	Хантингтон С.	Столкновение цивилизаций и мировой порядок. : учебное пособие	М.: АСТ, 2007.	
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Курс на Едином образовательном портале		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=11209	
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);

6.4. Перечень информационных справочных систем

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

Преподавание дисциплины «Основы российской государственности» должно быть ориентировано не столько на существующие компетентностные рамки образовательного стандарта или привычные образовательные технологии, сколько на глубокое и интерактивное погружение обучающихся в ключевые вопросы современных социальных наук, связанные с ценностно мировоззренческой составляющей общественного развития и государственной политики.

Одна из ключевых задач внедрения курса в образовательные программы высшего образования – инициировать создание полноценной научнообразовательной экосистемы, призванной поддерживать междисциплинарный диалог для обеспечения нового импульса к развитию российских общественных наук. Для создания подобного социального капитала должны быть сформированы механизмы свободной академической коммуникации, обеспечивающей, среди прочего, межпоколенческий диалог и доверие, а также воспроизводство общего для преподавателей и студентов культурного пространства.

При освоении программы дисциплины рекомендуется прибегать к интерактивным и диалоговым формам образовательного процесса, не оставлять острые вопросы без ответов. Целесообразно применять в преподавании не только подход «субъект – объект», но и «субъект – субъект», то есть шире использовать обсуждения, дискуссии, создавать пространство диалога. Традиционные и новые образовательные технологии позволяют «прошивать» и развивать, настраивать и перенастраивать систему коммуникации для максимальной включенности студентов в освоение материала. Надо быть готовым к сложным вопросам, давать на них честные ответы и приводить научные доводы. Общественные науки в целом и каждый преподаватель должны быть готовы к работе в новых меняющихся условиях.

Качество преподавания может и должно позитивно изменить пространство – и вуза, и региона, и страны в целом.

Важно при этом поддерживать и другие направления развития научнообразовательной экосистемы. Речь в данном случае идет, во-первых, о привлечении к преподаванию лидеров общественного мнения и практиков из рядов экспертного сообщества, а во-вторых, об активном стимулировании коммуникации внутри самой преподавательской среды. Обсуждение содержания и структуры дисциплины «Основы российской государственности» может стать отправной

точкой для обмена

образовательными технологиями, совершенствования используемой методологии, категориально-понятийного аппарата.

Предполагаемым средне- и долгосрочным результатом внедрения дисциплины «Основы российской государственности» в образовательные программы высшего образования, равно как и результатом действия упомянутой ранее научно-образовательной экосистемы, является качественное развитие существующих форм социализации и политической социализации обучающихся. При объективно присутствующей потребности страны в деятельных, ответственных, созидательных гражданах, поддерживающих не только порядок государственной системы, но и практики гражданского согласия и общественной консолидации, в преподавании

«Основ российской государственности» важны не только формальные показатели успешного освоения программы, указывающие на эрудицию и мнемонические навыки. Ценностный ракурс обсуждения большей части разделов дисциплины повышает значимость творческого подхода к работе с обучающимися, а также развитию у них критического мышления и коммуникативных навыков. Для этого в преподавании дисциплины, помимо классических решений по организации лекционных и практических занятий,

необходимо активно обращаться к форматам модерлируемых дискуссий, дебатов, открытых обсуждений проблемных вопросов и самостоятельной проектной работы студентов, посвященной основам российской государственности, цивилизационному развитию, ценностным и мировоззренческим проблемам.

Изучение российской государственности раскрывает историю и культуру, ценности и традиции, отмечает успехи, достижения, но не замалчивает ни трудности, ни ошибки. В рамках изучения дисциплины важно обращать внимание на исторические примеры. Вероятно, не только история России, но и история региона, города, семьи подскажет необходимые и значимые для образовательного процесса примеры.

Модальность (смысловое содержание, основной коммуникативный аспект, отношение авторов к объекту исследования – государственности) данного УМК состоит в том, что наша российская государственность – данность, она нужна нам. Мы такие и не можем быть другими. Не отстающие, не догоняющие, самодостаточные! В рамках изучения данной дисциплины и в дальнейшем надо ответить на главный вопрос: ЧТО НУЖНО ДЛЯ ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ И ПРОЦВЕТАНИЯ СТРАНЫ?

В рамках преподавания дисциплины, наряду с классическими образовательными методиками, предполагающими обращение к таким формам работы, как лекции, семинары и коллоквиумы, возможно использовать и следующие образовательные технологии:

- обращение к мультимедийному образовательному portalу «ДНК России»;
- открытые лекции, проблемные лекции и публичные дискуссии по разделам дисциплины и отдельным тематическим рубрикам её содержания;
- проведение сопроводительных научных конференций и олимпиад, связанных с тематикой дисциплины;
- прикладные мастер-классы для совершенствования конкретных и специализированных навыков, в т.ч. в области политической грамотности, развития коммуникативных способностей, овладения переговорными техниками и пр.;
- деловые игры, работа с кейсами (кейс-стади) и техники сценарного моделирования;
- квесты, квизы, иные формы интерактивной работы по принципу викторины и интеллектуального конкурса;
- студенческие дебаты, «печа-куча»;
- анализ литературы и правовых актов, работа с источниками;
- доклады, «мозговой штурм» и проектная деятельность студентов;
- иммерсивные и интерактивные мероприятия, в т.ч. за пределами образовательных учреждений и организаций, - при содействии институтов культуры, просвещения, науки и образования;
- просмотр актуальных обучающих и художественных видеоматериалов, в т.ч. специально спроектированных для преподавательских целей квалифицированными профессионалами в области социального знания.

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-2023

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты:	4
аудиторные занятия	36		
самостоятельная работа	72		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (4)		Итого	
	Неделя 20			
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.ф.н., Доцент, А.В. Бутина

Рецензент(ы):
д.филос.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 26.06.2023 протокол № 4.

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

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	4	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, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, 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	4	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, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, 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	4	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, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, 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	4	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, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, 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	4	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, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, 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	4	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, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, 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	4	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, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, 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	4	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, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, 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	4	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, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, 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	4	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, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, Л1.3, Л1.4
2.3.	Исторические предпосылки возникновения новых методов познания.	Лекции	4	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2,	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, 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	4	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, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, 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	4	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, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, 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	4	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, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, 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	4	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, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, Л1.3, Л1.4
2.8.	<p>Общая характеристика философии Просвещения. Социально-</p>	Сам. работа	4	8	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2,	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, 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	4	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4, УК-1.1, УК-1.2,	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, 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	4	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	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, 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	4	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, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, 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	4	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, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, Л1.3, Л1.4
3.5.	Феноменология М. Хайдеггера. Критика классической метафизики и принципы экзистенциально-феноменологического анализа. Переход от	Лекции	4	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, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	<p>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».</p>					
3.6.	<p>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».</p>	Сам. работа	4	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, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, Л1.3, Л1.4
3.7.	<p>Социокультурные предпосылки и философские основания неклассической философии, а также ее основные особенности. Научная революция</p>	Лекции	4	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, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, 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	4	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, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, 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	4	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, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, 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	4	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, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, Л1.3, Л1.4
3.11.	Человек абсурдный в работе А. Камю «Бунтующий человек». Основные определения абсурда. Формы проявления чувства абсурда. Основные	Практические	4	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, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, 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	4	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, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, 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	4	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, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, 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	4	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, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, 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	4	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, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, 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	4	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, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, 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	4	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, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, 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	4	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, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, 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	4	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, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, 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	4	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, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.3, Л2.4, 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. Боэций;
 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	Бессонов Б.Н.	История философии: Учебное пособие	М : Издательство Юрайт, 2018	http://www.biblio-online.ru/book/DD2FBCA9-239B-42C9-AC53-9C9CEAD9941C?
Л2.2	Лебедев С.А.	Философия науки : Учебное пособие	М.:ЮРАЙТ, 2018	www.biblio-online.ru/book/96CAA82F-C430-46E9-B517-257F5DA6567A.
Л2.3	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
Л2.4	Гриненко, Г. В.	История философии в 2 ч. Часть 2. : учебник для академического бакалавриата	М. : Издательство Юрайт, , 2018	https://urait.ru/bcode/470524
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	4 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2023

Часов по учебному плану	144	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	2
аудиторные занятия	60		
самостоятельная работа	57		
контроль	27		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (2)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	32	32	32	32
Практические	28	28	28	28
Сам. работа	57	57	57	57
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	144	144	144	144

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 26.06.2023 протокол № 4.

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	4		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	4		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	4		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	4		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	4		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	4		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	4		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	5		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.16.	Человек и его взаимоотношения с государством	Лекции	2	2		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	2		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	2		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	2		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	2		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	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
4.4.	Человек и власть государства	Лекции	2	0		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	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
4.7.	Реализация экономической политики	Лекции	2	2		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	2		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	0		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
5.3.	Человек как личность: формирование и самореализация	Сам. работа	2	2		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	0		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
5.6.	Место и роль культуры в развитии человека	Сам. работа	2	4		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	0		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
5.8.	Общество и взаимоотношения человека с ним	Практические	2	0		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
5.9.	Общество и взаимоотношения человека с ним	Сам. работа	2	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

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 приобретает (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»

Профессиональная этика журналиста 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	3 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2023

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
Лекции	16	16	16	16
Практические	20	20	20	20
Сам. работа	72	47	72	47
Итого	108	83	108	83

Программу составил(и):
д.ф.н., профессор, Фотиева И.В.

Рецензент(ы):
д.ф.н., профессор, Семилет Т.А.

Рабочая программа дисциплины
Профессиональная этика журналиста

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 26.06.2023 протокол № 4.

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.	Целями освоения учебной дисциплины «Профессиональная этика журналиста» являются формирование углубленных базовых представлений о специфике основных профессионально-этических проблемам журналистики, их причинах и методах решения, а также формирование практических навыков морального действия (морального выбора, моральной оценки и т.д.) в журналистской профессии. Под профессиональной этикой журналиста в данном курсе понимается совокупность ценностей, норм и правил, включенных в состав основных регуляторов профессиональной деятельности журналиста.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.01.ДВ.01

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
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 си стемного подхода как научной и фи лософской 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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	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-5.2. Осуществляет профессиональные журналистские действия с учетом 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. 1.Профессиональная этика в общей системе этических представлений						
1.1.	Мораль в системе социокультурных регулятивов	Лекции	3	1	УК-1.1	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.2.	Этические аспекты функционирования журналистики как социального института	Лекции	3	1	УК-1.1	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.3.	Анализ одной из выбранных этических концепций	Практические	3	2	УК-1.1	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.4.	Основные функции морали	Сам. работа	3	6	УК-1.1	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.5.	Отношения между СМИ и властью	Сам. работа	3	6	УК-1.1	
Раздел 2. 2. Принципы и нормы журналистской этики						
2.1.	Принцип свободы/независимости СМИ	Лекции	3	1	УК-1.1	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.2.	Принципы объективности информации, защиты прав личности; принцип гуманизма	Лекции	3	1	УК-1.1	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.3.	Базовые профессионально-этические нормы журналистики	Лекции	3	2	УК-1.1	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.4.	Международные журналистские организации, занимающиеся профессионально-этическими проблемами	Практические	3	2	УК-1.1	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.5.	Общинная журналистика (коммунитарная журналистика, комьюнити-журналистика): базовые принципы	Практические	3	2	УК-1.1	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.6.	Профессиональная мораль и профессиональная этика	Сам. работа	3	4	УК-1.1	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.7.	Роль СМИ в жизни современного общества	Сам. работа	3	6	УК-1.1	
Раздел 3. 3. Традиционные и новые моральные проблемы профессии журналиста						
3.1.	Традиционные проблемы журналистской этики	Лекции	3	1	УК-1.1	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
3.2.	Новые проблемы журналистской этики. Информационная этика	Лекции	3	1	УК-1.1	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.3.	Анализ журналистского материала на «острую» тему с позиции профессиональной этики	Практические	3	2	УК-1.1	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.4.	Политкорректность в журналистских текстах	Практические	3	2	УК-1.1	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.5.	Журналист – источник информации: профессионально-этические нормы	Сам. работа	3	6	УК-1.1	
3.6.	Проблема корпоративной культуры журналистики	Сам. работа	3	4	УК-1.1	
Раздел 4. 4. Саморегулирование журналистского сообщества						
4.1.	“Fake news”: причины распространения, формы, методы борьбы	Лекции	3	2	УК-1.1	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
4.2.	«Постправда» как проявление дисфункций медиакоммуникации	Лекции	3	2	УК-1.1	
4.3.	Новые модели журналистики и их профессионально-этические аспекты	Лекции	3	2	УК-1.1	
4.4.	Основные формы саморегулирования журналистского сообщества	Лекции	3	2	УК-1.1	
4.5.	Виды советов СМИ в одной из выбранных стран:	Практические	3	2	УК-1.1	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
4.6.	Сравнительный анализ одного из международных и одного из российских профессионально-этических кодексов.	Практические	3	4	УК-1.1	
4.7.	Анализ одного из выпусков выбранной теледискуссии, выявление манипулятивных (некорректных) приемов.	Практические	3	2	УК-1.1	
4.8.	Интернет-этика, «нэтикет». Фактчекинг, примеры его применения.	Практические	3	2	УК-1.1	
4.9.	Проблема нарушения частной сферы в журналистских материалах	Сам. работа	3	9	УК-1.1	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
4.10.	Саморегулирование журналистского сообщества в России	Сам. работа	3	6	УК-1.1	

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-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

Примеры заданий закрытого типа:

Вопрос 1. Как осуществляется отбор информации журналистом:

- а) по желанию журналиста
- б) по указанию редактора
- в) с учетом задания и профессионально-этических норм

Ответ: в

Вопрос 2. Что представляет собой источник информации:

- а) человек
- б) предметно-вещественная среда
- в) документ
- г) все ответы верны

Ответ: г

Вопрос 3. В чем реализуется творческая индивидуальность журналиста:

- а) в свободе самовыражения
- б) в языке и стиле
- в) в умении мыслить и делать аргументированные выводы
- г) все ответы верны

Ответ: г

Вопрос 4. Блип-формат это:

- а) усиление визуализации
- б) то же, что мультимедийность
- в) тяготение к краткости и отрывочности

Ответ: в

Вопрос 5. Каковы задачи корпоративных СМИ:

- а) сплочение и укрепление коллектива
- б) укрепление имиджа организации
- в) укрепление связи организации с клиентами
- г) все ответы верны

Ответ: г

Вопрос 6. Вопросы в интервью, которые служат для плавного изменения направления беседы, для перевода разговора на новую или упоминавшуюся вскользь тему:

- а) скользкие
- б) уходящие
- в) переходные

Ответ: в

Вопрос 7. Одна из основных черт (признак) массовой информации:

- а) доступность
- б) элитарность
- а) закрытость

Ответ: а

Вопрос 8. Первый этап работы над журналистским произведением:

- а) сбор информации
- б) выбор темы
- в) проверка информации

Ответ: б

Вопрос 9. Метатекст – это:

- а) образцовый текст какого-либо жанра
- б) текст о тексте
- в) то же, что и терминология

Ответ: б

Вопрос 10. Журналистику называют «четвертой властью»

- а) совершенно справедливо, так как она непосредственно включена в процессы управления в обществе
- б) лишь метафорически
- в) отчасти справедливо, так как она является промежуточным звеном между обществом и властью и, следовательно, вовлечена в процессы управления

Ответ: в

Вопрос 11. Отношения между журналистикой и властью:

- а) носят неразрешимо антагонистический характер, поэтому СМИ всегда должны вставать в оппозицию к власти
- б) неизбежно сводятся к подчинению властями сферы СМИ, против чего бесполезно бороться
- в) включают «вечные» противоречия, которые при твердой и согласованной позиции журналистского сообщества могут быть удержаны в разумных пределах

Ответ: в

Вопрос 12. Наиболее значимой функцией СМИ является:

- а) развлекательная
- б) информационная
- в) культурологическая

Ответ: б

Вопрос 13. Манипуляция сознанием это:

- а) жесткое утверждение какого-либо тезиса
- б) изменение отдельных взглядов или картины мира реципиента в результате информационного воздействия
- в) неявное внедрение установок, выгодных источнику воздействия, но нежелательных для реципиента

Ответ: в

Вопрос 14. СМИ считается таковым, если территориально зона его регулярного действия распространяется до международных масштабов:

- а) федеральное
- б) транснациональное +
- в) региональное

Ответ: б

Вопрос 15. Какие понятия являются общими для журналистской этики и права?

- а) демократия и правопорядок
- б) обязанность и долг
- в) идейность и принципиальность
- г) коллективизм и эгоизм

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.

Примеры заданий открытого типа:

1. В чем состоит суть пропагандистской функции журналистики?

Ответ: постоянное целенаправленное воздействие на аудиторию с целью утверждения определенных идей, мнений и ценностей.

2. Что означает понятие «инвестиционная журналистика»?

Ответ: Современный вид журналистики, благодаря которому аудитория, свидетели каких-либо событий, могут вносить вклад в медиапространство

3. Кто автор высказывания: «Свобода может заключаться лишь в том, чтобы иметь возможность делать то, чего должно хотеть, и не быть принуждаемым делать то, чего не должно хотеть»?

Ответ: Шарль Монтескье

4. Какая этическая категория лежит в основе высказывания «Все равны перед законом и судом»?

Ответ: Категория справедливости

5. Как назывались первые общественные структуры, созданные для осуществления этического контроля в сфере журналистики?

Ответ: Советы прессы

6. Комплексная проверка информации на правдивость, точность и достоверность называется

Ответ: фактчекинг

7. Перечислите основные функции журналистики.

Ответ: информационная, коммуникативная, организаторская, рекреативная.

8. Защита от диффамации и клеветы это не только этическая, но и _____ норма.

Ответ: правовая

9. Что такое политкорректность?

Ответ: Практика запрета на употребление слов и выражений, считающихся оскорбительными для общественных групп, выделяемых по признаку расы, пола, возраста, вероисповедания, сексуальной ориентации и т. п.

10. Свод правил и норм, принятых тем или иным журналистским сообществом и регулирующий профессиональное поведение – это _____

Ответ: профессионально-этический кодекс

11. Когда и кем была принята «Декларация ЮНЕСКО об основных принципах, касающихся вклада органов информации в дело укрепления мира и международного взаимопонимания, прав человека, борьбы против расизма, апартеида и подстрекательства к войне» ?

Ответ: Декларация была принята в 1978 г. Генеральной Конференцией ЮНЕСКО на ее двадцатой сессии

12. Как назывался основной международный профессионально-этический документ в сфере журналистики? Когда и где он был принят?

Ответ: «Международные принципы журналистской этики», принят в 1983 году на Четвертой консультативной встрече журналистов в 1983 году в Париже и Праге.

13. Что означает термин «нетикет»?

Ответ: это термин, появившийся в середине 80-х годов XX века и означающий правила поведения, общения в Сети, традиции и культура интернет-сообщества, которых придерживаются большинство.

14. _____ - это качество личности, принимающей на себя социальные обязательства в соответствии со своим местом в системе общественных отношений

Ответ: ответственность

15. Что означает термин «фейк»? «_____»

Ответ: фальшивое (недостоверное) сообщение, дезинформации в медиапространстве.

16. _____ – это факты и логические конструкции, при помощи которых автор аналитического

материала обосновывает свое мнение.

Ответ: аргументы

17. Что такое лид?

Ответ: это первый абзац статьи, расположенный под заголовком (хэдлином) и выделенный шрифтовыми средствами или пробелом от основного текста

18. Жанры публицистики, в которых анализ является главным методом: корреспонденция, статья, комментарий, рецензия и др. – это _____ жанры .

Ответ: аналитические

19. Заголовок на всю ширину газеты/журнала, «шапка» называется _____

Ответ: баннер

20. Часть электронного (гипертекстового) документа, ссылающаяся на другой элемент, это _____

Ответ: гиперссылка

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 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

1. Что такое «отклоняющееся поведение» прессы:

- а) открытое противопоставление, враждебность;
- б) обеспечение перспектив развития общности;
- в) несоответствие ожиданиям, нормам и стандартам.

Ответ: в

2. Что оправдывает вмешательство в частную жизнь человека при журналистском расследовании?

- а) защита интересов общества
- б) защита интересов человека
- в) защита международных интересов

Ответ: а

3. В чем суть публицистики:

- а) тип творческой деятельности, когда публично выражается мнение на основании опыта личности;
- б) репродуктивная деятельность по обработке информационных потоков;
- в) информационный обмен специфицированной информацией.

Ответ: а

11. Культурный код - это:

- а) набор социальных практик
- б) набор стереотипов, свойственных данной культуре
- в) набор культурных ценностей и смыслов, поведенческих форматов и знаний

Ответ: в

12. Термин консенсус означает:

- а) полное совпадение мнений
- б) взаимное уважение

в) достижение договоренности в результате взаимных уступок

Ответ: в

6. Что такое культурные нормы?

а) законы и стандарты социального бытия людей

б) процесс обозначения мира понятий и вещей

г) то же, что и нормы этикета

Ответ: а

7. Что включает в себя культура?

а) единство материального и духовного фактора+

б) материальный фактор

в) духовный фактор

Ответ: а

8. Что является ключевым понятием семиотического определения культуры?

а) орудие

б) текст

в) ценность

Ответ: б

9. В современном мире наблюдается процесс, противоположный по смыслу глобализации культуры, а именно:

а) ассимиляции,

б) интеграции,

в) этнизации

Ответ: в

10. Соотнесение человеком себя с определенной культурой – это ...

а) культурное устройство,

б) культурная самоидентификация

в) коллективизм,

Ответ: б

11. В основу культурной компетентности журналиста не входит:

а) владение языками, кодами культуры,

б) освоение национального культурного наследия,

в) знание семиотики культур

г) владение современными компьютерными технологиями

Ответ: г

12. Постмодернизм как направление современной культуры сформировался в:

а) конце XIX в.,

б) 70-80е гг. XX в.,

в) начале XX в.,

г) начале XXI в.

Ответ: б

13. Какой жанр не используется в культурно-просветительской журналистике:

а) анонс

б) рецензия

в) обозрение

г) статистический обзор

Ответ: г

14. Какая функция не реализуется в культурно-просветительской журналистике:

а) информационная

б) коммуникативная

в) экономическая

Ответ: в

15. Культурное, национальное, религиозное и иное разнообразие следует рассматривать как:

- а) архаизм, который постепенно уходит в прошлое в результате глобализации
- б) вредное явление, с которым журналисту, по возможности, надо бороться
- в) закономерность социокультурного бытия, которую надо принимать и учитывать.

Ответ: в

Примеры заданий открытого типа

1. _____ - это совокупность материальных и моральных достижений человека, передаваемых последующим поколениям.

Ответ: культура

2. Трэвел-журналистика это...

Ответ: Особое направление в массмедиа, сосредоточенное на предоставлении информации о путешествиях

3. Гражданская журналистика это...

Ответ: деятельность людей, которые не являются журналистами, но которые пишут для СМИ на актуальные злободневные темы .

4. Что означает термин «инфотейнмент»?

Ответ: способ подачи материала, который одновременно направлен на развлечение и на информирование аудитории.

5. Распространением и актуализацией в обществе культурных ценностей занимается

_____ журналистика

Ответ: культурно-просветительская

6. Что означает термин «анонс»?

Ответ: журналистское сообщение, в котором аудитория оповещается о предстоящем культурном событии.

7. Жанр журналистики, в котором осуществляется развернутый целостный анализ произведения, называется _____

Ответ: рецензия

8. Жанр журналистики, в котором предметом отображения становится совокупность культурных и исторических сведений, составляющих достопримечательности определенного места, называется _____

Ответ: культурно-исторический очерк

9. При реализации культурно-просветительской деятельности от журналиста требуется широкий _____

Ответ: кругозор

10. В чем главная задача культурно-просветительской деятельности журналиста?

Ответ: поднять общий уровень культурного развития массовой аудитории

11. Что такое медиакритика?

Ответ: область журналистики, осуществляющая критическое осмысление и оценку медиатекстов

12. Что такое арт-журналистика?

Ответ: новое направление журналистики, специализирующееся на проблемах искусства

13. Установка на недопущение конфронтации, принятие Другого, терпимость к различиям - это _____

Ответ: толерантность

14. Что такое культурные стереотипы?

Ответ: Жесткие, часто упрощенные представления о специфических особенностях той или иной культуры.

15. Дайте определение понятию «экстремизм».

Ответ: приверженность к крайним взглядам и мерам, часто сопровождающаяся их агрессивным отстаиванием.

16. Что такое сексизм?

Ответ: формы поведения, направленные на исключение женщин из полноценного участия в жизни общества, отрицание возможности для женщин пользоваться всеми правами человека.

17. Установление принудительных ограничений для людей определенной группы по признаку расы, религии или пола – это _____

Ответ: сегрегация

18. Дайте определение понятию «расизм»

Ответ: отрицание прав человека на основании его расовой принадлежности, исходящее из предпосылки о превосходстве одних рас над другими.

19. Боязнь иностранцев, представителей других культур, неприязнь к ним, убежденность в том, что «чужие» могут нанести обществу (человеку) вред, это _____

Ответ: ксенофобия

20. Конкретная совокупность свойств человека, которая удостоверяет его в качестве члена определенного сообщества и/или носителя определенного коммуникативного опыта, это _____
Ответ: идентичность

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

1. Какое место занимает профессиональная мораль в системе моральных отношений?
2. Назовите задачи профессиональной этики как дисциплины.
3. Перечислите принципы и нормы профессиональной морали, их отличие.
4. Раскройте суть принципа свободы/независимости СМИ. Три модели его реализации
5. Охарактеризуйте коммунитаристскую модель журналистики.
6. Раскройте суть принципа объективности/полноты информации в работе СМИ.
7. Раскройте суть принципа защиты прав личности и связанные с ним проблемы.
8. Раскройте суть принципа гуманизма, его отражение в международных документах.
9. Назовите основные группы профессионально-этических норм и охарактеризуйте нормы взаимоотношения в редакционном коллективе.
10. Назовите основные группы профессионально-этических норм и охарактеризуйте нормы взаимоотношений «журналист – источник информации»
11. Назовите основные группы профессионально-этических норм и охарактеризуйте нормы взаимоотношений «журналист – герой публикации»
12. Назовите основные группы профессионально-этических норм и охарактеризуйте языковые профессионально-этические нормы
13. Назовите и кратко охарактеризуйте три модели социальной миссии журналистики, их социально-этические аспекты
14. Каковы основные этапы формирования профессионально-этических кодексов журналистики?
15. Когда и кем были приняты «Международные принципы журналистской этики»?
16. Как происходила кодификация норм журналистской этики в России? Назовите основные кодексы.
17. Что такое советы СМИ, каковы их функции?
18. Когда и как работало Большое Жюри при СЖ РФ?
19. Охарактеризуйте проблему отношений «СМИ – власть» с этических позиций.
20. Что такое «нэтикет», каковы факторы его успешности или неуспешности?
21. Охарактеризуйте понятие «постправды». В чем опасность такого состояния дел?
22. Охарактеризуйте работу Общественной коллегии по жалобам на прессу.

ВОПРОСЫ ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ХАРАКТЕРА

1. Проанализировать предлагаемую журнальную/газетную публикацию с профессионально-этических позиций, включая социальную значимость темы, наличие авторской позиции и ее аргументированность.
2. Приведите пример саморегулирования журналистики в одной из стран (по выбору)

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 ПЭЖ Фотиева.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	Дымова, И.	Профессиональная этика журналиста : учебное пособие	ООО ИПК "Университет", 2013	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259175
Л1.2	Сидоров В.А.	Политическая культура журналиста : учеб. пособие	Петрополис, 2010	

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Бобин, М.С.	Национальные особенности журналистики : учебник	Лаборатория книги, 2011	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141476
Л2.2	Е. П. Прохоров	Правовые и этические нормы в журналистике : учебное пособие	Аспект Пресс, 2012	
Л2.3	Букреев, С.В.	Вопросы профессиональной этики в работе журналиста : учебник	Лаборатория книги, 2011	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140928

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

	Название	Эл. адрес
Э1	Электронная библиотека начинающего журналиста	http://www.journ-lessons.com/litra.html
Э2	Медиа-библиотека факультета журналистики МГУ «Медiateка»	http://www.site.mediascope.ru/
Э3	Электронная библиотека публикаций СМИ	http://www.public.ru
Э4	Курс в Moodle	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=493

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

Перечень ЭБС, доступных для студентов и преподавателей АлтГУ

- ЭБС АлтГУ: <http://elibrary.asu.ru/>
- ЭБС «Лань»: <https://e.lanbook.com/>
- ЭБС «Университетская библиотека online»: <https://biblioclub.ru/>
- ЭБС «Юрайт»: <https://urait.ru/>
- ЭБС «Консультант студента»: <https://www.studentlibrary.ru/>
- ЭБ «Издательский центр Академия»: <https://academia-library.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)
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 принципов философской (теоретической) этики и их преломления в профессиональных стандартах журналистики; рекомендуется также уделить особое внимание практикуемым в мире формам самоорганизации журналистского

сообщества и фиксировать сходство и различие подходов к журналистской самоорганизации в России и в других странах. После слушания 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, словарями, справочниками, с выписыванием толкований.

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 медиапродукта (статьи, телепередачи и пр.), необходимо не ограничиваться фиксацией очевидных нарушений, но и анализировать латентные смыслы, общую позицию автора, исходя из контекста. Обратить внимание на ситуации профессионально-этических конфликтов (между административными требованиями и этическими нормами, между нормами различного уровня, между личным и профессиональным интересом и т.п.)

Самостоятельная работа. В целом, рекомендации те же, что и к выполнению практических заданий, с учетом того, что данный вид работ требует существенно больше времени.

Тест. При прохождении итогового теста в системе Moodle обратить внимание на вопросы, предлагаемые варианты ответов на которые кажутся, при невнимательном прочтении, равноценными. Следует подчеркнуть, что это не так и что необходимо выбрать (если это указано) именно один правильный ответ. Зачет. В каждом билете имеется теоретический вопрос и практическое задание. Теоретический вопрос предполагает хорошее знание материала, даваемого на лекциях, и знания рекомендованной литературы. Практическое задание выполняется по тем же принципам, что и часть заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Психология массовых коммуникаций 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-2023

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	15,5		
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	16	16	16	16
Практические	20	20	20	20
Сам. работа	72	72	72	72
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
д.социол.н, Профессор, Ковалева А.В.

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

Рабочая программа дисциплины
Психология массовых коммуникаций

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 26.06.2023 протокол № 4.

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
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.	<ul style="list-style-type: none">• Ознакомление с сущностью психологии коммуникации на межличностном уровне, в группе и в масштабе общества;• Формирование умения эффективно использовать знания методов коммуникативного воздействия;• Выработка понимания принципов эффективности коммуникативного взаимодействия, учета коммуникативных барьеров.• Ознакомление с эффектами воздействия средств массовой информации и коммуникации на аудиторию.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.01.ДВ.01

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
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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	- Закономерности взаимодействия и социального влияния в малых и больших группах; - Психологические эффекты массовой коммуникации: формирование общественного мнения, краткосрочные, долгосрочные; - Методы психологического воздействия: убеждение, принуждение, внушение, подражание, заражение.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	- выделять психологические компоненты коммуникационных процессов; - видеть сходства и различия психологических концепций, описывающих психологические механизмы сбора и обработки людьми информации в коммуникационных процессах; - применять на практике знания психологических законов трансформации информации;
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):

3.3.1.	- основными психологическими приемами построения коммуникационного процесса, - психологическими знаниями в деятельности ПР-специалиста как в межличностном, так и межгрупповом взаимодействии
--------	--

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Теория и практика психологии массовых коммуникаций						
1.1.	Предмет и базовые аспекты психологии массовой коммуникации	Лекции	3	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.2.	Предмет и базовые аспекты психологии массовой коммуникации	Практические	3	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.3.	Предмет и базовые аспекты психологии массовой коммуникации	Сам. работа	3	6	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.4.	Личность в исследованиях ПМК	Лекции	3	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.5.	Личность в исследованиях ПМК	Практические	3	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.6.	Личность в исследованиях ПМК	Сам. работа	3	8	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.7.	Психология процесса коммуникации	Лекции	3	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.8.	Психология процесса коммуникации	Практические	3	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.9.	Психология процесса коммуникации	Сам. работа	3	10	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.10.	Психология массового поведения	Лекции	3	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.11.	Психология массового поведения	Практические	3	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.12.	Психология массового поведения	Сам. работа	3	12	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.13.	Психология социального влияния	Лекции	3	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.14.	Психология социального влияния	Практические	3	4	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.15.	Психология социального влияния	Сам. работа	3	12	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.16.	Медиапсихология	Лекции	3	4	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.17.	Медиапсихология	Практические	3	4	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.18.	Медиапсихология	Сам. работа	3	12	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.19.	Массовая коммуникация как средство формирования социально значимых потребностей	Лекции	3	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.20.	Массовая коммуникация как средство формирования социально значимых потребностей	Практические	3	4	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.21.	Массовая коммуникация как средство формирования социально значимых потребностей	Сам. работа	3	12	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	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

--

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			
<p>Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра зачета по всему изученному курсу.</p> <p>Вопросы к зачету:</p> <p>Объект, предмет, задачи психологии массовой коммуникации.</p> <p>Основные понятия психологии массовой коммуникации.</p> <p>Методы психологии массовой коммуникации.</p> <p>Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии.</p> <p>Исторические формы социально-психологического знания: концепция масс.</p> <p>Личность в системе массовых коммуникаций. Личность как объект психологических исследований.</p> <p>Определение личности. Психологические классификации человека. Психологические теории человека.</p> <p>Структура личности как база восприятия информации. Структура самосознания личности.</p> <p>Коммуникативные аспекты самосознания личности. Ролевая структура Я-концепции.</p> <p>Элементы коммуникативного процесса. Интерес как фактор коммуникации. Восприятие и запоминание в процессе коммуникации.</p> <p>Аудитория массовой коммуникации. Понятие аудитории массовой коммуникации. Типология аудитории.</p> <p>Сегментация аудитории.</p> <p>Массовое поведение и общественное мнение. Стихийное массовое поведение: понятие, социальный феномен и предмет исследования. Психология толпы. Механизмы поведения толпы. Мотивация и ожидание в механизме обращения аудитории к СМИ. СМИ как инструмент управления политическим поведением.</p> <p>Психологические эффекты массовой коммуникации. Циркулярная реакция и коммуникация. Понятия подражания и заражения. Психология моды. Массовый вкус и формирование эстетической ценности в массовом сознании.</p> <p>Социальное влияние в процессе массовой коммуникации. Информационное и нормативное влияние в процессе массовой коммуникации.</p> <p>Понятие конформизма. Уступчивость как реакция на влияние социальных норм. Сопротивление влиянию. Я - Концепция. Влияние аудитории на восприятие. Теория конфликта внимания.</p> <p>Социальные установки в массовом сознании. Роль социальной установки в процессе массовой коммуникации.</p> <p>Теория когнитивного баланса и диссонанса. Функциональные теории изменения установок. Доминанты и стереотипы в массовой коммуникации.</p> <p>Психология убеждения. Процесс убеждения. Внушение. Источники и принципы убеждения.</p> <p>Психологические модели убеждающего процесса.</p> <p>Психология творчества журналиста. Категории медиапсихологии. Психологические проблемы журналистики. Эмоциональный опыт восприятия СМИ. Творческое мышление. Творческие способности. Вербальное и невербальное мышление. Методы активизации творческого мышления. Эффекты влияния СМИ на аудиторию.</p> <p>Восприятие СМИ массовым сознанием. Эмоциональный опыт восприятия СМИ. Принцип речевого воздействия СМИ.</p> <p>Психологические исследования массовой коммуникации: имидж коммутатора, психографика.</p> <p>Психологические аспекты изучения аудитории. Психология рекламы. Психологическая структура рекламной деятельности. Психологические принципы рекламной деятельности. Воздействие рекламы на потребителя. Креатив в рекламе как фактор формирования интереса. Психология мотивов и потребностей в рекламе.</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	Антонова, Н. В.	Психология массовых коммуникаций: учебник и практикум для академического бакалавриата	М. : Издательство Юрайт, 2018	http://www.biblio-online.ru/book/3BA95C2E-5E2F-49A4-8F06-F301E9D805BE
Л1.2	С. М. Виноградова, Г. С. Мельник	Психология массовой коммуникации: учебник для бакалавров	М. : Издательство Юрайт, 2017	http://www.biblio-online.ru/book/6CEE00F2-2927-47A3-953C-4625216E4CCD
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Бендас Т. В., Якиманская И. С., Молокостова А. М., Трифонова Е. А.	Социальная психология: учебник :	Изд-во: Оренбургский государственный университет , 2015	Электронный ресурс Университетская библиотека Online http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=364892&sr=1
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
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);</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
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа	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;

Аудитория	Назначение	Оборудование
	(лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

исциплина 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 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 полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Социология массовых коммуникаций 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-2023

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	15,5		
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	16	16	16	16
Практические	20	20	20	20
Сам. работа	72	72	72	72
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
д.социол.н., Профессор, Ковалева А.В.

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

Рабочая программа дисциплины
Социология массовых коммуникаций

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 26.06.2023 протокол № 4.

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
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.	Цель состоит в ознакомлении студентов с функционированием института массовых коммуникаций и формировании способности проведения различных типов социологических исследований в сфере массовой коммуникации с целью разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах тенденций развития общественных и государственных институтов.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.01.ДВ.01

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
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 си стемного подхода как научной и фи лософской 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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	особенности социологического подхода к проблеме изучения массовых коммуникаций; - основные теоретические и эмпирические направления изучения массовых коммуникаций; - виды, средства, формы и методы коммуникаций в современном обществе.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и целевых аудиторий СМИ
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	традиционными и современными технологиями проведения опросов аудитории и анализа контента СМИ; - способностью понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий в сфере социологии массовых коммуникаций

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Теория и практика социологии массовых коммуникаций						
1.1.	Сущность и основные функции массовых коммуникаций	Лекции	3	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.2.	Сущность и основные функции массовых коммуникаций	Практические	3	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.3.		Сам. работа	3	6	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.4.	Массовая коммуникация как социальный институт	Лекции	3	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.5.	Массовая коммуникация как социальный институт	Практические	3	4	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.6.	Массовая коммуникация как социальный институт	Сам. работа	3	10	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.7.	Массовые коммуникации и массовая культура	Лекции	3	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.8.	Массовые коммуникации и массовая культура	Практические	3	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.9.	Массовые коммуникации и массовая культура	Сам. работа	3	6	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.10.	Средства массовых коммуникаций в процессе формирования общественного мнения	Лекции	3	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.11.	Средства массовых коммуникаций в процессе формирования общественного мнения	Практические	3	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.12.	Средства массовых коммуникаций в процессе	Сам. работа	3	6	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-	Л2.1, Л1.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	формирования общественного мнения				1.2, УК-1.3, УК-1.4	
1.13.	Структурно-функциональный подход к изучению массовой коммуникации	Лекции	3	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.14.	Структурно-функциональный подход к изучению массовой коммуникации	Практические	3	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.15.	Структурно-функциональный подход к изучению массовой коммуникации	Сам. работа	3	6	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.16.	Современный этап исследований массовых коммуникаций	Лекции	3	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.17.	Современный этап исследований массовых коммуникаций	Практические	3	0	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.18.	Современный этап исследований массовых коммуникаций	Сам. работа	3	6	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.19.	Социальные эффекты массовых коммуникаций	Лекции	3	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.20.	Социальные эффекты массовых коммуникаций	Практические	3	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.21.	Социальные эффекты массовых коммуникаций	Сам. работа	3	6	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.22.	Социологическое исследование аудитории массовых коммуникаций	Лекции	3	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.23.	Социологическое исследование аудитории массовых коммуникаций	Практические	3	6	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-1.4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.24.	Социологическое исследование	Сам. работа	3	26	ОПК-2.1, ОПК-2.2, УК-1.1, УК-	Л2.1, Л1.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	аудитории массовых коммуникаций				1.2, УК-1.3, УК-1.4	

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.)
не предусмотрено
5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
<p>Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра зачета по всему изученному курсу. Вопросы к зачету</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Принцип свободы слова в деятельности СМИ. 2. Научное осмысление феномена массовой культуры. 3. Понятие и функции массовой коммуникации. 4. Характеристики и виды массовой культуры. 5. Структура массовой коммуникации. 6. Новые тенденции в развитии массмедиа. 7. Модель демократического представительства в деятельности СМИ. 8. Теория стереотипов У. Липпмана. 9. Общественное мнение: факторы его формирования и содержание. 10. Сущность социальной теории масс-медиа Д. МакКуэйла. 11. Эмпирическое изучение профессиональных коммуникаторов. 12. Характеристики СМИ как социального института. 13. СМИ в процессе формирования общественного мнения. 14. Двухступенчатая модель коммуникации П. Лазарсфельда. 15. СМИ в трудах теоретиков постмодерна. 16. Понятие и показатели аудитории СМИ. 17. Исследования процесса новостного производства (работы Медиа группы Глазго). 18. Теория информационного дефицита. 19. Проблема изучения контента СМИ 20. Взаимоотношения СМИ и их контрагентов. 21. Маркетинговый подход к СМИ и сегментирование аудитории. 22. Исследования массовой коммуникации в рамках Торонтской социологической школы (Г. Иннис) 23. Сущность концепции электронного общества М. Маклюэна. 24. Неомарксистская традиция анализа массовой коммуникации: А. Грамши, Л. Альтюссер. 25. Роль публичной сферы в процессе функционирования СМИ. 26. Развитие эмпирических исследований аудитории массовой коммуникации. 27. Проблематика исследования коммуникатора массовой коммуникации. 28. Теория спираль молчания Э. Ноэль-Нойманн 29. Изучение общественного мнения (деятельность Д. Гэллага) 30. Изучение непрофессиональных коммуникаторов. 31. Модель массовой коммуникации М. Де Флюэра. 32. Сущность структурно-функционального подхода к массовой коммуникации. 33. Интернет как канал доставки контента: его возможности и особенности. 34. Процесс становления массовой культуры 35. Анализ массовой коммуникации в работах Г. Лассуэлла. 36. Значение теории "повестка дня" при анализе эффектов массовой коммуникации

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Касьянов, В. В.	Социология массовой коммуникации : учебник для академического бакалавриата	ЭБС «Юрайт», 2018	www.biblio-online.ru/book/FB2A2FDC-ED57-4BC1-8F45-90D90432872D
Л1.2	Федотова, Л. Н	Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: учебник для бакалавров	ЭБС «Юрайт», 2017	www.biblio-online.ru/book/A5683ECE-E3BA-4D22-8C86-6E44EE1389BB
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	под ред. В.И. Дудиной, Е.Э. Смирновой	Методология и методы социологического исследования : учебник	СПб. : Издательство Санкт-Петербургского Государственного Университета, 2014	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=458073
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Сайт библиотеки АлтГУ		www.ib.asu.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);				
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

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 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 полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы.

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-2023

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 26.06.2023 протокол № 4.

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)
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.	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						
1.1.	Понятие делового общения. Культура делового общения и его эффективность	Лекции	1	2		Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.2.	Понятие делового общения. Культура делового общения и его эффективность	Практические	1	2		Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.3.	Риторика делового общения	Практические	1	2		Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.4.	Речевое воздействие в деловой коммуникации	Лекции	1	4		Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.5.	Риторика делового общения	Лекции	1	2		Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.6.	Речевое воздействие в деловой коммуникации	Практические	1	2		Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.7.	Этикет делового общения. Основы делового протокола	Лекции	1	4		Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.8.	Этикет делового общения. Основы делового протокола	Практические	1	2		Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.9.	Деловое общение	Сам. работа	1	15		Л1.2, Л2.1, Л2.2
Раздел 2. Речевые жанры делового общения						
2.1.	Функционально-стилистические разновидности русского языка	Лекции	1	2		Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.2.	Функционально-стилистические разновидности русского языка	Практические	1	2		Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.3.	Специфика официально-делового стиля речи. Жанры делового стиля	Лекции	1	2		Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.4.	Специфика официально-делового стиля речи. Жанры делового стиля	Практические	1	2		Л1.1, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.5.	Речевые жанры делового общения	Сам. работа	1	15		Л1.1, Л2.1, Л2.2
Раздел 3. Язык делового общения						
3.1.	Языковые нормы в официально-деловом стиле речи	Лекции	1	2		Л2.1, Л2.2, Л1.3
3.2.	Языковые нормы в официально-деловом стиле речи	Практические	1	2		Л2.1, Л2.2, Л1.3
3.3.	Правила организации делового текста	Лекции	1	2		Л2.1, Л2.2, Л1.3
3.4.	Правила организации делового текста	Практические	1	2		Л2.1, Л2.2, Л1.3
3.5.	Язык делового общения	Сам. работа	1	15		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

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

1. Роль делового общения в жизни человека заключается?

- а) в том, что оно является средством улучшения материального благополучия и повышения социального статуса в целом;
- б) в том, что оно выступает основой профессионального успеха;
- в) в том, что с его помощью происходит процесс становления личности и ее самореализация;
- г) во всем вышеперечисленном.

Правильный ответ: г

3. Коммуникация понимается как совместная деятельность участников коммуникации, в ходе которой вырабатывается общий (до определенного предела) взгляд на вещи и действия с ними в рамках:

- а) технократического подхода;
- б) деятельностного подхода;
- в) когнитивного подхода;
- г) мотивационного.

Правильный ответ: б

4. Элемент коммуникативного процесса, выполняющий функцию генерации и передачи информации с целью оказания влияния:

- а) отправитель;
- б) сообщение;
- в) канал;
- г) получатель.

Правильный ответ: а

5. Функция общения, сущность которой заключается в обмене эмоциями между партнерами и изменении эмоционального состояния с помощью собственных переживаний и состояний:

- а) побудительная;
- б) координационная;

в) эмотивная;
г) преобразовательная.
Правильный ответ: в

6. Функция общения, сущность которой заключается в осознании и фиксации своего места в системе ролевых, статусных, деловых, межличностных и прочих связей сообщества:

- а) контактная;
- б) информационная;
- в) перцептивная;
- г) статусная.

Правильный ответ: г

7. Процесс взаимосвязи и взаимодействия, в котором происходит обмен деятельностью, информацией и опытом, составляет сущность:

- а) делового общения;
- б) повседневного общения;
- в) межличностного общения;
- г) ритуального общения.

Правильный ответ: а

8. По форме обмена информацией речь подразделяется:

- а) на устную и письменную;
- б) монологическую, диалогическую и полилогическую;
- в) научную, художественную, разговорную;
- г) описание, повествование и рассуждение.

Правильный ответ: а

9. По количеству участников коммуникации речь подразделяется:

- а) на устную и письменную;
- б) монологическую, диалогическую и полилогическую;
- в) научную, художественную, разговорную;
- г) описание, повествование и рассуждение.

Правильный ответ: б

10. Для устной речи не характерен такой признак, как:

- а) многоканальность;
- б) необратимость;
- в) спонтанность;
- г) статичность.

Правильный ответ: г

11. Варианты ударений в словах творОг и твОрог, Отдал и отдАл; кулинАрия и кулинарИя, феноМен и феноМен относятся к категории:

- а) правильных и неправильных;
- б) более предпочтительных и менее предпочтительных;
- в) вариативных, допускающих несколько равноправных вариантов;
- г) главных и второстепенных.

Правильный ответ: б

12. Варианты ударений в словах апартаменты и апартаменты, баржа и баржа, бижутерия и бижутерия, по волнам и по волнам относятся к категории:

- а) правильных и неправильных;
- б) более предпочтительных и менее предпочтительных;
- в) вариативных, допускающих несколько равноправных вариантов;
- г) главных и второстепенных.

Правильный ответ: в

13. Материальной основой письменной речи являются:

- а) знаки (буквы или иероглифы);
- б) звуковые волны, возникающие в результате произносимых звуков;
- в) мотивы пишущего;
- г) главная идея и замысел пишущего.

Правильный ответ: а

14. Грамотная и эффективная письменная речь характеризуется:

- а) системой нумерации страниц;
- б) делением на главы и параграфы;
- в) шрифтовыми выделениями и схематизацией;
- г) всем вышеперечисленным.

Правильный ответ: г

15. Коммуникационный эффект, свидетельствующий о том, что первоначальное впечатление о внешнем виде человека является определяющим для дальнейших взаимоотношений:

- А) эффект визуального имиджа;
- Б) эффект первых фраз;
- В) эффект аргументации;
- Г) эффект релаксации.

Правильный ответ: а

16. Коммуникационный эффект, позволяющий снять эмоциональную напряженность:

- А) эффект визуального имиджа;
- Б) эффект первых фраз;
- В) эффект аргументации;
- Г) эффект релаксации.

Правильный ответ: г

17. Принцип речевого воздействия, предполагающий учет культурно-образовательного уровня делового партнера или клиента, их жизненного и производственного опыта:

- А) принцип доступности;
- Б) принцип ассоциативности;
- В) принцип экспрессивности;
- Г) принцип сенсорности.

Правильный ответ: а

18. Функция невербального общения, сущность которой выражается в использовании невербальных знаков для координации взаимодействия между людьми:

- А) функция дополнения;
- Б) функция опровержения;
- В) функция замещения;
- Г) функция регулирования.

Правильный ответ: г

19. Определение риторики как науки о целесообразной, эффективной и гармонизирующей речи принадлежит:

- а) классической (античной) школе риторики
- б) представителям неориторики

Правильный ответ: б

20. Чем обусловлено выделение специальных риторик в современном ее (риторики) понимании?

- а) различными авторскими трактовками
- б) спецификой функционирования языка в различных сферах общественной жизни
- в) разными задачами общения

Правильный ответ: б, в

21. Какой принцип сформулирован в высказывании: «Любое общение, в том числе и деловое, - это не путь одного человека к другому, а движение навстречу друг другу?»:

- а) кооперации
- б) Поллианы
- в) интереса

Правильный ответ: а

22. При нарушении какого принципа говорящий не учитывает особенности оперативного усвоения устной речи и говорит длинными фразами?

- а) кооперации

б) Поллианы

в) интереса

Правильный ответ: а

23. Какой закон речевого поведения предусматривает умение устанавливать, сохранять и закреплять контакт с аудиторией (собеседником), завоевывать ее симпатии и внимание, интерес?

а) тактический

б) моделирования аудитории

в) эффективного общения

Правильный ответ: в

24. При приеме подчиненных работник должен:

а) не проявлять откровенной симпатии и антипатии;

б) затрагивать темы политики, религии или расовой принадлежности;

в) избегать в беседах злословия в адрес отсутствующих;

г) без причины отказываться от обсуждения предписанной темы.

Правильный ответ: в

25. Какого вида речевого этикета не существует?

а) воинский этикет;

б) церковный этикет;

в) деловой этикет;

г) образовательный этикет.

Правильный ответ: г

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

1. Назовите принцип «Кодекса делового общения», смысл которого можно выразить словами: «Твой вклад должен быть таким, какого требует совместно принятое направление разговора:

Правильный ответ: принцип кооперативности

2. Деловое общение, которое осуществляется с помощью естественных органов, данных живому существу, называется:

Правильный ответ: непосредственным

3. Деловое общение, которое направлено на развитие и поддержание контактов в целях решения оперативно-служебных задач, носит название:

Правильный ответ: официальное

4. Единственно возможный вариант правильного произношения носит название:

Правильный ответ: орфоэпической нормы

5. Форма речи, заключающаяся в обмене высказываниями двух говорящих, — это:

Правильный ответ: диалог

6. Форма речи, в которой высказываниями обмениваются более двух собеседников, — это:

Правильный ответ: полилог

7. Верно ли утверждение, что риторика называют наукой и искусством?

Правильный ответ: верно

8. Можно ли утверждать, что деловая риторика отличается от всех остальных частных риторик тем, что рассматривает сферу межличностных отношений в социальном аспекте?

Правильный ответ: да

9. Какой закон риторики гласит: «Прежде чем начать говорить, необходимо представить себе слушателя, собеседника, его социальный статус, образовательный, культурно-речевой уровень, особенности его личности»?

Правильный ответ: закон ориентации речи на адресата

б) закон продвижения к цели

в) закон о действенности речи

10. Верно ли утверждение, что законы риторики носят универсальный характер, то есть реализуются в любом виде общения?

Правильный ответ: верно

11. Как называется процесс взаимодействия, в котором происходит обмен деятельностью и опытом, предполагающим достижение определенного результата?

Правильный ответ: деловая беседа.

12. Верно ли утверждение, что если требуется получить «добро» на несколько предложений, просьб во время деловой встречи, то начинать лучше с наиболее выполнимого?

Правильный ответ: верно

13. Верно ли, что в ходе деловой беседы вопросы должны содержать слова почему, зачем, когда, как?

Правильный ответ: верно

14. Как называется метод, который дает возможность использовать «оружие партнера» против него самого?

Правильный ответ: метод «бумеранга»

15. Как называется техника аргументирования, основанная на «выдергивании» отдельных фраз из выступления и преподнесении их в урезанном виде, чтобы они имели значение, совершенно противоположное первоначальному?

Правильный ответ: использование авторитета

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 1 семестра экзамена.

Обучающиеся, выполнившие в срок задания текущего контроля и набравшие достаточное количество баллов, получают оценку автоматически.

Для обучающихся, не получивших экзамен по результатам текущей успеваемости, организуется экзамен в форме экзаменационного теста по всему изученному курсу.

Контрольно-измерительный материал для теста 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».

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% или менее 50% заданий.

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 ЭБС 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-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-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 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
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	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы;

Аудитория	Назначение	Оборудование
	проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	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); 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	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;

Аудитория	Назначение	Оборудование
	(лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	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

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.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Иностранный язык рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра лингвистики, перевода и иностранных языков
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	8 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2023

Часов по учебному плану	288	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	3
аудиторные занятия	108	зачеты:	1, 2
самостоятельная работа	153		
контроль	27		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		1 (2)		2 (3)		Итого	
	16	18	15,5					
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лабораторные	36	36	36	36	36	36	108	108
Сам. работа	72	72	72	72	9	9	153	153
Часы на контроль	0	0	0	0	27	27	27	27
Итого	108	108	108	108	72	72	288	288

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 26.06.2023 протокол № 4.

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	3	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	3	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	3	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; стилевое 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; стилевое 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; стилевое 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; стилевое 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; стилевое 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; стилевое 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; стилевое 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; стилевое 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> Аудиокнижки
<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
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
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 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

Аудитория	Назначение	Оборудование
		Panasonic SA-PM07; учебно-наглядные пособия, карты
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

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-2023

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты:	5
аудиторные занятия	36		
самостоятельная работа	72		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	3 (5)		Итого	
	Неделя	16,5		
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):
Серебряков А.А.

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 26.06.2023 протокол № 4.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра трудового, экологического права и гражданского процесса

Протокол от 22.06.2023 г. № 8
Срок действия программы: 2023-2024 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 22.06.2023 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-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-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

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.	<p>Многообразие подходов к определению сущности культуры. Основные культурологические школы и направления. Структура культуры, её функции, формы и 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. Виды правоотношений. Реализация права. Применение права. Применение права по аналогии. Правонарушение. Понятие, виды, основания юридической ответственности.</p>	Лекции	5	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-10.1, УК-10.2	Л1.1, Л1.2
1.2.	Причины и условия возникновения	Сам. работа	5	8	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3,	Л1.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	<p>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>				УК-2.4, УК-10.1, УК-10.2	
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.</p>	Практические	5	4	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-10.1, УК-10.2	Л1.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	<p>Вида правоотношений. Реализация права. Применение права. Применение права по аналогии. Правонарушение. Понятие, виды, основания юридической ответственности.</p>					
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 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>	Лекции	5	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-10.1, УК-10.2	Л2.3, Л1.1, Л1.2
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</p>	Сам. работа	5	8	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-10.1, УК-10.2	Л2.3, Л1.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	особенности. Основные виды органов государственной власти. Понятие избирательной системы и избирательного права. Гражданство Российской Федерации: понятие, принципы, основания и порядок приобретения гражданства. Прекращение гражданства.					
2.3.	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.	Практические	5	4	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-10.1, УК-10.2	Л2.3, Л1.1, Л1.2
Раздел 3. Основы административного и экологического права.						
3.1.	Понятие, предмет, метод административного права. Понятие, признаки и виды органов исполнительной власти. Понятие и основные черты административной ответственности. Понятие и состав административного правонарушения. Понятие и виды административных	Лекции	5	4	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-10.1, УК-10.2	Л2.2, Л1.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	наказаний. Понятие, предмет и метод экологического права. Субъекты и объекты экологического права.					
3.2.	Понятие, предмет, метод административного права. Понятие, признаки и виды органов исполнительной власти. Понятие и основные черты административной ответственности. Понятие и состав административного правонарушения. Понятие и виды административных наказаний. Понятие, предмет и метод экологического права. Субъекты и объекты экологического права.	Сам. работа	5	8	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-10.1, УК-10.2	Л2.2, Л1.1, Л1.2
Раздел 4. Основы гражданского права.						
4.1.	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.	Лекции	5	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-10.1, УК-10.2	Л1.1, Л1.2, Л2.5
4.2.	Содержание и понятие права собственности. Формы и виды права	Лекции	5	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3,	Л1.1, Л1.2, Л2.5

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	<p>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 исковой давности. Общие положения о наследовании. Основы авторского права (объекты и субъекты авторского права, права авторов).</p>				УК-2.4, УК-10.1, УК-10.2	
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</p>	Сам. работа	5	12	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-10.1, УК-10.2	Л1.1, Л1.2, Л2.5

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	<p>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>					
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</p>	Практические	5	4	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-10.1, УК-10.2	Л1.1, Л1.2, Л2.5

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	<p>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>					
Раздел 5. Основы социального предпринимательства						
5.1.	<p>Понятие, предмет, метод, система и источники социального предпринимательства. Виды субъектов предпринимательского права. Основные направления государственного регулирования предпринимательской деятельности.</p>	Лекции	5	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-10.1, УК-10.2	Л1.1, Л1.2, Л2.5
5.2.	<p>Понятие, предмет, метод, система и источники социального предпринимательства. Виды субъектов предпринимательского права. Основные направления государственного регулирования предпринимательской деятельности.</p>	Сам. работа	5	12	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-10.1, УК-10.2	Л1.1, Л1.2, Л2.5
Раздел 6. Основы трудового права.						
6.1.	<p>Понятие, предмет и метод трудового права. Принципы трудового права. Источники трудового права. Трудовые отношения, их стороны и основания</p>	Лекции	5	4	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-10.1, УК-10.2	Л1.1, Л1.2, Л2.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	<p>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>					
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.</p>	Сам. работа	5	12	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-10.1, УК-10.2	Л1.1, Л1.2, Л2.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	Особенности регулирования труда отдельных категорий работников					
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, 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>	Лекции	5	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-10.1, УК-10.2	Л2.1, Л1.1, Л1.2
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</p>	Сам. работа	5	12	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-10.1, УК-10.2	Л2.1, Л1.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	<p>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>					
7.3.	<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>	Практические	5	4	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-10.1, УК-10.2	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

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=8055>

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ 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

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

1. Совокупность знаний, навыков применения (соблюдения, использования) законов, а также их глубокое уважение – это

- А) правовая культура;
- Б) правовой нигилизм;
- В) правомерное поведение.
- Г) правовой империализм

Ответ: а

2. Предметом трудового права являются:

- А. отношения, связанные с выполнением исправительных работ по приговору суда;
- Б. отношения, связанные с выполнением трудовых обязанностей по трудовой функции;
- В. отношения по выполнению работ, нацеленных на овеществленный результат;
- Г. отношения по выполнению строительных подрядных работ.

Ответ: б

3. Основанием юридической ответственности является...

- А) правонарушение;
- Б) норма права;
- В) вина;
- Г) мотив и цель.

Ответ:а

4. Гражданское право, в основном, регулирует...

- А) отношения, возникающие по поводу государственного управления;
- Б) отношения в области обеспечения прав и свобод граждан;
- В) имущественные отношения;
- Г) личные неимущественные

Ответ:в

5. Обязанность родителей содержать своих несовершеннолетних детей (алиментные обязательства) возникает только при условии, что...

- А) ребенок рожден в зарегистрированном в установленном порядке браке;
- Б) родители ребенка состояли в зарегистрированном в установленном порядке браке, который на данный момент расторгнут;
- В) родители ребенка состояли или продолжают состоять в зарегистрированном в установленном порядке браке;
- Г) ничего из перечисленного не требуется.

Ответ:б

6. Состав преступления включает следующие элементы:

- А) объект, стороны и содержание;
- Б) субъект, объект, субъективная сторона и объективная сторона;
- В) норма права, правоотношение, правонарушение, юридическая ответственность;
- Г) содержание

Ответ:б

7. Форма государства предполагает характеристику по следующим критериям:

- А) основы конституционного строя, основы правового статуса личности, система органов государственной власти;
 - Б) форма правления, форма государственного устройства и политический режим;
 - В) тип экономической формации, тип правовой системы,
 - Г) политическая программа правящей партии.
- Ответ:б

8. Указанное в законе обстоятельство, влекущее возникновение, изменение или прекращение правоотношения – это...

- А) норма права;
 - Б) нормативный правовой акт;
 - В) правоотношение;
 - Г) юридический факт.
- Ответ:г

9. Договор о полной материальной ответственности можно заключить с работником, достигшим:

- А). 14 лет;
 - Б). 16 лет;
 - В). 18 лет.
 - Г). 20 лет
- Ответ: в

10. Трудовой договор может заключаться как на неопределенный срок, так и на срок до 5 лет. При этом...

- А) по общему правилу, трудовой договор заключается на неопределенный срок, срочный же лишь в указанных в трудовом законодательстве случаях;
 - Б) стороны абсолютно свободны в выборе между срочным трудовым договором и договором на неопределенный срок
 - В) трудовой договор может быть в устной форме;
 - Г) трудовой договор может быть и в устной и в письменной письменной форме .
- Ответ:б

11. Трудовой договор считается заключенным ...

- А) с момента подписания его сторонами, но не позднее фактического начала работы по поручению работодателя;
 - Б) с момента издания работодателем приказа о приеме на работу ;
 - В) со дня ознакомления работника (под роспись) с приказом о приеме на работу;
 - Г) с момента истечения испытательного срока, если работник был принят с испытанием
- Ответ:а

12. Наследники, относящиеся по закону ко второй очереди ...

- А) наследуют в равных долях имущество, не принятое любым из наследников первой очереди;
 - Б) наследуют в равных долях ту часть имущества наследодателя, от принятия которого отказались все наследники первой очереди;
 - В) наследуют в равных долях все имущество наследодателя, но лишь в том случае, если наследники первой очереди отсутствуют либо ни один из них не принял наследство;
 - Г) не существуют.
- Ответ:в

13. Привлечение к сверхурочным работам производится:

- А) с устного согласия работника;
 - Б) с письменного согласия;
 - В) по приказу работодателя
 - Г) по собственному желанию.
- Ответ:2

14. Гражданин РФ имеет право заключить трудовой договор по общему правилу:

- А. с 16 лет;

- Б. с 17 лет;
- В. с 18 лет;
- Г. с 15 лет.

15. Срок предупреждения об увольнении по собственному желанию:

- А. 3 недели;
 - Б. 2 недели;
 - В. 1 месяц;
 - Г. 6 месяцев.
- 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.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

1. Аналогия права – это:

Ответ: применение общих принципов и смысла права к отношениям, которые не урегулированы законом

2. Во сколько лет наступает полная дееспособность ?

Ответ:• 18 лет

3. В каких случаях возможно прекращение трудового договора по обстоятельствам, не зависящим от воли сторон?

Ответ:• призыв работника на военную службу

4. В какой форме должно быть заключено соглашение о неустойке?

Ответ:• в письменной форме

5. В какой форме должно быть совершено завещание?

Ответ:• письменной нотариальной, а в случаях, предусмотренных ГК РФ, – письменной с удостоверением должностного лица, указанного в законе, либо простой письменной

6. В какой форме производится выплата заработной платы?

Ответ:• в денежной форме (в рублях)

7. В какой форме, по общему правилу, может быть заключен договор?

Ответ:• в любой форме, предусмотренной для совершения сделок

8. В каком органе рассматривается индивидуальный трудовой спор об отказе в приеме на работу?

Ответ: непосредственно в суде

9. В каком размере оплачивается сверхурочная работа за первые два часа работы?

Ответ: не менее чем в полуторном размере

10. В каком случае выплачивается двойная сумма задатка?

Ответ: если за неисполнение договора, в обеспечение исполнения которого был дан задаток, ответственной стороной, получившая задаток

11. В каком случае федеральный закон считается одобренным Советом Федерации?

Ответ: если в течение четырнадцати дней он не был рассмотрен Советом Федерации

12. В пределах какой территории действуют законы Московской области?

Ответ: в пределах Московской области

13. В состав преступления входят:

Ответ: субъект, объект, объективная сторона, субъективная сторона

14. В течение какого периода времени должна не выплачиваться заработная плата, чтобы у работника возникло право на приостановление работы?

Ответ: 15 дней

15. В течение какого срока правонарушитель считается подвергнутым административному наказанию?

Ответ: 1 год со дня окончания исполнения постановления о назначении административного наказания

16. В течение какого срока со дня открытия наследства может быть, по общему правилу, принято наследство?

Ответ: шести месяцев

17. Вправе ли государственный служащий заниматься другой оплачиваемой деятельностью, кроме педагогической, научной и иной творческой деятельности?

Ответ: не вправе

18. Вправе ли граждане России иметь землю в частной собственности?

Ответ: вправе, если условия и порядок пользования землей определены на основе федерального закона

19. Гражданин РФ, исполняющий в порядке, установленном федеральным законом, обязанности по государственной должности государственной службы за денежное вознаграждение, выплачиваемое за счет средств бюджета субъекта РФ, является:

Ответ: государственным служащим субъекта РФ

20. Ежегодный оплачиваемый отпуск составляет:

Ответ: 28 календарных дней

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-10

Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

1. Какая сумма денег признается крупным размером взятки (а также стоимость ценных бумаг, иного имущества или выгод имущественного характера):

1. до 25 тысяч рублей
2. от 25 до 150 тысяч рублей
3. от 150 тысяч рублей до 1 миллион рублей
4. превышающие 1 миллион рублей

Ответ: 3

2. Гражданское законодательство в Российской Федерации находится:

1. в ведении Российской Федерации;
2. в ведении субъектов Российской Федерации;
3. в совместном ведении Российской Федерации и её субъектов;
4. в ведении органов местного самоуправления.

Ответ: 1

3. Что такое коррупция?

1. Необходимое условие для существования российского общества
2. Удобный формат решения вопросов
3. Окисление железа под действием кислорода воздуха, влаги и углекислого газа, сопровождающееся образованием на поверхности металла слоя ржавчины, состоящей главным образом из водной окиси железа
4. Злоупотребление служебным положением, дача взятки, получение взятки, злоупотребление полномочиями, коммерческий подкуп либо иное незаконное использование физическим лицом своего должностного положения вопреки законным интересам общества и государства в целях получения выгоды в виде денег, ценностей, иного имущества или услуг имущественного характера, иных имущественных прав для себя или для третьих лиц либо незаконное предоставление такой выгоды указанному лицу другими физическими лицами

Ответ:4

4. В сфере противодействия коррупции утрата доверия подразумевает:

1. утрату доверия государственного гражданского служащего по отношению к представителю нанимателя
2. утрату доверия представителя нанимателя по отношению к государственному гражданскому служащему
3. утрату доверия комиссии по соблюдению требований к служебному поведению и урегулированию интересов по отношению к руководителю государственного органа
4. утрату доверия комиссии по соблюдению требований к служебному поведению и урегулированию интересов по отношению к государственному гражданскому служащему

Ответ:2

5. Периодичность выплаты заработной платы должна составлять:

1. не реже, чем каждые пол месяца;
2. не реже, чем раз в месяц;
3. периодичность законом не установлена;
4. каждую неделю.

Ответ: 1

6. Какие из данных правонарушений являются коррупционными:

1. злоупотребление служебным положением
2. дача взятки, получение взятки, посредничество во взяточничестве
3. злоупотребление полномочиями
4. коммерческий подкуп
5. все выше указанные.

Ответ:5

7. Какой из перечисленных ниже признаков является признаком юридического лица:

1. имущественная обособленность;
2. одним из учредителей является государство;
3. наличие недвижимости;
4. все перечисленные выше признаки.

Ответ: 1

8. Сделки граждан между собой на сумму, превышающую не менее чем в десять раз установленный законом минимальный размер оплаты труда, должны совершаться:

1. в устной форме;
2. в простой письменной форме;
3. в нотариальной письменной форме;
4. могут совершаться в любой из перечисленных выше форм.

Ответ: 2

9. Какие общественные отношения регулирует административное право:

1. отношения, связанные с совершением преступлений;
2. отношения в сфере государственного управления;
3. имущественные и связанные с ними личные неимущественные;
4. отношения, возникающие в процессе финансовой деятельности государства.

Ответ: 2

10. В какое время государственный гражданским служащим нужно предоставить сведения о доходах,

имуществе и обязательствах имущественного характера?

1. не позднее 1 мая года, следующего за отчетным
2. не позднее 30 апреля года, следующего за отчетным.
3. 31 декабря.
4. 1 января.

Ответ: 2

11. Стороны трудовых отношений – это:

1. работник и работодатель;
2. работник, работодатель и посредник (например, биржа труда);
3. работодатель и посредник (например, биржа труда).
4. работник и профсоюз

Ответ: 1

12. Кто утвердил Национальный план противодействия коррупции?

1. Федеральным законом
2. Указом Президента РФ
3. Постановлением Правительства РФ
4. губернатор

Ответ: 2

13. Трудовой договор – это:

1. соглашение между работодателем и представителем работника;
2. соглашение между работником и представителем работодателя;
3. соглашение между работодателем и работником;
4. соглашение между работодателем и профсоюзом;

Ответ: 3

14. Заключение трудового договора допускается с лицами, достигшими возраста:

1. 10 лет;
2. 12 лет;
3. 16 лет
4. 21 лет

Ответ: 3

15. На основе каких принципов строится противодействие коррупции в Российской Федерации?

1. признание, обеспечение и защита основных прав и свобод человека и гражданина, законность, публичность и открытость деятельности государственных органов и органов местного самоуправления
2. неотвратимость ответственности за совершение коррупционных правонарушений
3. комплексное использование политических, организационных, информационно-пропагандистских, социально-экономических, правовых, специальных и иных мер
4. приоритетное применение мер по предупреждению коррупции
5. сотрудничество государства с институтами гражданского общества, международными организациями и физическими лицами
6. защищенность служащих от неправомерного вмешательства в их профессиональную служебную деятельность.

Ответ: 1,2,3,4,5

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. Виновным в преступлении признается лицо, совершившее деяние...

Ответ: умышленно или по неосторожности

2. Экстремизм - это

Ответ: приверженность крайним взглядам, методам действий (обычно в политике).

3. Все ли уголовные наказания назначаются по приговору суда?

Ответ: да, абсолютно все

4. Допускается ли применение уголовного закона по аналогии?

Ответ: не допускается

5. Лицу, совершившему предусмотренное уголовным законом общественно опасное деяние в состоянии невменяемости...

Ответ: назначаются принудительные меры медицинского характера

6. Законы и иные нормативные акты субъектов РФ должны соответствовать и не могут противоречить _____ законам.

Ответ: Федеральным

7. Иерархическая система российских нормативно-правовых актов берет начало от основного государственного нормативного документа:

Ответ: Конституции РФ

8. Изданные государством нормативно-правовые акты являются основным _____ права.

Ответ: источником

9. Индивидуальные обязанности работника образовательного учреждения предусматриваются в заключаемом с ним документе, именуемом:

Ответ: трудовым договором

10. Уголовное преследование по ст. 201 УК РФ («Злоупотребление полномочиями») начинается только по заявлению организации в случае если ...

Ответ: деянием был причинен вред интересам граждан или организаций, либо интересам общества или государства

11. Локальный нормативный акт, определяющий условия и правила организации деятельности образовательного учреждения:

Ответ: правила внутреннего трудового распорядка

12. Материальный объект в различном физическом состоянии, по поводу которого возникают гражданские правоотношения, рассматривается в сфере права как:

Ответ: вещь

13. Предметом преступления, предусмотренного ст. 204 УК РФ («Коммерческий подкуп») может (могут) быть ...

Ответ: любое имущество

14. Преступление, предусмотренное ч. 1 ст. 203 УК РФ («Превышение полномочий служащими частных охранных или детективных служб») считается оконченным с момента ...

Ответ: когда противоправные действия частного охранника или детектива повлекли последствия в виде существенного нарушения прав и законных интересов граждан, организация, общества или государства

15. Случаи, когда имеет место освобождение от уголовной ответственности лица, незаконно передавшего деньги или иные ценности в пользу получателя подкупа:

Ответ: если имело место вымогательство со стороны получателя подкупа; если это лицо добровольно сообщило о подкупе в правоохранительные органы

16. Терроризм - это

Ответ: идеология насилия и практика воздействия на общественное сознание, на принятие решений органами государственной власти, органами местного самоуправления или международными организациями, связанная с силовым воздействием, устрашением мирного населения и/или иными формами противоправных насильственных действий

17. Основанием для прекращения с работником трудовых отношений является локальный нормативный

акт, как ...
Ответ: приказ

18. Действия, за которые предусмотрена ответственность по ст. 204 УК РФ («Коммерческий подкуп»):
Ответ: незаконная передача вознаграждения, незаконное получение вознаграждения

19. Отличие диверсии от терроризма следует проводить по ...
Ответ: целям преступного посягательства

20. Коммерческий подкуп (ст. 204 УК РФ) считается оконченным с момента ...
Ответ: передачи предмета подкупа

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 зачет (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. Правовое государство
2. Понятие и признаки права
3. Источники права
4. Конституция Российской Федерации – основной закон государства, её структура, понятие, признаки и черты. Конституционные нормы
5. Основы конституционного строя
6. Понятие и система государственных органов
7. Понятие и основные черты административной ответственности
8. Гражданское правоотношение: понятие, структура, основания возникновения
9. Физические лица как субъекты гражданского права
10. Юридические лица как субъекты гражданского права: понятие, признаки, виды
11. Сделки: понятие, форма, виды. Недействительность сделок. Последствия недействительности сделок
12. Гражданско-правовой договор как основание возникновения обязательств
13. Понятие и принципы семейного права
14. Основы социального предпринимательства.
15. Понятие трудового права
16. Заключение трудового договора. Оформление приема на работу. Трудовая книжка
17. Понятие уголовного права
18. Понятие преступления, состав преступления
19. Уголовная ответственность и наказание, виды наказаний
20. Основы правового регулирования профессиональной деятельности

ВОПРОСЫ ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ХАРАКТЕРА

Вопрос 1. 1 августа 2004 г. в департамент здравоохранения Московской городской администрации поступила жалоба от учителя истории Жукова. Не получив ответа 25 сентября Жуков попытался выяснить, почему нет никакой информации, однако ему ничего не пояснили, предложив еще подождать. Какие права попытался реализовать гражданин Жуков?

Вопрос 2. Ученик 5-го класса школы № 82 Петров на период школьных каникул решил устроиться на работу в качестве курьера в редакцию газеты «Московский комсомолец». Родители не возражали против его трудоустройства. Однако в редакции ему отказали в приеме на вакантную должность. Правомерны ли такие действия?

Вопрос 3. Необходимо представить перечень и краткую компетенцию органов, осуществляющих государственную политику в области правового регулирования образовательной сферы на федеральном и региональном уровнях.

Вопрос 4. Приведите примеры международных договоров, рамочных соглашений, международных актов стран СНГ, касающиеся основ правовой деятельности педагога.

Вопрос 5. Приведите пример ограничения прав и свобод педагога в области трудового права.

Вопрос 6. Два друга поступили в государственный университет за счет бюджетных средств: один поступил на программу бакалавриата, другой на программу – специалитета. Отучившись положенные сроки, они оба выразили желание поступить в магистратуру на бесплатной основе. Однако им было отказано, аргументируя это тем, что магистратура является вторым высшим образованием, а так как первое образование было получено ими бесплатно, то они не имеют права претендовать на бюджетные места по программе магистратуры. В их случае обучение возможно только на платной основе. Дайте правовую оценку ситуации.

Вопрос 7. Согласно ч. 4 ст. 43 Конституции РФ, основное общее образование является обязательным. Однако ч. 5 ст. 66 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» устанавливает, что начальное общее образование, основное общее образование, среднее общее образование являются обязательными уровнями образования.

Получение какого образования в таком случае является обязательным? Предусматривается ли ответственность за невыполнение данной обязанности? Выскажите свое мнение, подкрепленное аргументами.

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	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	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-
Л2.2	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
Л2.3	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
Л2.4	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
Л2.5	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

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-2023

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 26.06.2023 протокол № 4.

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	Участствует 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-2.1, 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) циклическая 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) некритический 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);</p>				

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 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-2023

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
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 26.06.2023 протокол № 4.

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 рефлекссию 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 рефлекссию 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 приносит 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-2023

Часов по учебному плану	216	Виды контроля по семестрам
в том числе:		диф. зачеты: 2
аудиторные занятия	20	
самостоятельная работа	196	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (2)		Итого	
	Неделя	18		
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лабораторные	20	72	20	72
Сам. работа	196	117	196	117
Итого	216	189	216	189

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 26.06.2023 протокол № 4.

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	3 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2023

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам
в том числе:		зачеты: 4
аудиторные занятия	36	курсовой проект: 4
самостоятельная работа	72	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (4)		Итого	
	Неделя 20			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лабораторные	36	72	36	72
Сам. работа	72	117	72	117
Итого	108	189	108	189

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 26.06.2023 протокол № 4.

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	УК-2, УК-3, УК-6, ПК-1, ПК-4, ПК-3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.2.	Структура медиапроектной заявки	Лабораторные	4	4	УК-2, УК-3, УК-6, ПК-1, ПК-4, ПК-3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.3.	Правила ведения коммуникаций в медиапроекте	Лабораторные	4	4	УК-2, УК-3, УК-6, ПК-1, ПК-4, ПК-3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.4.	Структура медиапроекта	Лабораторные	4	4	УК-2, УК-3, УК-6, ПК-1, ПК-4, ПК-3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.5.	Оценка эффективности медиапроекта	Лабораторные	4	4	УК-2, УК-3, УК-6, ПК-1, ПК-4, ПК-3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.6.	СМИ как медиапроект	Лабораторные	4	4	УК-2, УК-3, УК-6, ПК-1, ПК-4, ПК-3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.7.	Основы управления медиапроектом. СМИ как медиапроект	Сам. работа	4	10	УК-2, УК-3, УК-6, ПК-1, ПК-4, ПК-3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
Раздел 2. Медиапродукт как медиапроект						
2.1.	Медиапродукт как медиапроект	Лабораторные	4	10	УК-2, УК-3, УК-6, ПК-1, ПК-4, ПК-3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
2.2.	Медиапродукт как медиапроект	Сам. работа	4	10	УК-2, УК-3, УК-6, ПК-1, ПК-4, ПК-3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
Раздел 3. Интернет-медиапроекты						
3.1.	Интернет-медиапроекты	Лабораторные	4	10	УК-2, УК-3, УК-6, ПК-1, ПК-4, ПК-3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
3.2.	Интернет-медиапроекты	Сам. работа	4	20	УК-2, УК-3, УК-6, ПК-1, ПК-4, ПК-3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
Раздел 4. Исследовательские медиапроекты						
4.1.	Исследовательские медиапроекты	Лабораторные	4	10	УК-2, УК-3, УК-6, ПК-1, ПК-4, ПК-3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
4.2.	Исследовательские медиапроекты	Сам. работа	4	20	УК-2, УК-3, УК-6, ПК-1, ПК-4, ПК-3	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	УК-2, УК-3, УК-6, ПК-1, ПК-4, ПК-3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
5.2.	Творческие, игровые и развлекательные медиапроекты	Сам. работа	4	20	УК-2, УК-3, УК-6, ПК-1, ПК-4, ПК-3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
Раздел 6. Социальные медиапроекты						
6.1.	Социальные медиапроекты	Лабораторные	4	10	УК-2, УК-3, УК-6, ПК-1, ПК-4, ПК-3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
6.2.	Социальные медиапроекты	Сам. работа	4	37	УК-2, УК-3, УК-6, ПК-1, ПК-4, ПК-3	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
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;
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, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)
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,	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
	текущего контроля и промежуточной аттестации	
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 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 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.

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	3 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2023

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам
в том числе:		зачеты: 4
аудиторные занятия	36	курсовой проект: 4
самостоятельная работа	72	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (4)		Итого	
	Неделя 20			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лабораторные	36	36	36	36
Сам. работа	72	72	72	72
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
к.филол.н., Доцент, Деминова М.А.

Рецензент(ы):
д.филол.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 26.06.2023 протокол № 4.

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-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
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 рефлекссию 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 конкурентов; организацию системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и

	<p>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</p>

	<p>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	2		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	2		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 синопсисам.	Лабораторные	4	2		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	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	2		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	16		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)						
2.1.	Формат медиапроекта и выбор	Лабораторные	4	2		Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3,

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	производственной базы.					Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л2.1, Л1.6, Л1.7
2.2.	Специфика мультимедийных и аудиовизуальных форматов.	Лабораторные	4	2		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	2		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	2		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	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	26		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		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		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	26		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
ЛП.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		
<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/). 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
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
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, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)
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

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»

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	4 ЗЕТ		
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2023		
Часов по учебному плану	144	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты: 4	
аудиторные занятия	86		
самостоятельная работа	58		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (4)		Итого	
	Неделя 20			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	44	44	44	44
Лабораторные	34	34	34	34
Практические	8	8	8	8
Сам. работа	58	58	58	58
Итого	144	144	144	144

Программу составил(и):

кандидат хим. наук, Доцент, Щербакова Людмила Владимировна

Рецензент(ы):

доктор хим. наук, Доцент, зав. кафедрой ТБиАХ, Темерев Сергей Васильевич

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 26.06.2023 протокол № 4.

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; - получение знаний, умений и навыков, необходимых для становления обучающихся образовательных организаций высшего образования в качестве граждан способных и готовых к выполнению воинского долга и обязанности по защите своей Родины в соответствии с законодательством Российской Федерации.
------	---

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.	основные положения Курса стрельб из стрелкового оружия; устройство стрелкового оружия, боеприпасов и ручных гранат; предназначение, задачи и организационно-штатную структуру общевойсковых подразделений; основные факторы, определяющие характер, организацию и способы ведения современного общевойскового боя; общие сведения о ядерном, химическом и биологическом оружии, средствах его применения; правила поведения и меры профилактики в условиях заражения радиоактивными, отравляющими веществами и бактериальными средствами; тактические свойства местности, их влияние на действия подразделений в боевой обстановке; назначение, номенклатуру и условные знаки топографических карт; основные способы и средства оказания первой медицинской помощи при ранениях и травмах; тенденции и особенности развития современных международных отношений, место и роль России в многополярном мире, основные направления социально-экономического,

	политического и военнотехнического развития страны; основные положения Военной доктрины РФ; правовое положение и порядок прохождения военной службы;
3.2.	Уметь:
3.2.1.	правильно применять и выполнять положения общевоинских уставов ВС РФ; осуществлять разборку и сборку автомата (АК-74) и пистолета (ПМ), подготовку к боевому применению ручных гранат; оборудовать позицию для стрельбы из стрелкового оружия; выполнять мероприятия радиационной, химической и биологической защиты; читать топографические карты различной номенклатуры; давать оценку международным военно-политическим и внутренним событиям и фактам с позиции патриота своего Отечества; применять положения нормативно-правовых актов;
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	строевыми приемами на месте и в движении; навыками управления строями взвода; навыками стрельбы из стрелкового оружия; навыками подготовки к ведению общевойскового боя; навыками применения индивидуальных средств РХБ защиты; навыками ориентирования на местности по карте и без карты; навыками применения индивидуальных средств медицинской защиты и подручных средств для оказания первой медицинской помощи при ранениях и травмах; навыками работы с нормативно-правовыми документами.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Безопасность жизнедеятельности						
1.1.	Система органов обеспечения безопасности жизнедеятельности и их правового регулирования	Лекции	4	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
1.2.	Культура безопасности личности как основа безопасности общества.	Сам. работа	4	3	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.2
1.3.	Взаимодействие человека со средой обитания: негативные факторы техносферы и их воздействие на человека	Лекции	4	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.2
1.4.	Химические и биологические негативные факторы и воздействие вредных веществ на среду обитания и человека	Сам. работа	4	3	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.2, Л2.2
1.5.	Опасные ситуации природного и техногенного характера и защита от них	Лекции	4	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л2.2
1.6.	Защита населения и территорий от чрезвычайных ситуаций	Сам. работа	4	3	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.7.	Антиэкстремистская и антитеррористическая личностная позиция	Лекции	4	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.2
1.8.	Профилактика экстремизма в различных социальных группах	Сам. работа	4	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.2
1.9.	Гражданская оборона и способы защиты населения в мирное и военное время	Лекции	4	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.2
1.10.	Защита населения и территорий от современных средств поражения, возникающих при военных конфликтах или вследствие этих действий	Сам. работа	4	3	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.2
1.11.	Основы противопожарной безопасности и правила безопасного поведения при пожарах. Средства тушения пожаров и их применение	Лекции	4	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.2
1.12.	Средства тушения пожаров и их применение	Сам. работа	4	3	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.2
1.13.	Первая помощь как составляющая основ безопасности жизнедеятельности	Лекции	4	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.4
1.14.	Основы медицинских знаний и здорового образа жизни	Сам. работа	4	3	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.2
1.15.	Управление безопасностью жизнедеятельности	Лекции	4	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.2
1.16.	Организационные и правовые основы охраны труда	Лекции	4	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.2
1.17.	Управление охраной труда и обеспечением необходимых условий труда, управление охраной окружающей среды, обеспечением безопасности населения и территорий в чрезвычайных ситуациях	Сам. работа	4	4	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.2
Раздел 2. Общевоинские уставы ВС РФ						
2.1.	Общевоинские уставы Вооруженных Сил Российской Федерации, их	Лекции	4	6	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л2.2, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	основные требования и содержание					
2.2.	Общевоинские уставы Вооруженных Сил Российской Федерации, их основные требования и содержание	Сам. работа	4	3	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л2.2, Л1.4
2.3.	Внутренний порядок и суточный наряд	Лекции	4	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л2.2, Л1.4
2.4.	Внутренний порядок и суточный наряд	Практические	4	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л2.2, Л1.4
2.5.	Внутренний порядок и суточный наряд	Сам. работа	4	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л2.2, Л1.4
2.6.	Общие положения Устава гарнизонной и караульной службы	Практические	4	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л2.2, Л1.4
2.7.	Общие положения Устава гарнизонной и караульной службы	Сам. работа	4	1	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л2.2, Л1.4
Раздел 3. Строевая подготовка						
3.1.	Строевые приемы и движение без оружия	Лабораторные	4	6	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л2.2, Л1.5
3.2.	Строевые приемы и движение без оружия	Сам. работа	4	3	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л2.2, Л1.5
Раздел 4. Огневая подготовка из стрелкового оружия						
4.1.	Основы, приемы и правила стрельбы из стрелкового оружия	Лабораторные	4	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л2.2, Л1.3
4.2.	Основы, приемы и правила стрельбы из стрелкового оружия	Сам. работа	4	1	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л2.2, Л1.3
4.3.	Назначение, боевые свойства, материальная часть и применение стрелкового оружия, ручных противотанковых гранатометов и ручных гранат	Лабораторные	4	12	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л2.2, Л1.3
4.4.	Назначение, боевые свойства, материальная часть и применение стрелкового оружия, ручных противотанковых гранатометов и ручных гранат	Сам. работа	4	6	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л2.2, Л1.3
4.5.	Выполнение упражнений учебных стрельб из стрелкового оружия	Лабораторные	4	6	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л2.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
4.6.	Выполнение упражнений учебных стрельб из стрелкового оружия	Сам. работа	4	3	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л2.2, Л1.3
Раздел 5. Основы тактики общевойсковых подразделений						
5.1.	Вооруженные Силы Российской Федерации их состав и задачи. Тактико-технические характеристики (ТТХ) основных образцов вооружения и техники ВС РФ	Лекции	4	4	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л2.2, Л1.4
5.2.	Вооруженные Силы Российской Федерации их состав и задачи. Тактико-технические характеристики (ТТХ) основных образцов вооружения и техники ВС РФ	Сам. работа	4	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л2.2, Л1.4
5.3.	Основы общевойскового боя	Лекции	4	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л2.2, Л1.4
5.4.	Основы общевойскового боя	Сам. работа	4	1	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л2.2, Л1.4
5.5.	Основы инженерного обеспечения	Практические	4	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л2.2, Л1.4
5.6.	Основы инженерного обеспечения	Сам. работа	4	1	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л2.2, Л1.4
5.7.	Организация воинских частей и подразделений, вооружение, боевая техника вероятного противника	Лекции	4	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л2.2, Л1.4
5.8.	Организация воинских частей и подразделений, вооружение, боевая техника вероятного противника	Сам. работа	4	1	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л2.2, Л1.4
Раздел 6. Радиационная, химическая и биологическая защита						
6.1.	Ядерное, химическое, биологическое, зажигательное оружие	Лекции	4	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.2
6.2.	Ядерное, химическое, биологическое, зажигательное оружие	Сам. работа	4	1	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
6.3.	Радиационная, химическая и биологическая защита	Лабораторные	4	4	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.2
6.4.	Радиационная, химическая и биологическая защита	Сам. работа	4	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 7. Военная топография						
7.1.	Местность как элемент боевой обстановки. Измерения и ориентирование на местности без карты, движение по азимутам	Лекции	4	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л2.2, Л1.4, Л2.1
7.2.	Местность как элемент боевой обстановки. Измерения и ориентирование на местности без карты, движение по азимутам	Сам. работа	4	1	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л2.2, Л1.4, Л2.1
7.3.	Топографические карты и их чтение, подготовка к работе. Определение координат объектов и целеуказания по карте	Практические	4	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л2.2, Л1.4, Л2.1
7.4.	Топографические карты и их чтение, подготовка к работе. Определение координат объектов и целеуказания по карте	Сам. работа	4	1	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л2.2, Л1.4, Л2.1
Раздел 8. Основы медицинского обеспечения						
8.1.	Медицинское обеспечение войск (сил), первая медицинская помощь при ранениях, травмах и особых случаях	Лекции	4	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.2, Л2.2, Л2.4
8.2.	Медицинское обеспечение войск (сил), первая медицинская помощь при ранениях, травмах и особых случаях	Лабораторные	4	4	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.2, Л2.2, Л2.4
8.3.	Медицинское обеспечение войск (сил), первая медицинская помощь при ранениях, травмах и особых случаях	Сам. работа	4	3	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.2, Л2.2, Л2.4
Раздел 9. Военно-политическая подготовка						
9.1.	Россия в современном мире. Основные направления социальноэкономического, политического и военно-технического развития страны	Лекции	4	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.2, Л2.2
9.2.	Россия в современном мире. Основные направления социальноэкономического,	Сам. работа	4	1	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.2, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	политического и военно-технического развития страны					
Раздел 10. Правовая подготовка						
10.1.	Военная доктрина РФ. Законодательство Российской Федерации о прохождении военной службы	Лекции	4	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л2.2, Л1.4
10.2.	Военная доктрина РФ. Законодательство Российской Федерации о прохождении военной службы	Сам. работа	4	1	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л2.2, Л1.4

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=8533</p> <p>ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ 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</p> <p>ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА</p> <p>Вопрос 1. Выберите понятие, соответствующее описанию: «Уровень развития человека и общества, характеризующий значимость задачи обеспечения безопасности жизнедеятельности в системе личных и социальных ценностей, распространённостью стереотипов безопасного поведения в повседневной жизни и в условиях опасных и чрезвычайных ситуаций, степенью защищённости от угроз и опасностей во всех сферах жизнедеятельности».</p> <p>Варианты ответов:</p> <p>а) культура безопасности жизнедеятельности б) объект безопасности жизнедеятельности в) безопасность жизнедеятельности г) охрана труда</p> <p>Ответ: а</p> <p>Вопрос 2. Выберите принципы, на которых основано противодействие терроризму в Российской Федерации:</p> <p>Варианты ответов:</p> <p>а) обеспечение и защита основных прав и свобод человека и гражданина б) законность в) приоритет защиты прав и законных интересов лиц, подвергающихся террористической опасности г) безнаказанность за осуществление террористической деятельности</p> <p>Ответ: а,б,в</p> <p>Вопрос 3. Непосредственное осуществление мероприятий по противодействию террористическим актам является функцией ...</p> <p>Варианты ответов:</p> <p>а) Федеральной службы миграционной безопасности</p>

- б) Федеральной службы безопасности
- в) Федеральной службы экономической безопасности
- г) Федеральной службы таможенной безопасности
- д) МВД

Ответ: б

Вопрос 4. Назовите отдельные рода войск не входящие в состав видов ВС

Варианты ответов:

- 1) Пограничные войска, внутренние войска МВД России, войска Гражданской обороны
- 2) Сухопутные войска, Воздушно-космические силы, Военно-Морской Флот
- 3) Ракетные войска стратегического назначения, воздушно-десантные войска, воздушно-космические силы
- 4) Мотострелковые, танковые, ракетные войска и артиллерия, войска ПВО

Ответ: а

Вопрос 5. Кому подчинены виды Вооруженных Сил Российской Федерации?

Варианты ответов:

- а) Премьер-министру Правительства Российской Федерации
- б) Президенту Российской Федерации
- в) Министру обороны Российской Федерации
- г) Начальнику Генерального штаба
- д) Главнокомандующим, которые являются заместителями министра обороны Российской Федерации

Ответ: в

Вопрос 6. Какой орган является основным для оперативного управления войсками и силами Флота Вооруженных Сил Российской Федерации?

Варианты ответов:

- а) Совет Безопасности Российской Федерации
- б) Генеральный штаб Вооруженных Сил Российской Федерации
- в) Министерство обороны Российской Федерации
- г) Правительство Российской Федерации

Ответ: гб

Вопрос 7. Назовите рода войск, входящих в состав Сухопутных войск.

Варианты ответов:

- а) Мотострелковые, танковые, ракетные войска и артиллерия, ПВО, инженерные, РХБЗ, РЭБ;
- б) Мотопехотные, танковые, ракетные войска и артиллерия, ПВО;
- в) Мотострелковые, танковые, ракетные войска и артиллерия, ПВО;
- г) Мотопехотные, танковые, ракетные войска и артиллерия, ПВО, саперные части и спецназ.

Ответ: а

Вопрос 8. Основными поражающими факторами ядерного взрыва являются:

Варианты ответов:

- а) ударная волна
- б) световое излучение
- в) проникающая радиация
- г) тепловая волна

Ответ: б, в

Вопрос 9. Определите верное утверждение: «Предельно допустимый уровень риска».

Варианты ответа:

- а) обеспечивает приемлемую безопасность компании
- б) тормозит экономическое развитие из-за высоких затрат
- в) гарантирует покрытие всех возможных последствий реализации риска
- г) верхняя граница приемлемого риска, превышение которой требует применения дополнительных мер по его снижению

Ответ: г

Вопрос 10. Различие между гражданскими противогазами ГП-7 и ГП-7в заключается в наличии устройств для ...

Варианты ответов:

- а) фильтрации воздуха непосредственно в зоне поражения

- б) просушки очков непосредственно в зоне поражения
 - в) приема воды непосредственно в зоне поражения
 - г) приема пищи непосредственно в зоне поражения
- Ответ: в

Вопрос 11. Обеспечение безопасности человека в различных сферах жизнедеятельности достигается ...

Варианты ответов:

- а) установкой систем видеонаблюдения
- б) приобретением знаний и умений в данной области каждым индивидуумом
- в) увеличением финансирования
- г) целенаправленной и скоординированной деятельностью различных органов государственной власти

Ответ: г

Вопрос 12. Назовите направление эвакуации населения при аварии на химически опасных объектах (ХОО)?

Варианты ответа:

- а) по ветру
- б) перпендикулярно направлению ветра
- в) против ветра.

Ответ: б

Вопрос 13. Террористические акты относятся к ...

Варианты ответа:

- а) политическим требованиям
- б) социально-экономическим проявлениям
- в) чрезвычайным ситуациям социального характера
- г) военной операции

Ответ: б

Вопрос 14. К химически опасным объектам не относятся...

Варианты ответа:

- а) хранилища радиоактивных отходов
- б) хранилища лакокрасочных продуктов
- в) предприятия оборонной промышленности
- г) предприятия нефтеперерабатывающей промышленности

Ответ: а

Вопрос 15. Ситуации, при которых в значительной степени нарушается нормальное функционирование системы устойчивости образовательных учреждений, называются:

Варианты ответов:

- а) обычными
- б) экстремальными
- в) повседневными
- г) техногенными

Ответ: б

Критерии оценивания:

Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ в целом:

85 % - отлично

70 % - хорошо

50 % - удовлетворительно

Менее 50 % - неудовлетворительно

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Вставьте пропущенное слово: "Оружие массового поражения взрывного действия, основанное на использовании внутриядерной энергии, выделяющейся при цепных реакциях, называется _____ .

Ответ: ядерным оружием

Вопрос 2. Вставьте пропущенное слово: «Мировоззренческая направленность личности, существующая в

форме системы ценностей, взглядов, установок и мотивов, выражающаяся через негативное отношение к проявлениям экстремизма и соответствующую модель поведения - это _____ ».

Ответ: антиэкстремистская личностная позиция

Вопрос 3. Последствиями аварий на химически опасных объектах является _____ .

Ответ: заражение окружающей среды и массовое поражение людей

Вопрос 4. Вставьте пропущенное слово: "Предприятия пищевой промышленности и продовольственные базы, имеющие холодильные установки, относятся к _____ объектам".

Ответ: химически опасным

Вопрос 5. Культура безопасности жизнедеятельности – это....

Ответ: уровень развития человека и общества в обеспечении безопасности как в повседневной жизни, так и в условиях чрезвычайных ситуаций

Вопрос 6. Вставьте пропущенное слово: "Вероятность нежелательных событий или частоты их возникновения, определяемая поражением определенного числа людей, называется _____ риском".

Ответ: индивидуальным

Вопрос 7. Вставьте пропущенное слово: "Химическое оружие – это оружие массового поражения, действие которого основано на _____".

Ответ: токсических свойствах некоторых химических веществ

Вопрос 8. Ведение гражданской обороны на территории РФ или в отдельных ее местностях начинается с _____ .

Ответ: с момента введения в действие Президентом Российской Федерации Плана гражданской обороны и защиты населения Российской Федерации

Вопрос 9. Закончите определение: "Система противоэпидемических и режимных мероприятий, направленных на полную изоляцию очага заражения от окружающего населения и ликвидацию инфекционных заболеваний в нем, называется _____".

Ответ: карантином

Вопрос 10. Закончите предложение: "Оружие массового поражения взрывного действия, основанное на использовании внутриядерной энергии, выделяющейся при цепных реакциях, называется _____".

Ответ: ядерным оружием

Вопрос 11. Каков порядок действий стрелка при проведении стрельб в тирах и на стрельбищах?

Ответ: стрелок выходит, заряжает, стреляет, производит иные действия только по мере получения отдельных команд

Вопрос 12. Отрезок траектории полета пули от ее наивысшей точки до места падения называется _____ .

Ответ: нисходящей ветвью траектории

Вопрос 13. Силы и средства Вооруженных Сил Российской Федерации и других войск могут привлекаться для оказания помощи органам государственной власти, органам местного самоуправления и населению при ликвидации последствий аварий, катастроф и стихийных бедствий только _____ .

Ответ: на правовой, законодательной основе

Вопрос 14. Как изменяется схема развертывания медицинского пункта бригады при поступлении пораженных ядерным оружием?

Ответ: развертывается сортировочный пост, площадка специальной обработки, две приемно-сортировочные палатки, эвакуационная, перевязочная и автоперевязочная

Вопрос 15. Основным принципом в оказании медицинской помощи в очаге чрезвычайной ситуации является _____ .

Ответ: своевременность и полнота первой медицинской помощи

Вопрос 16. Начальным видом оказания медицинской помощи пострадавшим считается _____ .

Ответ: первая медицинская

Вопрос 17. Объем первой медицинской помощи в очаге катастрофы с динамическими (механическими)

факторами поражения включает: _____

Ответ: временную остановку наружного кровотечения, устранение асфиксии, искусственное дыхание, непрямой массаж сердца, введение обезболивающих средств, наложение асептических повязок, транспортную иммобилизацию

Вопрос 18. Индивидуальный противохимический пакет используется для проведения частичной _____.

Ответ: санитарной обработки

Вопрос 19. Важнейшей характеристикой аварийно химически опасных веществ являются _____.

Ответ: токсичность

Вопрос 20. Предприятия пищевой промышленности и продовольственные базы, имеющие холодильные установки, относятся к _____ объектам.

Ответ: химически опасным

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ.

«Отлично»: выполнено 88 – 100% заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос.

«Хорошо»: Овыполнено 62 – 87% заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос; однако были допущены неточности в определении понятий, терминов и др.

«Удовлетворительно»: Овыполнено 61 – 36% заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан неполный ответ на поставленный вопрос, в ответе не присутствуют доказательные примеры, текст со стилистическими и орфографическими ошибками.

«Неудовлетворительно»: выполнено 0 – 35% заданий предложенного теста, на поставленные вопросы ответ отсутствует или неполный, допущены существенные ошибки в теоретическом материале (терминах, понятиях).

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

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=8533>

Промежуточная аттестация по модулю проводится в виде зачета с оценкой в устной форме с отработкой практических заданий. Подготовка к аттестации проводится в часы самостоятельной работы обучающихся, а также вовремя консультаций преподавателей.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
ЛП.1	Михайлов Л.А.	Безопасность жизнедеятельности: учеб. для вузов	М.: Академия, 2009	
ЛП.2	Н. Г. Занько, К. Р. Малаян, О. Н. Русак	Безопасность жизнедеятельности: учебник	СПб.: Лань, 2010	

Л1.3	Л.С.Шульдешов В.А., Родионов,В.В.,Угрянский	Огневая подготовка: учебное пособие	КНОРУС, 2020	
Л1.4	В.Ю. Микрюков	Общевойенная подготовка: учебник	Москва: КНОРУС, 2017	
Л1.5	И.М. Андриенко, А.А. Котов, А.В. Моисеев, Е.В. Смирнов, И.В. Шпильной	Строевая подготовка: учебник	Москва: КНОРУС, 2017	
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Бызов Б.Е., Коваленко А.Н. В	Военная топография: учебное пособие	М.: Воениздат, 1990	
Л2.2	Михайлов Л.А., Соломин В.П., Беспамятных Т.А., Грунин О.А., Михайлов А.Л., Старостенко А.В., Шатровой О.В., Закревский Н.В., Киселева Э.М., Ребко Э.М., Сопко Г.И., Михайлов Л.А.	Безопасность жизнедеятельности: учеб. для вузов	СПб.: Питер, 2012	
Л2.3	Бабайцев И.В., Мастрюков Б.С., Медведев В.Т., Папаев С.Т., Мастрюков Б.С.	Безопасность жизнедеятельности: учеб. для вузов	М.: Академия, 2012	
Л2.4	Феоктистова О.Г., Феоктистова Т.Г., Экзерцева Е. В.	Безопасность жизнедеятельности (медико- биологические аспекты):	Ростов-на-Дону, Феникс, 2006	
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название	Эл. адрес		
Э1	Безопасность жизнедеятельности	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8533		
Э2	Министерство обороны Российской федерации	http://www.mil.ru		
Э3	крупнейшая российская электронная библиотека	http://elibrary.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) Adobe Reader (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legan/servicetou/Adobe_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)</p>				

Архиватор ARK (<http://apps.kde.org/ark/>), (бессрочно)
Okular (<http://okular.kde.org/ru/download/>), (бессрочно)

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
501К	лаборатория проблем комплексной безопасности; кабинет безопасности жизнедеятельности; кабинет безопасности жизнедеятельности и охраны труда - 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 44 посадочных места; рабочее место преподавателя; доска меловая 1шт.; стационарный экран; стационарный проектор: Optoma DS347 - 1 ед.; средства индивидуальной защиты, комплект индивидуальных дозиметров, манекен-тренажер для реанимационных мероприятий; набор плакатов.
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; сыло 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.
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
401С	кабинет огневой подготовки - стрелковый тир	Стрелковый тренажер БОЕЦ 2.1: цельнометаллический антивандальный шкаф; сенсорный монитор 19"; встроенный ПК; контроль доступа к

Аудитория	Назначение	Оборудование
		оружию; одновременное обучение от 1 до 6 человек; массогабаритные имитаторы оружия
407С	кабинет первой медицинской помощи	Тренажер сердечно-легочной и мозговой реанимации пружинно-механический с индикацией правильности выполнения действий (манекен); модель «Скелет человека (170 см)» на роликовой подставке

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При изучении образовательного модуля обучающиеся должны быть способны применять положения нормативно-правовых актов и общевоинских уставов в повседневной деятельности подразделения, управлять строями, применять штатное стрелковое оружие.

Основными видами учебных занятий при изучении образовательного модуля являются практические и групповые занятия, лекции, а также самостоятельная работа. Практические и групповые занятия составляют основу для изучения материала образовательного модуля.

Практические занятия направлены на выработку навыков и умений по строевой и огневой подготовке. Обучающиеся должны овладеть строевыми приемами на месте и в движении, навыками управления строями и стрельбы из стрелкового оружия.

Обучающийся должен знать: основные положения Военной доктрины РФ и общевоинских уставов ВС РФ; правовое положение и порядок прохождения военной службы военнослужащими; организацию внутреннего порядка в подразделении; устройство стрелкового оружия, боеприпасов и ручных гранат. Уметь точно выполнять положения общевоинских уставов ВС РФ в профессиональной деятельности; соблюдать режим секретности в подразделении; осуществлять разборку и сборку автомата (АК-74) и подготовку к боевому применению ручных гранат. При подготовке к групповым занятиям обучающиеся изучают рекомендованную литературу, материалы лекций по соответствующей теме, дополняют лекционный материал.

Самостоятельная работа обучающихся направлена на закрепление и углубление полученных знаний и навыков, поиска и приобретения новых знаний, а также выполнения учебных заданий, подготовки к предстоящим занятиям, текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации.

Текущий контроль успеваемости по образовательному модулю проводится в виде контрольных проверок в письменной и устной форме по пройденным темам.

Промежуточная аттестация по модулю проводится в виде зачета с оценкой в устной форме с отработкой практических заданий. Подготовка к аттестации проводится в часы самостоятельной работы обучающихся, а также вовремя консультаций преподавателей

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	2 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_Реклама и СО-2023

Часов по учебному плану	72	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты:	1
аудиторные занятия	36		
самостоятельная работа	36		

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	36	36	36	36
Итого	72	72	72	72

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 26.06.2023 протокол № 4.

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
------	--

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	УК-7	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	УК-7	Л1.1, Л2.1, Л3.1
1.3.	Подготовка к учебным занятиям. Изучение учебной литературы по дисциплине.	Сам. работа	1	4	УК-7	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	УК-7	Л1.1, Л2.1, Л3.1
1.5.	Функциональные изменения в организме при физических нагрузках.	Практические	1	6	УК-7	Л1.1, Л2.1, Л3.1
1.6.	Подготовка к учебным занятиям. Изучение учебной литературы по дисциплине.	Сам. работа	1	12	УК-7	Л1.1, Л2.1, Л3.1
1.7.	Тема №3. Образ жизни и его отражение в профессиональной деятельности.	Лекции	1	2	УК-7	Л1.1, Л2.1, Л3.1
1.8.	Методы самоконтроля состояния здоровья и физического развития.	Практические	1	2	УК-7	Л1.1, Л2.1, Л3.1
1.9.	Подготовка к учебным занятиям. Изучение учебной литературы по дисциплине.	Сам. работа	1	4	УК-7	Л1.1, Л2.1, Л3.1
1.10.	Тема №4. Общая физическая и спортивная подготовка студентов в образовательном процессе.	Лекции	1	4	УК-7	Л1.1, Л2.1, Л3.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.11.	Методика индивидуального подхода и применения средств для направленного развития отдельных физических качеств. Средства и методы мышечной релаксации в спорте.	Практические	1	4	УК-7	Л1.1, Л2.1, Л3.1
1.12.	Подготовка к учебным занятиям. Изучение учебной литературы по дисциплине.	Сам. работа	1	8	УК-7	Л1.1, Л2.1, Л3.1
1.13.	Тема №5. Методические основы самостоятельных занятий физическими упражнениями и самоконтроль в процессе занятий.	Лекции	1	2	УК-7	Л1.1, Л2.1, Л3.1
1.14.	Подготовка к учебным занятиям. Изучение учебной литературы по дисциплине.	Сам. работа	1	4	УК-7	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	УК-7	Л1.1, Л2.1, Л3.1
1.16.	Тема №6. Профессионально-прикладная физическая подготовка будущих специалистов.	Лекции	1	2	УК-7	Л1.1, Л2.1, Л3.1
1.17.	Методика самостоятельного освоения отдельных элементов профессионально-прикладной физической подготовки. Методика проведения производственной гимнастики с учетом заданных условий и характера труда.	Практические	1	2	УК-7	Л1.1, Л2.1, Л3.1
1.18.	Подготовка к учебным занятиям. Изучение учебной литературы по дисциплине.	Сам. работа	1	4	УК-7	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) профорientационные
- 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. A

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 _____ – 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 неповторимостью?
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 Шульце?
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 тах 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. Теразробика
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
45. Иррадиации, концентрации, автоматизации

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.

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 «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.

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/fiziches-kaya-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/fiziches-kaya-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

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

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>

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):
к.п.н., доцент, Новичихина Е.В.

Рецензент(ы):
к.п.н., доцент, Подберезко Н.А.

Рабочая программа дисциплины
Адаптивная физическая 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 26.06.2023 протокол № 4.

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 Елена Вениаминовна

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 Елена Вениаминовна*

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.ДВ.01

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 методику 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.	УК-7.1. Знания основ физической культуры и здорового образа жизни; применяет умения и навыки в работе с дистанционными образовательными технологиями 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-7.2. Применяет методику оценки уровня здоровья; выстраивает индивидуальную программу сохранения и укрепления здоровья с учетом индивидуально-типологических особенностей организма 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. Раздел 1. Обучение элементам техники по видам спорта, лечебно-профилактическим комплексам и системам физических упражнений						
1.1.	Скандинавская ходьба. Инструктаж по техники безопасности на занятиях. Техника скандинавской ходьбы. Согласование движения рук, ног, дыхания.	Практические	1	6		Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1
1.2.	Бадминтон. Инструктаж по техники безопасности на занятиях. Техника основных приемов игры.	Практические	1	6		Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.3.	Настольные спортивные игры. Правила игр. Игра индивидуально, в парах, командами: «Кульбутто», «Матрешки», «Джакколо»	Практические	1	6		Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.4.	ОФП, Лечебно-профилактические комплексы. Ведение дневника самоконтроля.	Практические	1	6		Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.5.	Общая физическая подготовка. Комплексы упражнений на тренажерах	Практические	1	6		Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.6.	Изучение теоретических основ к практическим занятиям физической культурой при собственных заболеваниях Выполнение физических упражнений /комплекса физических упражнений с использованием материалов на курсе в Moodle (ЭЗ) с учетом ограничений жизнедеятельности. Ведение дневника самоконтроля	Сам. работа	1	52		Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л1.2, Л1.3, Л1.4
Раздел 2. Раздел 2. Обучение видам спорта, лечебно-профилактическим комплексам и системам физических упражнений						
2.1.	Лыжная подготовка / Скандинавская ходьба. Инструктаж по техники безопасности на занятиях. Техника классических лыжных ходов. Техника скандинавской ходьбы в	Практические	2	8		Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л1.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	зимнее время года. Согласование движения рук, ног, дыхания.					
2.2.	Настольный теннис. Техника основных приемов игры.	Практические	2	6		Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л1.2, Л1.3, Л1.4
2.3.	Настольные спортивные игры. Правила игр. Игра индивидуально, в парах, командами: «Корнхол», «Кульбутто», «Матрешки», «Джакколо»	Практические	2	8		Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л1.2, Л1.3, Л1.4
2.4.	Общая физическая подготовка. Комплексы упражнений на тренажерах.	Практические	2	8		Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л1.2, Л1.3, Л1.4
2.5.	ОФП, Лечебно-профилактические комплексы. Ведение дневника самоконтроля.	Практические	2	8		Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л1.2, Л1.3, Л1.4
2.6.	Выполнение физических упражнений /комплекса физических упражнений с использованием материалов на курсе в Moodle (ЭЗ) с учетом ограничений жизнедеятельности. Ведение дневника самоконтроля.	Сам. работа	2	44		Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л1.2, Л1.3, Л1.4
Раздел 3. Раздел 3. Совершенствование по видам спорта, лечебно-профилактическим комплексам и системам физических упражнений						
3.1.	Скандинавская ходьба. Инструктаж по техники безопасности на занятиях. Совершенствование техники скандинавской ходьбы.	Практические	3	6		Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л1.2, Л1.3, Л1.4
3.2.	Бадминтон. Инструктаж по техники безопасности на занятиях. Совершенствование техники основных приемов игры.	Практические	3	6		Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л1.2, Л1.3, Л1.4
3.3.	Настольные спортивные игры. Учебная игра индивидуально, в парах, командами: «Тэйбл эластик», «Шаффлборд», «Керлинг»,	Практические	3	6		Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л1.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	«Матрешки», «Кульбутто»					
3.4.	ОФП, Лечебно-профилактические комплексы. Ведение дневника самоконтроля.	Практические	3	6		Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л1.2, Л1.3, Л1.4
3.5.	Общая физическая подготовка. Комплексы упражнений на тренажерах	Практические	3	6		Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л1.2, Л1.3, Л1.4
3.6.	Составление и выполнение индивидуальных физических упражнений /комплекса физических упражнений учетом ограничения жизнедеятельности с использованием материалов на Курсе в Moodle (Э3). Ведение дневника самоконтроля.	Сам. работа	3	52		Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л1.2, Л1.3, Л1.4
Раздел 4. Раздел 4. Совершенствование по видам спорта, лечебно-профилактическим комплексам и системам физических упражнений						
4.1.	Лыжная подготовка / Скандинавская ходьба. Инструктаж по техники безопасности на занятиях. Техника классических лыжных ходов. Техника скандинавской ходьбы в зимнее время года. Согласование движения рук, ног, дыхания.	Практические	4	8		Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л1.2, Л1.3, Л1.4
4.2.	Настольный теннис. Техника основных приемов игры.	Практические	4	6		Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л1.2, Л1.3, Л1.4
4.3.	Настольные спортивные игры. Правила игр. Игра индивидуально, в парах, командами: «Тэйбл эластик», «Шафф-лборд», «Керлинг», «Матрешки», «Кульбутто» «Корнхол», «Кульбутто», «Джакколо», «Матрешки»	Практические	4	8		Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л1.2, Л1.3, Л1.4
4.4.	Общая физическая подготовка. Комплексы	Практические	4	8		Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4,

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	упражнений на тренажерах.					Л1.2, Л1.3, Л1.4
4.5.	ОФП, Лечебно-профилактические комплексы. Ведение дневника самоконтроля.	Практические	4	8		Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л1.2, Л1.3, Л1.4
4.6.	Составление и выполнение индивидуальных комплексов физических упражнений при различных заболеваниях с использованием материалов на Курсе в Moodle (ЭЗ). Ведение дневника самоконтроля.	Сам. работа	4	44		Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, 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

Задание - Ведение дневника самоконтроля, в котором фиксируются субъективные показатели (еженедельно) и данные объективного исследования (2 раза в семестр):

1. Проба Руффье (20 приседаний за 30 секунд) / Проба Мартине – Кушелевского - 20 приседаний за 30 секунд.

Оценочная шкала результатов проведения пробы Руффье

Отлично Хорошо Удовл. Слабо

Индекс Руффье <0 0-5 6-10 11-15

2. Проба Штанге – задержка дыхания на вдохе.

Оценочная шкала результатов тестирования пробы Штанге

Пол Единица измерения Отлично Хорошо Удовл.

м сек >50 40-49 <39

ж сек >40 30-39 <29

3. Проба Генчи – задержка дыхания на выдохе.

Оценочная шкала результатов тестирования пробы Генчи

Пол Единица измерения Отлично Хорошо Удовл.

м сек >40 30-39 <29

ж сек >30 20-29 <19

4. Проба Ромберга.

Оценочная шкала результатов проведения пробы Ромберга

Пол Единица измерения Отлично Хорошо Удовл.

м/ж сек >30 16-29 <15

5. Ортостатическая проба. Производится следующим образом: диагностируемый пребывает лёжа в течении 5 минут, а затем медленно поднимается на ноги. При этом измеряется пульс и давление: (1) в горизонтальном положении тела, (2) при подъёме на ноги, (3) через одну минуту после перехода в вертикальное положение, (4).

Оценочная шкала результатов проведения ортостатической пробы

Пол

м/ж Единица измерения Отлично Хорошо Удовл.

м/ж ЧСС в мин. <20 21-25 >26
 сист.АД
 (мм.рт.ст.) ↓ на 0-5 ↓ на 6-14 ↓ на 15
 диаст.АД
 (мм.рт.ст.) ↑ на 0-5 ↑ на 6-14 ↑ на 15

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

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация оценивается по посещаемости занятий и наличию / ведение дневника самоконтроля. Также студенты сдают тесты по функциональной подготовленности, результаты которых не влияют на промежуточную аттестацию, но являются обязательными для анализа и корректировки двигательного режима и физических нагрузок.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Бегидова Т. П., Бегидов М. В.	Социально-правовые и законодательные основы социальной работы с инвалидами: Гриф УМО СПО	М.: ЮРАЙТ, 2023	https://urait.ru/viewer/socialno-pravovye-i-zakonodatelnye-osnovy-socialnoy-raboty-s-invalidami-515719#page/2
Л1.2	Бегидова Т. П.	ОСНОВЫ АДАПТИВНОЙ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ 2-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов: Гриф другой организации	М.:Издательство Юрайт, 2018	https://biblio-online.ru/book/AF0130EB-52ED-4F62-9E77-B428ECF8AF59
Л1.3	Конева Е.В.	Спортивные игры. Правила, техника, тактика.: учебное пособие для вузов	М: Юрайт , 2020	https://urait.ru/bcode/456321
Л1.4	Кондакова В.Л.	Самостоятельная работа студента по физической культуре: учебное пособие	М: Юрайт , 2021	https://urait.ru/viewer/samostoyatel'naya-rabota-studenta-po-fizicheskoy-kulture-476334#page/1

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	В.Л. Кондаков, А.А. Горелов, О.Г. Румба, Е.Н. Копейкина	Физкультурно-оздоровительные технологии: учебное пособие для вузов	Москва: Юрайт, 2022	https://urait.ru/viewer/fizkulturno-ozdorovitelnye-tehnologii-497591#page/1
Л2.2	Булгакова Н. Ж., Морозов С. Н., Попов О. И.,	АДАПТИВНАЯ И ЛЕЧЕБНАЯ ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА. ПЛАВАНИЕ 3-е изд., пер. и доп. Учебное	М.:Издательство Юрайт, 2018	https://biblio-online.ru/book/3AD76729-5295-4276-9D1D-B7649E8C4C9D

	Морозова Т. С. ; Под ред. Булгаковой Н.Ж.	пособие для академического бакалавриата: Гриф УМО ВО		
Л2.3	Рипа М. Д., Кулькова И. В.	ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В АДАПТИВНОМ ФИЗИЧЕСКОМ ВОСПИТАНИИ 2-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для академического бакалавриата: Гриф УМО ВО	М.:Издательство Юрайт, 2018	https://biblio-online.ru/book/2AF22680-68EB-4013-B52D-1AB20223071B
Л2.4	Ильина И.В.	МЕДИЦИНСКАЯ РЕАБИЛИТАЦИЯ. ПРАКТИКУМ. Учебное пособие для вузов:	М.:Издательство Юрайт, 2018	https://biblio-online.ru/book/D766A2C0-9130-4189-B53F-FE204CEDE680

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

	Название	Эл. адрес
Э1	ЭБС АлтГУ	http://elibrary.asu.ru/
Э2	ЭБС "Юрайт"	https://urait.ru/
Э3	"Элективные дисциплины по адаптивной физической культуре и спорту"	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=2548

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

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>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
33СОК	зал аэробики	Амортизаторы резиновые; весы; воланы для бадминтона; гантели 1 кг; гимнастические палочки деревянные;

Аудитория	Назначение	Оборудование
		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.
35аСОК	тренажерный зал	Беговые дорожки; бицепс-трицепс ног; блины; блины обрешиненные; 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 пресса 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 Смитта; тренажер Кроссовер 2*75 кг; тренажер Машина Смитта; 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.
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 автоматический; тонометры автоматические запястные; трекинговые палки; фитдиски; балансировочные подушки (медицинские балансировочные диски); хореографические станки; шагомеры.
37СОК	спортивный зал	Воланы для бадминтона; коврики гимнастические (короткие); мат гимнастический зальный; мячи волейбольный; 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.

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина (модуль) «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» для студентов с инвалидностью и/или с ОВЗ реализуется в виде практических занятий, самостоятельной работы, и, в дистанционном формате с учетом ограничения жизнедеятельности 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)).

При зачислении обучающегося в адаптивное отделение студент предоставляет копию справки об инвалидности и справку о прохождении медицинского осмотра.

Практические занятия осуществляются с учетом психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья обучающихся. Учитываются рекомендации и противопоказания по применению средств физической культуры и спорта для каждого студента индивидуально.

Использование средств физической культуры включает физические упражнения из различных видов спорта и современных оздоровительных методик и систем. Для их реализации используется индивидуально-дифференцированный подход.

На практических занятиях обучающимся необходимо соблюдать меры безопасности, выполнять все требования преподавателя и методические указания. Для стабилизации и повышения функциональной и физической подготовленности необходимо посещать все практические учебные занятия с учетом ограничения жизнедеятельности и выполнять физические упражнения по индивидуальным комплексам самостоятельно в течение недели.

Разделы программного материала, которые противопоказаны студенту с учетом ограничения жизнедеятельности, осваиваются дистанционно в образовательном портале в системе Moodle.

Тесты физической и функциональной подготовленности проводятся индивидуально с учетом ограничения жизнедеятельности для каждого студента адаптивного отделения и их результат не влияет на результат промежуточной аттестации.

Для групп отделения АФК в расписании планируются отдельные практические занятия.

Методические указания по подготовке и оформлению рефератов для студентов, освобожденных от практических занятий

В реферате студент должен раскрыть содержание конкретной темы на основе изучения научных статей, учебников, учебных пособий и др.

План реферата должен составляться после выбора темы, изучения литературы. В него рекомендуется включать не более трех-четырёх наиболее важных вопросов, раскрывающих содержание темы.

На индивидуальную работу студентов вынесены темы наиболее доступные для самостоятельной проработки.

Оформление реферата

Структура реферата:

- титульный лист;
- план;
- содержание реферата, соответственно плану;
- библиографический список;
- приложение (если необходимо).

Требования к оформлению и содержанию реферата

Объем реферата должен составлять 10-15 печатных листов.

Компьютерная распечатка работы выглядит следующим образом:

- текст работы печатается в программе «Microsoft Word»;
- шрифтом «Times New Roman»;
- размер шрифта – 14;
- интервал 1,5;
- поля: верхнее 2 см, левое 3 см, нижнее 2 см, правое 1,5 см.;
- при наборе таблиц размер шрифта меняется на 12;
- текст выравнивается по ширине; название глав и заголовков – посередине;
- название глав и заголовков в тексте выделяются жирным шрифтом и должны соответствовать содержанию работы;
- все страницы текста, включая страницы с рисунками и таблицами, имеют нумерацию;
- номер страницы печатается посередине сверху (или в правом верхнем углу) без дополнительных обозначений (скобок, тире).

Титульный лист – начальный лист, который не нумеруется, но считается первой страницей.

Название министерства, учебного учреждения – все слова печатаются большими буквами, жирным шрифтом, по центру, размер шрифта 14, без сокращений.

Название кафедры, на которой выполнена работа, печатается по центру, с большой буквы, размер шрифта 14, без сокращений.

Название работы печатается по центру, с большой буквы, размер шрифта от 14 до 18.

В нижнем правом углу печатаются данные исполнителя работы и руководителя с указанием его должности и научных регалий.

Внизу титульного листа – название города и год выполнения работы – печатается с большой буквы, размер шрифта 14, по центру.

Весь табличный материал – идет по тексту. Слово «Таблица» печатается в правом верхнем углу самого объекта, ниже по центру – название таблицы – шрифт 14 (ж), ниже сама таблица – шрифт в таблице 12, таблица выравнивается по центру страницы.

Графики, схемы, диаграммы и рисунки выносятся в ПРИЛОЖЕНИЕ без нумерации. Оно располагается после списка литературы и оформляется в книжном или альбомном формате. Слово «ПРИЛОЖЕНИЕ» печатается в правом верхнем углу с порядковым номером, шрифт 14 (ж); название объекта – посередине, шрифт 14 (ж); в схемах, рисунках, диаграммах – шрифт зависит от объема изображаемого объекта, но должен быть не менее 8 и не более 14.

Методические указания по выполнению тестов функциональной подготовленности занимающихся, используемые для контроля функционального состояния организма (результаты записываются в дневник самоконтроля)

1. Проба Руффье (20 приседаний за 30 секунд) / Проба Мартине – Кушелевского (с 20-ю приседаниями). Проба Руффье и проба Мартине – Кушелевского в своей основе имеют одно и то же испытание 20 приседаний за 30 секунд. Поэтому мы используем оценку сердечно-сосудистой системы по обоим пробам.

Проба Руффье - количественная оценка реакции пульса на кратковременную нагрузку и скорость восстановления. Характеризует реакцию сердечно-сосудистой системы на стандартную физическую нагрузку. Частота сердечных сокращений в покое и после нагрузки измеряется пальпаторно на любой точке у поверхности артерий (как правило, лучевой или сонной) или с помощью пульсометра.

Студенты, после 5-ти мин отдыха в положении сидя подсчитывают пульс (в покое) в течение 10 с. 2 - 3 раза, добиваясь точного подсчета пульса. Средний показатель пульса за 10 с. (P0) студенты фиксируют (запоминают). Измеряется и фиксируется АД и ЧД. Все величины являются исходными.

Студенты занимают удобное исходное положение стоя. Затем, по сигналу выполняют под метрономом или счет преподавателя 20 приседаний за 30 с.

Сразу после окончания физической нагрузки студенты в положении сидя подсчитывают нагрузочный пульс за 10 с. (P1), измеряется АД. Во время отдыха не следует делать резких движений, громко не разговаривать, дышать нужно ровно и спокойно, способствуя быстрому восстановлению.

Третий раз пульс измеряют в конце первой мин восстановительного периода за 10с (P2).

Сначала 2-й минуты восстановительного периода по 10-секундным отрезкам определяют пульс до 3-х кратного повторения исходных значений- для выяснения восстановительного периода организма. В заключение пробы измеряют АД.

Индекс Руффье = $(P0+P1+P2- 200)/ 10$

Оценочная шкала результатов проведения пробы Руффье

Оценка функциональной подготовленности

Отлично Хорошо Удовл. Слабо Неудовл.

Индекс Руффье <0 0-5 6-10 11-15 > 15

Показатель качества реакции сердечно-сосудистой системы.

$ПКР = (PД2 - PД1) / (P2 - P1)$ (P1 – пульс в покое, PД1 – пульсовое давление в покое, P2 – пульс после нагрузки, PД2 – пульсовое давление после нагрузки).

Хорошее функциональное состояние сердечно-сосудистой системы при ПКР= от 0,5 до 1,0.

Оценка результатов пробы Мартине – Кушелевского проводится по данным пульса, АД и длительности восстановительного периода.

Нормотоническая реакция: учащение пульса до 16-20 ударов за 10 с (на 60-80 % от исходного), САД повышается на 10-30 мм.рт.ст (не более 150 % от исходного), ДАД остается постоянным или снижается на 5-10 мм.рт.ст.

Атипичные реакции: гипотоническая, гипертоническая, дистоническая, ступенчатая.

Гипертоническая – значительное повышение САД (до 200-220 мм.рт.ст) и ДАД, пульса до 170-180 уд/мин. Такой тип реакции встречается у лиц пожилого возраста, в начальных стадиях гипертонической болезни, при физическом перенапряжении ССС.

Гипотоническая – незначительное повышение АД при очень значительном повышении ЧСС до 170-180 уд/мин, восстановительный период увеличивается до 5 мин уже после первой нагрузки. Такой тип реакции наблюдается при ВСД, после перенесенных инфекционных заболеваний, при переутомлении.

Дистоническая- резкое снижение ДАД до появления феномена «бесконечного» тона (при изменении сосудистого тонуса). Появление этого феномена у здоровых спортсменов указывает на высокую сократительную способность миокарда, но может быть. Такой тип реакции бывает при ВСД, физическом

перенапряжении, у подростков в пубертатном периоде.

Ступенчатая - САД повышается на 2-3 мин восстановительного периода. Такая реакция ССС бывает при нарушении регуляции кровообращения и может быть связана с недостаточно быстрым перераспределением крови из сосудов внутренних органов на периферию. Чаще всего такую реакцию отмечают после 15-ти секундного бега при перетренированности.

2. Проба Штанге – задержка дыхания на вдохе.

Отражает общее состояние кислородообеспечивающих систем (уровень гипоксической устойчивости) организма.

В положении сидя (спина прямая, мышцы живота расслаблены) выполняются последовательно 3 обычных (немаксимальных) вдоха и выдоха. После третьего неполного вдоха студенты зажимают нос пальцами и задерживают дыхание на время, которое фиксируется по секундомеру. Длительность времени задержки дыхания определяется периодом, в течение которого испытуемый спокойно, без волевых усилий воздерживается от вентиляции легких.

Оценочная шкала результатов тестирования пробы Штанге

Оценка функциональной подготовленности

Пол

м/ж Единица измерения Отлично Хорошо Удовл.

м сек >50 40-49 <39

ж сек >40 30-39 <29

3. Проба Генчи – задержка дыхания на выдохе.

Также характеризует состояние кровеносной и дыхательной систем организма при задержке дыхания на фоне глубокого выдоха и выполняется с соблюдением предварительных условий, как это описано для пробы Штанге.

Длительность времени задержки дыхания также определяется периодом, в течение которого студент спокойно, без волевых усилий воздерживается от вентиляции легких. Если проба Генчи проводится вслед за пробой Штанге или другой аналогичной пробой, то интервал между испытаниями составляет минимум 7-10 минут.

Оценочная шкала результатов тестирования пробы Генчи

Оценка функциональной подготовленности

Пол

м/ж Единица измерения Отлично Хорошо Удовл.

м сек >40 30-39 <29

ж сек >30 20-29 <19

4. Проба Ромберга.

Проба выявляет нарушение равновесия в положении стоя. Поддержание нормальной координации движений происходит за счет совместной деятельности нескольких отделов ЦНС. К ним относятся мозжечок, вестибулярный аппарат, проводники глубокомышечной чувствительности, кора лобной и височной областей. Центральным органом координации движений является мозжечок.

Студент должен стоять так, чтобы ноги его были на одной линии, при этом пятка одной ноги касается носка другой ноги, глаза закрыты, руки вытянуты вперед, пальцы разведены. Время устойчивости в позе Ромберга у нетренированных лиц находится в пределах 30 секунд, при этом отсутствует тремор пальцев рук и век.

Оценочная шкала результатов проведения пробы Ромберга

Оценка функциональной подготовленности

Пол Единица измерения Отлично Хорошо Удовл.

м/ж сек >30 16-29 <15

5. Ортостатическая проба.

Ортостатическая проба –характеризует возбудимость симпатического отдела вегетативной нервной системы. Суть пробы заключается в анализе изменений ЧСС и АД в ответ на переход тела из горизонтального положения в вертикальное положение. При проведении ортостатической пробы используется запястный тонометр для непрерывного измерения пульса и АД.

Одна из активных ортостатических проб, производится следующим образом: диагностируемый пребывает лёжа в течении 5 минут, а затем медленно поднимается на ноги. При этом измеряется пульс и давление: (1) в горизонтальном положении тела, (2) при подъёме на ноги, (3) через одну минуту после перехода в вертикальное положение, (4).

Оценка периферического кровообращения.

При нормальной регуляции периферического кровообращения указанные показатели в положении стоя изменяются не более чем на 20 ударов в минуту. Допустимо снижение верхнего давления

(систолического), а также незначительное повышение нижнего (диастолического) — до 10 мм рт. ст. При нарушенной регуляции пульс учащается более чем на 20 ударов в 1 мин., систолическое артериальное давление (сист.АД) снижается более чем на 10 мм рт. ст. и повышается диастолическое артериальное давление (диаст.АД).

Если после подъёма в вертикальное положение пульс увеличился на 10-15 ударов в минуту или даже менее, а затем через одну минуту стояние стабилизировалось до +0-10 ударов от начального (измеренного лежа), то показания ортостатического теста в норме. Кроме того, это говорит о хорошей тренированности.

Большое изменение частоты пульса (до +25 ударов в минуту) говорит о плохой тренированности организма.

Увеличение пульса на более чем 25 ударов в минуту показывает наличие заболеваний сердечно-сосудистой и/или вегетативной нервной систем.

Оценка реактивности симпатичного отдела парасимпатического отдела вегетативной нервной системы.

Нормосимпатикотоническая отличная -прирост ЧСС до 10 уд/мин.

Нормосимпатикотоническая хорошая -прирост ЧСС на 11-16 уд/мин.

Нормосимпатикотоническая удовлетворительная - прирост ЧСС на 17-20 уд/мин.

Гиперсимпатикотоническая неудовлетворительная - прирост ЧСС более 22 уд/мин.

Гипосимпатикотоническая неудовлетворительная - снижение ЧСС на 2-5 уд/мин.

Оценочная шкала результатов проведения ортостатической пробы

Оценка функциональной подготовленности

Пол

м/ж Единица измерения Отлично Хорошо Удовл.

м/ж ЧСС в мин. <20 21-25 >26

сист.АД

(мм.рт.ст.) ↓ на 0-5 ↓ на 6-14 ↓ на 15

диаст.АД

(мм.рт.ст.) ↑ на 0-5 ↑ на 6-14 ↑ на 15

Клиностатическая проба. Данная проба проводится в обратном порядке: (1) ЧСС определяется после 3-5 минут спокойного стояния, (2) после медленного перехода в положение лежа, и (3) после 3 минут пребывания в горизонтальном положении.

Для нормальной реакции характерно снижение ЧСС на 8-14 ударов за 1 минуту сразу после перехода в горизонтальное положение и некоторое повышение показателя после 3 минут пребывания в положении лежа, однако ЧСС при этом на 6-8 ударов на 1 минуту остается ниже, чем в вертикальном положении.

Большее снижение пульса свидетельствует о повышенной реактивности парасимпатического отдела вегетативной нервной системы, меньшее - о сниженной реактивности.

При оценке результатов орто- и клиностатических проб необходимо учитывать, что непосредственная реакция после изменения положения тела в пространстве указывает главным образом на чувствительность (реактивность) симпатичного или парасимпатического отделов вегетативной нервной систем, тогда как отставленная реакция, измеряемая через 1- 3 минуты характеризует их тонус.

Программу составил(и):
канд. философ. наук, доцент, Климов М.Ю.

Рецензент(ы):
канд. пед. наук, доцент, Новичихина Е.В.

Рабочая программа дисциплины
Лёгкая атлетика

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 26.06.2023 протокол № 4.

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
канд. философ. наук, доцент Романова Елена Вениаминовна

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 *канд. философ. наук, доцент Романова Елена Вениаминовна*

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.ДВ.01

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 методику 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.	основы элементов техники легкой атлетики, комплекса нормативов по спортивно-технической подготовленности; основные понятия определений функциональная и спортивно-техническая подготовленность и их оценка.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	выполнять технику основных элементов по легкой атлетике; правильно выполнять и понимать значение выполнения теста по функциональной подготовленности для сохранения и укрепления здоровья.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, развитие и совершенствование психофизических способностей и качеств 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 технике кроссового бега						

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.1.	Инструктаж по ТБ. Обучение технике бега по пересеченной местности	Практические	1	10	УК-7.1, УК-7.2, УК-7.3	Л2.1, Л3.1, Л1.1
1.2.	Обучение технике бега под уклон и на уклон.	Практические	1	10	УК-7.1, УК-7.2, УК-7.3	Л2.1, Л3.1, Л1.1
1.3.	Обучение технике высокого старта	Практические	1	10	УК-7.1, УК-7.2, УК-7.3	Л2.1, Л3.1, Л1.1
1.4.	Включение регулярных пробежек 15-30 минут в режим дня студента	Сам. работа	1	52	УК-7.1, УК-7.2, УК-7.3	Л2.1, Л3.1, Л1.1
Раздел 2. Обучение технике спринтерского бега						
2.1.	Обучение технике низкого старта	Практические	2	19	УК-7.1, УК-7.2, УК-7.3	Л2.1, Л3.1, Л1.1
2.2.	Обучение технике беговых упражнений	Практические	2	19	УК-7.1, УК-7.2, УК-7.3	Л2.1, Л3.1, Л1.1
2.3.	Бег на коротких отрезках 30-100м.	Сам. работа	2	44	УК-7.1, УК-7.2, УК-7.3	Л2.1, Л3.1, Л1.1
Раздел 3. Обучение технике прыжков в длину						
3.1.	Обучение технике разбега	Практические	3	20	УК-7.1, УК-7.2, УК-7.3	Л2.1, Л3.1, Л1.1
3.2.	Обучение технике отталкивания	Практические	3	10	УК-7.1, УК-7.2, УК-7.3	Л2.1, Л3.1, Л1.1
3.3.	Упражнения на ноги, спину и пресс.	Сам. работа	3	52	УК-7.1, УК-7.2, УК-7.3	Л2.1, Л3.1, Л1.1
Раздел 4. Совершенствование техники кроссового бега						
4.1.	Обучение технике стартового и финишного ускорения	Практические	4	28	УК-7.1, УК-7.2, УК-7.3	Л2.1, Л3.1, Л1.1
4.2.	Обучение навыкам ведения тактической борьбы в кроссовом беге	Практические	4	10	УК-7.1, УК-7.2, УК-7.3	Л2.1, Л3.1, Л1.1
4.3.	Бег на длинных отрезках 400-1000м	Сам. работа	4	44	УК-7.1, УК-7.2, УК-7.3	Л2.1, Л3.1, Л1.1

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
Тесты (нормативы) для проведения текущего контроля
Тесты (нормативы) для проведения промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
Тест оценки функциональной подготовленности / женщины, мужчины (Ж,М)

№ п/п Тесты -----Единица измерения-----Пол -----Оценка-----5-----4-----3-----2

1. Проба Мартине (20 приседаний за 30 секунд)-----%-----м/ж
<20% -----21-40%-----41-65%-----более 66%

Примечания: Одномоментный показатель реакции сердечно-сосудистой системы на нагрузку. Тест функционального состояния сердечно-сосудистой системы проводится в начале и в конце семестра. Оценка теста не влияет на результат промежуточной аттестации обучающихся.

Тесты оценки спортивно-технической подготовленности

№

п/п Тесты Критерии оценки

1. Разгон с низкого старта на пять шагов умеет не умеет
2. Бег с высоким подниманием бедра умеет не умеет
3. Бег с захлестом голени назад умеет не умеет
4. Семенящий бег умеет не умеет
5. Скрестный шаг умеет не умеет
6. Десятерной прыжок с места умеет не умеет

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 4x9-----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 4x9;
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 4x9-----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

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 4x9;
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.

Примечания: 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.

Критерии оценивания.

"зачтено" Обучающийся должен сдать шесть тестов по спортивно-технической подготовленности и пять обязательных тестов по физической 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 спортивно-технической и физической подготовленности.

(Ж, М) - сдают шесть тестов по спортивно-технической 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	Муллер А.Б. и др.	Физическая культура: Учебник и практикум для вузов	М:Юрайт, 2020	https://urait.ru/viewer/fizicheskaya-kultura-449973#page/1

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Муллер А.Б., Дядичкина Н.С., Богащенко Ю.А. и др.	Физическая культура: Учебник и практикум для прикладного бакалавриата.	М.: Юрайт, 2017	https://www.biblio-online.ru/viewer/55A7A059-CBEC-44C9-AC81-63431889BBB7#page/2

6.1.3. Дополнительные источники

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
--	--------	----------	-------------------	-----------

ЛЗ.1	Врублевский Е.П.	Легкая атлетика: учебное пособие	М.:Спорт, 2016	http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=459995
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	Университетская библиотека		online http://biblioclub.ru/	
Э4	Онлайн-курс в системе Moodle		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=3121	
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);</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
Спортивный зал С		<p>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; табло баскетбольное; тележка для мячей; щиты баскетбольные в сборе.</p>
35аСОК	тренажерный зал	<p>Беговые дорожки; бицепс-трицепс ног; блины; блины обрезиненные; 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 пресса проф.; скамьи Жим 0°; скамья Жим 30°; скамья Жим из-за головы; скамья Французский жим; степ-платформа; стойка для приседа; стойки под блины;</p>

Аудитория	Назначение	Оборудование
		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 Наutilus (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 волейбольный; 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.

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Основным видом являются практические занятия. В качестве самостоятельных занятий применяются регулярные пробежки в режиме дня студента

Для успешного освоения программы легкоатлетической подготовки, обучающиеся должны придерживаться главных принципов тренировки легкоатлетов:

- Всесторонность
- Специализированность
- Сознательность
- Постепенность
- Повторность
- Волнообразность
- Индивидуальность

Программу составил(и):
Ст. преподаватель, Агишев А.А.

Рецензент(ы):
Ст. преподаватель, Лопатина О.А.

Рабочая программа дисциплины
Лыжная подготовка

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 26.06.2023 протокол № 4.

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 Елена Вениаминовна

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 Елена Вениаминовна*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	<p>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;</p> <p>1.2 - обучение основам техники передвижения на лыжах</p> <ul style="list-style-type: none"> - достижение нормативных показателей - приобретение технических знаний - воспитание физических и морально-волевых качеств: выносливости, силы, быстроты, ловкости, смелости, решительности, настойчивости, выдержки
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.О.03.ДВ.01**

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 методику 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.	УК 7. 3 Способы передвижения на лыжах
3.2.	Уметь:
3.2.1.	УК 7.4. Подобрать и подготовить лыжный инвентарь для классического и конькового ходов
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	УК 7.5 Основы техники передвижения на лыжах классическим и коньковым ходами

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Раздел 1. Основы техники передвижения на лыжах классическим стилем.						

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.1.	Инструктаж по ТБ. Характеристика лыжных гонок. Техника лыжных гонок. Подбор лыжного инвентаря для классического хода.	Практические	1	4	УК-7.1, УК-7.2, УК-7.3, УК-7.4, УК-7.5	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.2.	Упражнения для развития выносливости. Передвижение по пересеченной местности. Бег. Ходьба. Чередование бега и ходьбы. Имитационные передвижения в подъем.	Практические	1	6		Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.3.	Ходьба на лыжах разной жесткости. Во время самостоятельных занятий использовать лыжи разной жесткости с целью определения оптимальной жесткости для передвижения. Жесткие лыжи при передвижении не дают возможности сцепления грузовой площадки со снегом. На мягких лыжах мазь держания быстро сойдет с колодки и тогда будет присутствовать эффект проскальзывания лыжи.	Сам. работа	1	12		Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.4.	Классические лыжные ходы. Основы техники передвижения.	Практические	1	4		Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.5.	Выполнение маховых движений руками, имитирующих движение рук при передвижениях на лыжах. Особое внимание обратить на сгибание рук в локтевом суставе, однако не допускать поднятие кистей рук выше уровня плеч. Ноги слегка согнуты в коленях.	Сам. работа	1	12		Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.6.	Переходы с одного классического попеременного лыжного хода на другой	Практические	1	10		Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.7.	При переходе передвижения с классического попеременного хода на одновременные	Сам. работа	1	16		Л1.1, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	одношажный, двухшажный или бесшажный важно обратить внимание на четкость выноса одной руки вперед, остановки движения руки в верхней точке, выноса другой руки до верхней точки и начало движений обеими руками вниз-назад, имитируя отталкивание на лыжах.					
1.8.	Техника преодоления подъемов, спусков, поворотов. Техника торможения.	Практические	1	6		Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.9.	Имитация движений лыжника в движении и на месте. Имитацию передвижения в движении необходимо проводить на небольшом подъеме вверх, отталкиваясь опорной ногой всей ступней от поверхности, как на лыжах, имитируя продавливание прогиба лыжи для сцепления со снегом. При имитации на месте нужно выполнить стойку на опорной ноге, далее выполнять маятниковые движения другой ногой и выполнять движения руками, как при переменной работе рук на лыжах.	Сам. работа	1	12		Л1.1, Л2.1, Л2.2
Раздел 2. Раздел 2. Основы техники передвижения на лыжах коньковым стилем						
2.1.	Коньковые лыжные ходы. Подбор лыжного инвентаря для конькового хода.	Практические	2	12		Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.2.	Методом экспериментального подбора лыж разной длины и жесткости определить разницу работы коньковых лыж. Слишком жесткие лыжи глубоко врезаются в снег, слишком мягкие не позволяют отталкиваться эффективно.	Сам. работа	2	10		Л1.1, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.3.	Переходы с одного конькового лыжного хода на другой. Переход с попеременного хода на одновременный. Переход с одновременного хода на попеременный.	Практические	2	16		Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.4.	Передвижения коньковым ходом. При переходе с одновременного одношажного конькового хода на одновременный двухшажный особое внимание обратить на разворот туловища в сторону проката, прокат на левой ноге – разворот в левую сторону, прокат на правой ноге – разворот в правую сторону. При прокате на левой ноге, либо на правой, следим за выходом туловища на опорную скользящую ногу и сохранением равновесия в стойке на любой из ног.	Сам. работа	2	10		Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.5.	Техника преодоления спусков и поворотов. Техника торможения.	Практические	2	10		Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.6.	Передвижение коньковым ходом. В движении переступанием с одной опорной ноги на другую сохранять равновесие тела. Имитация движений лыжника в движении и на месте.	Сам. работа	2	24		Л1.1, Л2.1, Л2.2
Раздел 3. Раздел 3. Подготовка лыж для классического и конькового ходов. Обработка мази держания и скольжения. Специальные подготовительные и подводящие упражнения.						
3.1.	Оборудование для подготовки лыж. Классификация мазей держания и мазей скольжения.	Практические	3	8		Л1.1, Л2.1, Л2.2
3.2.	Смешанное передвижение по пересеченной местности (чередование бега и ходьбы, бега и имитации)	Практические	3	12		Л1.1, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	лыжного хода в подъемы).					
3.3.	<p>Развитие физических качеств: - упражнения для развития быстроты: а) бег на короткие дистанции 30-100 м; б) прыжки в высоту и длину с места (одиночные, тройные, пятерные и т.д.); в) спортивные игры; - упражнения для развития ловкости: а) спортивные игры; б) элементы акробатики; в) прыжки и прыжковые упражнения с дополнительными движениями, поворотами и вращениями; г) специальные упражнения для развития координации движений; - упражнения для развития гибкости: а) маховые и пружинистые с увеличивающейся амплитудой (для рук, ног и туловища); б) то же с помощью партнера (для увеличения амплитуды); - упражнения для развития равновесия: а) маховые и вращательные движения (для рук, ног и туловища, а также приседания на уменьшенной опоре; б) то же на повышенной опоре; в) то же на неустойчивой (качающейся) опоре; г) ходьба, бег и прыжки на тех же видах опор.</p>	Сам. работа	3	20		Л2.1, Л2.2
3.4.	Смешанное передвижение по пересеченной местности (чередование бега и ходьбы, бега и имитации лыжного хода в подъемы).	Практические	3	10		Л1.1, Л2.1, Л2.2
3.5.	Выполнение упражнений для развития силы: - упражнения с собственным весом: а) сгибание и разгибание	Сам. работа	3	32		Л1.1, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	рук в упоре лежа и на брусках; б) подтягивание на перекладине и др. - упражнения с внешними отягощениями (штанга, гири, гантели, камни, набивные мячи и др.): а) броски, рывки, толчки и жимы указанных предметов одной и двумя руками; б) вращательные движения руками и туловищем с предметами; в) наклоны с предметами; - упражнения в сопротивлении с партнером (различные движения руками, туловищем и т.д.), передвижения на руках в упоре (партнер поддерживает за ноги), прыжки в таком же положении и т.п.; - упражнения с сопротивлением упругих предметов (резиновые амортизаторы, бинты, эспандеры). Нанесение мазей держания на рабочую поверхность классических лыж. Нанесение мазей скольжения на рабочую поверхность коньковых лыж.					
Раздел 4. Раздел 4. Основы тренировки в лыжном спорте						
4.1.	Структура годового тренировочного цикла.	Практические	4	2		Л1.1, Л2.1, Л2.2
4.2.	Передвижение на лыжах классическими лыжными ходами с выполнением поворотов в движении и спусков методом переступания. Переход с попеременных лыжных ходов на одновременные.	Практические	4	10		Л1.1, Л2.1, Л2.2
4.3.	Совершенствование передвижения на лыжах классическими лыжными ходами.	Сам. работа	4	14		Л1.1, Л2.1, Л2.2
4.4.	Передвижение на лыжах коньковыми лыжными ходами. Переход с	Практические	4	10		Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	попеременных лыжных ходов на одновременные.					
4.5.	Совершенствование передвижения на лыжах различными коньковыми ходами с решением основных задач: а) мощное и завершённое отталкивание ногой; б) постановка скользящей лыжи на снег с движением таза вперед и выходом тела в устойчивое равновесие; в) мягкая постановка лыжи и плавный перенос массы тела с ноги на ногу; г) преобладание своевременного и опережающего вариантов выпада; г) завершённое отталкивание рукой при надёжном сцеплении палок с опорой; д) согласованное сочетание работы ног и рук.	Сам. работа	4	16		Л1.1, Л2.1, Л2.2
4.6.	Методы контроля тренировочного процесса. Реакция организма спортсмена на меняющуюся нагрузку.	Практические	4	16		Л1.1, Л2.1, Л2.2
4.7.	Основываясь на рекомендациях преподавателя по организации учебно-тренировочного процесса составить самостоятельно тренировочный план занятий для себя. Определить виды контроля развития физических качеств. Согласовать проведённую работу с преподавателем.	Сам. работа	4	14		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
Тест оценки функциональной подготовленности (функционального состояния сердечно-сосудистой системы) Тесты

Единица измерения Пол Оценка

5 4 3 2

Проба Мартине (20 приседаний за 30 секунд) % м/ж

<20% 21-40% 41-65% более 66%

Примечания: Одномоментный показатель реакции сердечно-сосудистой системы на нагрузку. Тест функционального состояния сердечно-сосудистой системы проводится в начале и в конце семестра.

Оценка теста не влияет на результат промежуточной аттестации обучающихся.

Тесты оценки спортивно-технической подготовленности

№

п/п Тесты Женщины Мужчины

Оценка

5 4 3 2 5 4 3 2

1. Бросок камня весом 5 кг вперед из-за головы, кол-во 8 7 6 5 10 9 8 7

2. Работа с лыжным эспандером без нарушения координации движений, мин. 1.5 1.25 1 0.75 2 1.75 1.5 1.25

3. Стойка на опорной ноге с выполнением маховых движений другой ногой, мин. 3 2.75 2.5 2.25 3 2.75 2.5 2.25

4. Прыжок в длину. Десятискок, м 11 10 9 8 13 12 11 10

5. Прыжки со скакалкой, поочередно меняя опорную ногу количество прыжков без остановки. 100 90 80 70 120 110 100 90

Тесты оценки физической подготовленности

ЖЕНЩИНЫ

№

п/п Тесты Единицы

измерения 5 4 3 2

1. Кросс по пересеченной местности 2 км мин., сек. 11.00 12.00 13.00 14.00

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 4x9 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 50 40 30 20

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 40 35 30 25

9. Бег на лыжах 3 км мин., сек. 19.30 20.00 21.00 22.00

Обязательные тесты для женщин:

1. Кросс по пересеченной местности 2 км или бег на лыжах 3 км;

2. Прыжок в длину с места или челночный бег 4x9;

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 3 км мин.сек. 16.00 17.00 18.00 18.30

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 4x9 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 60 50 40 30

6. Подтягивание из виса на высокой перекладине кол-во раз 12 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 45 40 35 30

9. Бег на лыжах 5 км мин.,сек. 25.30 26.30 28.00 30.00

Обязательные тесты для мужчин:

1. Кросс по пересеченной местности 3 км или бег на лыжах 5 км;
 2. Прыжок в длину с места или челночный бег 4x9;
 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.
 Примечания: 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.
 Обучающийся должен сдать пять тестов в конце семестра по спортивно-технической подготовленности на оценку, не менее чем удовлетворительно.
 Обучающийся должен сдать пять тестов по физической подготовленности на оценку не менее чем удовлетворительно.
 Обучающиеся выполнившие все требования по дисциплине (модулю) получают оценку «зачтено».

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

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания
 Сопоставление шкал оценивания
 4-балльная шкала
 (уровень освоения) Отлично
 (повышенный уровень) Хорошо
 (базовый уровень) Удовлетворительно
 (пороговый уровень) Неудовлетворительно
 (уровень не сформирован)
 100-балльная шкала 85-100 70-84 50-69 0-49
 Бинарная шкала Зачтено Не зачтено

Оценивание выполнения тестов по функциональной и спортивно-технической подготовленности

Оценивание Показатели Критерии

Зачтено Обучающиеся выполняют тест по функциональной подготовленности (не влияет на результат промежуточной аттестации) и пять тестов по спортивно-технической подготовленности. Обучающийся сдал тесты по спортивно-технической подготовленности не менее чем на оценку «удовлетворительно».

Не зачтено Уровень не сформирован Обучающийся демонстрирует слабую спортивно-техническую подготовленность с результатом менее оценки «удовлетворительно».

Оценивание выполнения тестов по физической подготовленности

Оценивание Показатели Критерии

Зачтено Обучающиеся выполняют пять обязательных тестов по физической подготовленности. Обучающийся сдал тесты по физической подготовленности не менее чем на оценку «удовлетворительно».

Не зачтено Уровень не сформирован Обучающийся демонстрирует слабую физическую подготовленность с результатом менее оценки «удовлетворительно».

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
--------	----------	-------------------	-----------

Л1.1	Иванова С. Ю., Сантьева Е. В.	Циклические виды спорта: лыжная подготовка: учебное пособие	Кемерово: КемГУ, 2022	https://e.lanbook.com/book/290573
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Корельская И. Е	Лыжный спорт с методикой преподавания: учебное пособие: Учебники и учебные пособия для вузов	Северный (Арктический) федеральный университет (САФУ, 2015	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436420
Л2.2	Платонов, В. Н	Двигательные качества и физическая подготовка спортсменов :	Москва: Спорт, 2022	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=695541
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название	Эл. адрес		
Э1	Элективные дисциплины по ФКиС. Лыжная подготовка	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8183		
Э2	ЭБС Юрайт	https://urait.ru/		
Э3	ЭБС АлтГУ	https://elibraru.asu.ru/		
Э4	ЭБС Университетская библиотека online	https://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				
<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 курс в Moodle Элективные дисциплины по ФКиС. Лыжная подготовка. https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8183</p>				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
35аСОК	тренажерный зал	Беговые дорожки; бицепс-трицепс ног; блины; блины обрешиненные; 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 пресса 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 Смитта; тренажер Кроссовер 2*75 кг; тренажер Машина Смитта; 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 волейбольный; 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.

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Практические занятия по дисциплине (модулю) Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» «Лыжные гонки» состоят из первоначального этапа изучения элементов техники лыжных ходов и этапа закрепления и совершенствования.

В период начального обучения технике передвижения на лыжах следует разъяснить обучающимся простейшие правила обращения с лыжным инвентарем.

Обучающимся (новичкам) в первую очередь необходимо овладеть чувством лыжи и снега: научиться управлять лыжами, отталкиваться лыжей от снега и переносить массу тела с одной ноги на другую.

Не следует забывать о необходимости выработки умения удерживать равновесие – умения уверенно скользить на двух лыжах и особенно на одной.

При решении этих задач можно делать подводящие упражнения и применять наиболее простые способы передвижения на лыжах: многократно принимать рабочую позу лыжника на месте; поочередно поднимать ноги с лыжами на месте, сгибая их, как при обычной ходьбе; поочередно поднимать носки лыж, не отрывая пятку от снега, и делать движения лыжей вверх и вниз, вправо и влево; делать повороты переступанием на месте вокруг пяток и вокруг носков лыж, добиваясь параллельного положения лыж при приставлении лыжи; подниматься на пологий склон ступающим шагом, елочкой, полулочкой, лесенкой, учиться правильно падать при спуске и быстро вставать, спускаться в средней стойке с пологих ровных склонов прямо и после спуска одновременно отталкиваться руками с палками, при спуске присесть, переносить массу тела с ноги на ногу, не отрывая и отрывая от снега носки лыж; спускаться на одной лыже с переходом на параллельную лыжно, с легкими прыжками на склоне, с подниманием и опусканием в определенном месте предметов.

Обучающимся (новичкам) достаточно показать упражнение и объяснить характер выполнения, подобрав наиболее подходящие условия, которые в дальнейшем следует постепенно усложнять.

Очень важно добиваться от занимающихся точности выполнения упражнений. Только освоив общие

основы владения лыжами, следует переходить к изучению основных способов передвижения. Обучающийся должен систематически посещать (100%) практические занятия для повышения функциональной, физической и спортивно-технической подготовленности (за исключением уважительных причин).

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

Общая физическая подготовка

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 26.06.2023 протокол № 4.

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.ДВ.01

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. Демонстрирует систему практических умений и навыков при выполнении техники двигательных действий в различных видах спорта.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	УК-7.5. Владеет средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического совершенствования, 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
1.2.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения в течение учебного дня.	Сам. работа	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
	<p>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.</p>					
1.3.	<p>Техника кроссового бега (бег по пересеченной местности). Техника челночного бега. Кардиотренировка с использованием внедорожного самоката (правой, левой ногами). ОФП, СФП.</p>	Практические	1	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.4.	<p>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</p>	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
	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. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с	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
	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/samostoyatel'naya-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-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	Барнаул:АлтГУ , 2015	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/926

		действиям и развития физических качеств : Учебно-методическое пособие		
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=8727&notifyeditingon=1		
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
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 пресса 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

Аудитория	Назначение	Оборудование
		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 волейбольный; 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; гиря (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; табло баскетбольное; тележка для мячей; щиты баскетбольные в сборе.
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 автоматический; тонометры автоматические запястные; трекинговые палки; фитдиски; балансировочные подушки (медицинские балансировочные диски); хореографические станки; шагомеры.
33СОК	зал аэробики	Амортизаторы резиновые; весы; воланы для бадминтона; гантели 1 кг; гимнастические палочки

Аудитория	Назначение	Оборудование
		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.

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина (модуль) «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту». Общая физическая подготовка 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». Общая физическая подготовка, утвержденным заведующим кафедрой физического воспитания АлтГУ. Отрабатывается каждая учебная пара.

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

Оздоровительная физическая 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 26.06.2023 протокол № 4.

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.ДВ.01

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 общеразвивающей, 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 элементам техники по видам спорта и лечебно-профилактическим комплексам при различных заболеваниях						
1.1.	Легкая атлетика. Легкая атлетика. Инструктаж по технике безопасности на практических занятиях. Техника высокого старта. Оздоровительная ходьба и бег. Подвижные игры. Лечебно-профилактические комплексы. Обучение правильному дыханию при выполнении физических упражнений.	Практические	1	2	УК-7	Л3.1, Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	Применение дыхательной гимнастики (Бутейко К.П., Стрельникова А.Н.). Обучение простейшим способам контроля за физической нагрузкой и функциональным состоянием организма. ОФП.					
1.2.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ведение дневника самоконтроля. 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 110-130 уд/мин, постепенно повышая до 150 уд/мин (учитывать показания и противопоказания при различных заболеваниях). Выполнять лечебно-профилактические комплексы. Участие в физкультурно-массовых мероприятиях. Физкультминутки при подготовке к учебным занятиям.	Сам. работа	1	4	УК-7	ЛЗ.1, ЛЗ.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.3.	Оздоровительная ходьба и бег. Подвижные игры. Лечебно-профилактические комплексы. ОФП. Обучение правильному дыханию при выполнении физических упражнений. Применение дыхательной гимнастики (Бутейко К.П., Стрельникова А.Н.). Обучение простейшим способам контроля за физической нагрузкой и функциональным состоянием организма.	Практические	1	2	УК-7	ЛЗ.1, ЛЗ.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.4.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ведение дневника самоконтроля.	Сам. работа	1	6	УК-7	ЛЗ.1, ЛЗ.2, Л2.3, Л1.1,

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	<p>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 110-130 уд/мин, постепенно повышая до 150 уд/мин (учитывать показания и противопоказания при различных заболеваниях).</p> <p>Выполнять лечебно-профилактические комплексы. Участие в физкультурно-массовых мероприятиях.</p> <p>Физкультминутки при подготовке к учебным занятиям.</p>					Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.5.	<p>Техника низкого старта. Оздоровительная ходьба и бег. Подвижные игры. Лечебно-профилактические комплексы. ОФП.</p>	Практические	1	2	УК-7	Л3.1, Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.6.	<p>Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ведение дневника самоконтроля. 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 110-130 уд/мин, постепенно повышая до 150 уд/мин (учитывать показания и противопоказания при различных заболеваниях).</p> <p>Выполнять лечебно-профилактические комплексы. Участие в физкультурно-массовых мероприятиях.</p> <p>Физкультминутки при подготовке к учебным занятиям.</p>	Сам. работа	1	4	УК-7	Л3.1, Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.7.	<p>Оздоровительная ходьба и бег. Подвижные игры.</p>	Практические	1	2	УК-7	Л3.1, Л3.2, Л2.3, Л1.1,

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	Лечебно-профилактические комплексы. ОФП.					Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.8.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ведение дневника самоконтроля. 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 110-130 уд/мин, постепенно повышая до 150 уд/мин (учитывать показания и противопоказания при различных заболеваниях). Выполнять лечебно-профилактические комплексы. Участие в физкультурно-массовых мероприятиях. Физкультминутки при подготовке к учебным занятиям.	Сам. работа	1	6	УК-7	Л3.1, Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.9.	Бадминтон. Инструктаж по технике безопасности на практических занятиях. Способы держания ракетки и высокому удару сверху открытой стороной ракетки. Игра в парах, тройках и т.д. Подвижные игры. Лечебно-профилактические комплексы. ОФП. Применение дыхательной гимнастики (Бутейко К.П., Стрельникова А.Н.). Обучение комплексам физических упражнений с оздоровительной и корригирующей направленностью.	Практические	1	2	УК-7	Л3.1, Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.10.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ведение дневника самоконтроля. Ходьба на лыжах. Рекомендуется начать с 2-3 км, увеличивая	Сам. работа	1	4	УК-7	Л3.1, Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	<p>постепенно дистанцию до 5 км.</p> <p>Продолжительность занятий 30-60 мин, в дальнейшем до 1,5-2 часов (учитывать показания и противопоказания при различных заболеваниях).</p> <p>Выполнять лечебно-профилактические комплексы. Участие в физкультурно-массовых мероприятиях.</p> <p>Физкультминутки при подготовке к учебным занятиям.</p>					
1.11.	<p>Техника подставки открытой стороной ракетки. Игра в парах, тройках и т.д.</p> <p>Подвижные игры.</p> <p>Лечебно-профилактические комплексы. ОФП.</p>	Практические	1	2	УК-7	ЛЗ.1, ЛЗ.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.12.	<p>Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ведение дневника самоконтроля.</p> <p>Ходьба на лыжах.</p> <p>Рекомендуется начать с 2-3 км, увеличивая постепенно дистанцию до 5 км.</p> <p>Продолжительность занятий 30-60 мин, в дальнейшем до 1,5-2 часов (учитывать показания и противопоказания при различных заболеваниях).</p> <p>Выполнять лечебно-профилактические комплексы. Участие в физкультурно-массовых мероприятиях.</p> <p>Физкультминутки при подготовке к учебным занятиям.</p>	Сам. работа	1	6	УК-7	ЛЗ.1, ЛЗ.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.13.	<p>Техника высоко-далекой подачи. Игра в парах, тройках и т.д.</p> <p>Подвижные игры.</p> <p>Лечебно-профилактические комплексы. ОФП.</p>	Практические	1	2	УК-7	ЛЗ.1, ЛЗ.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.14.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ведение дневника самоконтроля. Ходьба на лыжах. Рекомендуется начать с 2-3 км, увеличивая постепенно дистанцию до 5 км. Продолжительность занятий 30-60 мин, в дальнейшем до 1,5-2 часов (учитывать показания и противопоказания при различных заболеваниях). Выполнять лечебно-профилактические комплексы. Участие в физкультурно-массовых мероприятиях. Физкультминутки при подготовке к учебным занятиям.	Сам. работа	1	4	УК-7	ЛЗ.1, ЛЗ.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.15.	Обучение короткой подаче открытой и закрытой стороной ракетки. Подвижные игры. Лечебно-профилактические комплексы. ОФП.	Практические	1	2	УК-7	ЛЗ.1, ЛЗ.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.16.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ведение дневника самоконтроля. Ходьба на лыжах. Рекомендуется начать с 2-3 км, увеличивая постепенно дистанцию до 5 км. Продолжительность занятий 30-60 мин, в дальнейшем до 1,5-2 часов (учитывать показания и противопоказания при различных заболеваниях). Выполнять лечебно-профилактические комплексы. Участие в физкультурно-массовых мероприятиях. Физкультминутки при подготовке к учебным занятиям.	Сам. работа	1	4	УК-7	ЛЗ.1, ЛЗ.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.17.	Баскетбол. Техника держания и ловли мяча.	Практические	1	2	УК-7	ЛЗ.1, ЛЗ.2, Л2.3, Л1.1,

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	Подвижные игры. Лечебно-профилактические комплексы. Применение дыхательной гимнастики (Бутейко К.П., Стрельникова А.Н.). ОФП.					Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.18.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ведение дневника самоконтроля. Упражнения с элементами спортивных игр. Составить индивидуальную программу занятий учитывая показания и противопоказания при различных заболеваниях. Заниматься по индивидуальной программе занятий и выполнять лечебно-профилактические комплексы. Участие в физкультурно-массовых мероприятиях. Физкультминутки при подготовке к учебным занятиям.	Сам. работа	1	4	УК-7	Л3.1, Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.19.	Техника передачи мяча (двумя руками от груди, двумя руками с отскоком от пола, передача одной рукой от плеча, двумя руками сверху. Подвижные игры. Лечебно-профилактические комплексы. ОФП.	Практические	1	2	УК-7	Л3.1, Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.20.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ведение дневника самоконтроля. Упражнения с элементами спортивных игр. Заниматься по индивидуальной программе занятий и выполнять лечебно-профилактические комплексы. Участие в физкультурно-массовых мероприятиях. Физкультминутки при подготовке к учебным занятиям.	Сам. работа	1	2	УК-7	Л3.1, Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.21.	Техника ведения мяча. Подвижные игры. Лечебно-профилактические комплексы. ОФП.	Практические	1	4	УК-7	ЛЗ.1, ЛЗ.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.22.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ведение дневника самоконтроля. Упражнения с элементами спортивных игр. Заниматься по индивидуальной программе занятий и выполнять лечебно-профилактические комплексы. Участие в физкультурно-массовых мероприятиях. Физкультминутки при подготовке к учебным занятиям.	Сам. работа	1	4	УК-7	ЛЗ.1, ЛЗ.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.23.	Функциональная подготовленность. Общая физическая подготовка.	Практические	1	6	УК-7	ЛЗ.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.24.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ведение дневника самоконтроля. Упражнения с элементами спортивных игр. Заниматься по индивидуальной программе занятий и выполнять лечебно-профилактические комплексы. Участие в физкультурно-массовых мероприятиях. Физкультминутки при подготовке к учебным занятиям.	Сам. работа	1	4	УК-7	ЛЗ.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
Раздел 2. Раздел 2. Обучение элементам техники по видам спорта, лечебно-профилактическим комплексам и системам физических упражнений						
2.1.	Инструктаж по технике безопасности на практических занятиях. Игра «Дартс». Обучение элементам техники броска в дартс: обучение изготовке (положение ног, положение туловища, положение головы, положение рук); обучение хватке (способу удержания дротика); обучение	Практические	2	12	УК-7	ЛЗ.1, ЛЗ.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	прицеливанию, обучение броску; выпуск (способ освобождения дротика из захвата пальцев); управление дыханием. Лечебно-профилактические комплексы. ОФП.					
2.2.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ведение дневника самоконтроля. Ходьба на лыжах. Рекомендуется начать с 2-3 км, увеличивая постепенно дистанцию до 5 км. Продолжительность занятий 30-60 мин, в дальнейшем до 1,5-2 часов (учитывать показания и противопоказания при различных заболеваниях). Выполнять лечебно-профилактические комплексы. Участие в физкультурно-массовых мероприятиях. Физкультминутки при подготовке к учебным занятиям.	Сам. работа	2	6	УК-7	ЛЗ.1, ЛЗ.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.3.	Волейбол. Техника стоек и перемещений. Игра в парах, тройках и т.д. Лечебно-профилактические комплексы. Применение дыхательной гимнастики (Бутейко К.П., Стрельникова А.Н.). Обучение комплексам физических упражнений с оздоровительной и корригирующей направленностью. ОФП.	Практические	2	4	УК-7	ЛЗ.1, ЛЗ.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.4.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ведение дневника самоконтроля. Упражнения с элементами спортивных игр. Составить комплекс лечебно-профилактической гимнастики для глаз. Выполнять лечебно-профилактические	Сам. работа	2	6	УК-7	ЛЗ.1, ЛЗ.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	комплексы. Участие в физкультурно-массовых мероприятиях. Физкультминутки при подготовке к учебным занятиям.					
2.5.	Техника передачи мяча (сверху двумя руками, двумя руками снизу). Игра в парах, тройках и т.д. Лечебно-профилактические комплексы. ОФП	Практические	2	4	УК-7	Л3.1, Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.6.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ведение дневника самоконтроля. Упражнения с элементами спортивных игр. Составить комплекс лечебно-профилактической гимнастики для глаз. Выполнять лечебно-профилактические комплексы. Участие в физкультурно-массовых мероприятиях. Физкультминутки при подготовке к учебным занятиям.	Сам. работа	2	6	УК-7	Л3.1, Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.7.	Техника подачи мяча (нижняя прямая и верхняя прямая подачи). Игра в парах, тройках и т.д. Лечебно-профилактические комплексы. ОФП	Практические	2	4	УК-7	Л3.1, Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.8.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ведение дневника самоконтроля. Упражнения с элементами спортивных игр. Составить комплекс лечебно-профилактической гимнастики для глаз. Выполнять лечебно-профилактические комплексы. Участие в физкультурно-массовых мероприятиях. Физкультминутки при подготовке к учебным занятиям.	Сам. работа	2	6	УК-7	Л3.1, Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.9.	Оздоровительная аэробика. Рассказ, показ:	Практические	2	2	УК-7	Л3.1, Л3.2, Л2.3, Л1.1,

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	основные (базовые) шаги, музыкальное сопровождение в аэробике. Разучивание связок (комбинаций). Силовой блок.					Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.10.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ведение дневника самоконтроля. Выполнять комплекс лечебно-профилактической гимнастики для глаз, начиная с 2-3 упражнений. Выполнять лечебно-профилактические комплексы. Участие в физкультурно-массовых мероприятиях. Физкультминутки при подготовке к учебным занятиям.	Сам. работа	2	6	УК-7	Л3.1, Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.11.	Оздоровительная аэробика. Рассказ, показ: основные (базовые) шаги в аэробике. Разучивание связок (комбинаций). Силовой блок.	Практические	2	2	УК-7	Л3.1, Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.12.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ведение дневника самоконтроля. Выполнять комплекс лечебно-профилактической гимнастики для глаз, начиная с 2-3 упражнений. Выполнять лечебно-профилактические комплексы. Участие в физкультурно-массовых мероприятиях. Физкультминутки при подготовке к учебным занятиям.	Сам. работа	2	6	УК-7	Л3.1, Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.13.	Степ-аэробика. Рассказ, показ: основные (базовые) шаги. Разучивание связок (комбинаций). Силовой блок.	Практические	2	4	УК-7	Л3.1, Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.14.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ведение дневника самоконтроля. Выполнять комплекс	Сам. работа	2	4	УК-7	Л3.1, Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	лечебно-профилактической гимнастики для глаз, начиная с 2-3 упражнений. Выполнять лечебно-профилактические комплексы. Участие в физкультурно-массовых мероприятиях. Физкультминутки при подготовке к учебным занятиям.					
2.15.	Функциональная подготовленность. Общая физическая подготовка.	Практические	2	6	УК-7	Л3.1, Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.16.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ведение дневника самоконтроля. Выполнять лечебно-профилактические комплексы. Участие в физкультурно-массовых мероприятиях. Физкультминутки при подготовке к учебным занятиям.	Сам. работа	2	4	УК-7	Л3.1, Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
Раздел 3. Обучение и совершенствование элементам техники по видам спорта и лечебно-профилактическим комплексам						
3.1.	Легкая атлетика. Инструктаж по технике безопасности на практических занятиях. Техника эстафетного бега. Оздоровительная ходьба и бег. Подвижные игры. Лечебно-профилактические комплексы. Применение дыхательной гимнастики (Бутейко К.П., Стрельникова А.Н.). ОФП.	Практические	3	2	УК-7	Л3.1, Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.2.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ведение дневника самоконтроля. 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 110-130	Сам. работа	3	4	УК-7	Л3.1, Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	уд/мин, постепенно повышая до 150 уд/мин (учитывать показания и противопоказания при различных заболеваниях). Выполнять лечебно-профилактические комплексы. Участие в физкультурно-массовых мероприятиях. Физкультминутки при подготовке к учебным занятиям.					
3.3.	Оздоровительная ходьба и бег. Подвижные игры. Лечебно-профилактические комплексы. ОФП.	Практические	3	2	УК-7	ЛЗ.1, ЛЗ.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.4.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ведение дневника самоконтроля. 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 110-130 уд/мин, постепенно повышая до 150 уд/мин (учитывать показания и противопоказания при различных заболеваниях). Выполнять лечебно-профилактические комплексы. Участие в физкультурно-массовых мероприятиях. Физкультминутки при подготовке к учебным занятиям.	Сам. работа	3	4	УК-7	ЛЗ.1, ЛЗ.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.5.	Техника метания малого мяча. Оздоровительная ходьба и бег. Подвижные игры. Лечебно-профилактические комплексы. ОФП.	Практические	3	2	УК-7	ЛЗ.1, ЛЗ.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.6.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ведение дневника самоконтроля. Ходьба 30-40 мин. в темпе 90-120 шаг/мин. Постепенно увеличивая	Сам. работа	3	4	УК-7	ЛЗ.1, ЛЗ.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	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 110-130 уд/мин, постепенно повышая до 150 уд/мин (учитывать показания и противопоказания при различных заболеваниях). Выполнять лечебно-профилактические комплексы. Участие в физкультурно-массовых мероприятиях. Физкультминутки при подготовке к учебным занятиям.					
3.7.	Оздоровительная ходьба и бег. Подвижные игры. Лечебно-профилактические комплексы. ОФП.	Практические	3	2	УК-7	ЛЗ.1, ЛЗ.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.8.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ведение дневника самоконтроля. 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 110-130 уд/мин, постепенно повышая до 150 уд/мин (учитывать показания и противопоказания при различных заболеваниях). Выполнять лечебно-профилактические комплексы. Участие в физкультурно-массовых мероприятиях. Физкультминутки при подготовке к учебным занятиям.	Сам. работа	3	6	УК-7	ЛЗ.1, ЛЗ.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.9.	Бадминтон. Инструктаж по технике безопасности на практических занятиях. Игра в парах, тройках и т.д. Подвижные игры.	Практические	3	8	УК-7	ЛЗ.1, ЛЗ.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	Лечебно-профилактические комплексы. Применение дыхательной гимнастики (Бутейко К.П., Стрельникова А.Н.). ОФП.					
3.10.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ведение дневника самоконтроля. Ходьба на лыжах. Рекомендуется начать с 2-3 км, увеличивая постепенно дистанцию до 5 км. Продолжительность занятий 30-60 мин, в дальнейшем до 1,5-2 часов (учитывать показания и противопоказания при различных заболеваниях). Выполнять лечебно-профилактические комплексы. Участие в физкультурно-массовых мероприятиях. Физкультминутки при подготовке к учебным занятиям.	Сам. работа	3	8	УК-7	Л3.1, Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.11.	Баскетбол. Техника передачи мяча на месте и в движении (передача снизу одной и двумя руками, крюком, по полу из-за спины. Подвижные игры. Лечебно-профилактические комплексы. ОФП.	Практические	3	2	УК-7	Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.12.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ведение дневника самоконтроля. Упражнения с элементами спортивных игр. Исследовать свою осанку, определить тип осанки, составить комплекс корригирующей гимнастики. Выполнять лечебно-профилактические комплексы. Участие в физкультурно-массовых мероприятиях. Физкультминутки при	Сам. работа	3	8	УК-7	Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	подготовке к учебным занятиям.					
3.13.	Техника ведения мяча на месте, в движении и в сочетании с передачами (в парах, в тройках и т.д.). Подвижные игры. Лечебно-профилактические комплексы. ОФП.	Практические	3	4	УК-7	Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.14.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ведение дневника самоконтроля. Упражнения с элементами спортивных игр. Выполнять комплекс корригирующей гимнастики при нарушении осанки. Выполнять лечебно-профилактические комплексы. Участие в физкультурно-массовых мероприятиях. Физкультминутки при подготовке к учебным занятиям.	Сам. работа	3	6	УК-7	Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.15.	Техника защиты с элементами ведения мяча (в парах, тройках и т.д.).	Практические	3	2	УК-7	Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.16.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ведение дневника самоконтроля. Упражнения с элементами спортивных игр. Выполнять комплекс корригирующей гимнастики при нарушении осанки. Выполнять лечебно-профилактические комплексы. Участие в физкультурно-массовых мероприятиях. Физкультминутки при подготовке к учебным занятиям.	Сам. работа	3	6	УК-7	Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.17.	Функциональная подготовленность. Общая физическая подготовка.	Практические	3	6	УК-7	Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
3.18.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ведение дневника самоконтроля. Упражнения с элементами спортивных игр. Выполнять комплекс корригирующей гимнастики при нарушении осанки. Участие в физкультурно-массовых мероприятиях. Физкультминутки при подготовке к учебным занятиям.	Сам. работа	3	6	УК-7	Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
Раздел 4. Обучение и совершенствование элементам техники по видам спорта, лечебно-профилактическим комплексам и системам физических упражнений						
4.1.	Инструктаж по технике безопасности на практических занятиях. Игра «Дартс». Обучение элементам техники броска в дартс: обучение изготовке (положение ног, положение туловища, положение головы, положение рук); обучение хватке (способу удержания дротика); обучение прицеливанию, обучение броску; выпуск (способ освобождения дротика из захвата пальцев); управление дыханием. Лечебно-профилактические комплексы. ОФП.	Практические	4	12	УК-7	Л3.1, Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
4.2.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ведение дневника самоконтроля. Упражнения с элементами спортивных игр. Составить комплекс релаксационных упражнений. Выполнять лечебно-профилактические комплексы. Участие в физкультурно-массовых мероприятиях. Физкультминутки при подготовке к учебным занятиям.	Сам. работа	4	8	УК-7	Л3.1, Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
4.3.	Волейбол. Игра в парах, тройках и т.д. Лечебно-	Практические	4	12	УК-7	Л3.1, Л3.2, Л2.3, Л1.1,

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	профилактические комплексы. ОФП					Л1.2, Л2.1, Л2.2
4.4.	Ежедневная УТГ от 8-10 до 20-30 мин. Ведение дневника самоконтроля. Упражнения с элементами спортивных игр. Составить комплекс релаксационных упражнений. Выполнять лечебно-профилактические комплексы. Участие в физкультурно-массовых мероприятиях. Физкультминутки при подготовке к учебным занятиям.	Сам. работа	4	10	УК-7	Л3.1, Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
4.5.	Оздоровительная аэробика. Разучивание связок (комбинаций). Силовой блок.	Практические	4	4	УК-7	Л3.1, Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
4.6.	Ежедневная УТГ от 8-10 до 20-30 мин. Ведение дневника самоконтроля. Выполнять комплекс релаксационных упражнений. Выполнять лечебно-профилактические комплексы. Участие в физкультурно-массовых мероприятиях. Физкультминутки при подготовке к учебным занятиям.	Сам. работа	4	10	УК-7	Л3.1, Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
4.7.	Степ-аэробика. Разучивание связок (комбинаций). Силовой блок.	Практические	4	4	УК-7	Л3.1, Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
4.8.	Ежедневная УТГ от 8-10 до 20-30 мин. Ведение дневника самоконтроля. Выполнять комплекс релаксационных упражнений. Выполнять лечебно-профилактические комплексы. Участие в физкультурно-массовых мероприятиях. Физкультминутки при подготовке к учебным занятиям.	Сам. работа	4	8	УК-7	Л3.1, Л3.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
4.9.	Функциональная подготовленность.	Практические	4	6	УК-7	Л3.1, Л3.2, Л2.3, Л1.1,

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	Общая физическая подготовка.					Л1.2, Л2.1, Л2.2
4.10.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ведение дневника самоконтроля. Выполнять комплекс релаксационных упражнений. Выполнять лечебно-профилактические комплексы. Участие в физкультурно-массовых мероприятиях. Физкультминутки при подготовке к учебным занятиям.	Сам. работа	4	8	УК-7	Л3.1, Л3.2, 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

Тесты (нормативы) для проведения текущего контроля

Тесты оценки спортивно-технической подготовленности (баскетбол)

№ п/п Тесты Женщины/Мужчины -----Оценка 5-----4-----3-----2-----5-----4-----3-----2

1. Передача и ловля мяча (после отскока) от стенки с расстояния 2м за 30сек. (кол-во раз)

20-----18-----16-----14 25-----23-----21-----19

2. Ведение мяча 15 м правой или левой руками (сек)

4,0-----4,3-----4,6-----4,9 3,0-----3,3-----3,6-----3,9

Тесты оценки по спортивно-технической подготовленности (волейбол)

№ п/п-----Тесты -----Женщины ----Мужчины Оценка 5-----4-----3-----2-----5-----4-----3-----2

1. Передача сверху двумя руками над собой (кол-во раз из 2 попыток).

20-----15-----10-----5 20-----15-----10-----5

2. Передача снизу двумя руками над собой (кол-во раз из 2 попыток).

15-----10-----5-----1 15-----10-----5-----1

Критерии оценивания.

"зачтено" Обучающийся должен сдать четыре теста по спортивно-технической подготовленности не менее чем на оценку «удовлетворительно».

"не зачтено" Обучающийся не сдал четыре теста или получил оценку неудовлетворительно.

Тесты для проведения промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Тесты оценки функциональной подготовленности

п/п № Тесты Единицы измерения Пол м\ж Оценка 5-----4-----3-----2

1. Проба Мартине (20 приседаний за 30 секунд)-----сек.-----м\ж

<25%-----26-50%-----51-75%-----более 75%

ФСС (функциональная способность сердца)-----мин.-----м\ж-----1-----2-----3-----более 3

2. Проба Штанге-----мин., сек-----м\ж-----в норме 40-55 и более

3. Проба Генчи-----мин., сек-----м\ж-----в норме 30-45 и более

4. Проба Ромберга-----сек.-----м\ж

норма - устойчивое состояние, отсутствие дрожания рук и век в течение 15 сек. и более

удовлетворительная реакция – небольшие покачивания в течение 15 сек.

неудовлетворительная – потеря равновесия ранее 15 сек., сильное дрожание рук, век.

Тесты оценки физической подготовленности

ЖЕНЩИНЫ (Ж)

п\п № Тесты-----Единицы измерения-----Оценка 5-----4-----3-----2

1. Поднимание туловища из положения, лежа на спине, руки за головой, ноги закреплены кол-во раз
15-----12-----10-----8
2. Отжимание в упоре стоя на коленях -----кол-во раз
10-----8-----6-----4
3. Наклон туловища вперед из и.п. сед ноги врозь (40 см) -----см-----11-----9-----7-----5
4. «Лодочка» из и.п. лежа на животе-----мин. сек-----2.00-----1.30-----1.00-----30
5. Трехминутный бег -----м-----600-----500-----400-----300
6. Броски и ловля теннисного мяча (одной рукой) с расстояния 1 метра от стенки за 30 сек кол-во раз 25---
---20-----15-----10
7. Поднимание прямых ног из и.п. лежа на спине, руки под ягодицами-----кол-во раз
15-----12-----10-----8

Обязательные тесты для женщин:

1. Поднимание туловища из положения, лежа на спине, руки за головой, ноги закреплены или отжимание в упоре стоя на коленях;
2. Наклон туловища вперед из и.п. сед ноги врозь (40 см);
3. «Лодочка» из и.п. лежа на животе;
4. Трехминутный бег;
5. Броски и ловля теннисного мяча (одной рукой) с расстояния 1 метра от стенки за 30 сек.

МУЖЧИНЫ (М)

п\п № Тесты-----Единицы измерения-----Оценка 5-----4-----3-----2

1. Поднимание туловища из положения, лежа на спине, ноги закреплены -----кол-во раз-----
20-----17-----14-----10
2. Отжимание в упоре лежа кол-во раз-----25-----20-----15-----10
3. Наклон туловища вперед из и.п. сед ноги врозь (40 см)-----см-----9-----7-----5-----3
4. «Лодочка» из и.п. лежа на животе-----мин. сек-----2.00-----1.30-----1.00-----30
5. Трехминутный бег -----м-----700-----600-----500-----400
6. Броски и ловля теннисного мяча (одной рукой) с расстояния 1 метра от стенки за 30 сек-----кол-во
раз-----30-----25-----20-----15
7. Поднимание прямых ног из и.п. лежа на спине, руки под ягодицами-----кол-во раз
20-----17-----14-----10

Обязательные тесты для мужчин:

1. Отжимание в упоре лежа или поднимание туловища из положения, лежа на спине, ноги закреплены;
2. Наклон туловища вперед из и.п. сед ноги врозь (40 см);
3. «Лодочка» из и.п. лежа на животе;
4. Трехминутный бег;
5. Броски и ловля теннисного мяча (одной рукой) с расстояния 1 метра от стенки за 30 сек.

Примечания. Тесты функциональной, спортивно-технической и физической подготовленности

проводятся с учетом показаний и противопоказаний для каждого студента специального отделения.

Студенты, которые не прошли медицинское обследование к сдаче нормативов (тестов) не допускаются.

Критерии оценивания.

"зачтено" Обучающийся должен сдать пять обязательных тестов по физической подготовленности и четыре 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.)

Темы рефератов, рекомендуемые студентам, освобожденным от практических занятий по дисциплине (модулю) для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

1 семестр

1. История развития лечебной физической культуры (ЛФК) в мире и России.
2. Общие основы ЛФК.
3. Средства и формы проведения ЛФК.
4. ЛФК в различных периодах после операционного вмешательства и режимы двигательной активности.
5. Занятия физической культурой в специальных медицинских группах вузов.
6. Методы оценки воздействия физических упражнений и эффективности применения ЛФК.
7. Механизмы лечебного действия физических упражнений.
8. ЛФК (лечебная физическая культура) при заболеваниях сердечно - сосудистой системы.
9. ЛФК при заболеваниях органов дыхания.
10. ЛФК при заболеваниях желудочно-кишечного (ЖКТ) тракта.
11. ЛФК при заболеваниях органов мочевого выделения (мочеполовой системы).
12. ЛФК при опущении органов брюшной полости.
13. ЛФК при гинекологических заболеваниях.
14. ЛФК при нарушениях эндокринной системы.
15. ЛФК при заболеваниях суставов.
16. ЛФК при травмах опорно-двигательного аппарата.
17. ЛФК при операциях на органах грудной клетки и брюшной полости.
18. ЛФК при нарушениях осанки, сколиозах и плоскостопии.
19. ЛФК при заболеваниях нервной системы.
20. ЛФК при нарушениях мозгового кровообращения.
21. ЛФК при травматической болезни спинного мозга (ТБСМ).
22. ЛФК при остеохондрозах позвоночника.
23. ЛФК при заболеваниях органов зрения.
24. Особенности занятий физическими упражнениями в период беременности и в послеродовой период.

2 семестр

1. История развития физической культуры.
2. Сущность и причины возникновения физического воспитания в обществе.
3. Современная система физического воспитания в России.
4. Физическая культура и её влияние на организм человека.
5. Средства, методы и принципы физического воспитания.
6. Формы занятий физической культурой.
7. Связь различных видов воспитания в процессе физического воспитания.
8. Занятия физической культурой и развитие волевых черт характера.
9. Физические качества и основы методики их воспитания.
10. Общая физическая подготовка и специальная физическая подготовка в системе физического воспитания студента.
11. Физическая культура как учебная дисциплина высшего профессионального образования.
12. Занятия физическими упражнениями для повышения настроения и улучшения психической устойчивости организма к неблагоприятным факторам.
13. Влияние оздоровительной физической культуры на организм человека.
14. Адаптивная физическая культура. Виды и компоненты адаптивной физической культуры.
15. Виды физических нагрузок, их интенсивность.
16. Значение мышечной релаксации при занятиях физическими упражнениями. Комплекс упражнений на релаксацию.
17. Понятие «здоровье», его содержание и критерии.
18. Здоровье и физическая работоспособность, резервы организма человека.
19. Здоровье и экология.
20. Основы здорового образа жизни студента.
21. Взаимосвязь общей культуры студента и его образа жизни.
22. Современные популярные системы физической культуры.
23. Мотивация и обоснование индивидуального выбора студентом вида спорта или системы физических упражнений для регулярных занятий.
24. Основы физического воспитания молодой семьи. Соревнования спортивных семей.
25. Формы активного проведения досуга. Праздники здоровья.
26. Взаимосвязь физической и умственной деятельности.
27. Гипокинезия и гиподинамия как факторы нездорового образа жизни.

3 семестр

1. Организация, формы, методики и содержание самостоятельных занятий.
2. Особенности методики занятий физическими упражнениями, связанные с возрастными изменениями организма.

3. Гигиена самостоятельных занятий физическими упражнениями.
4. Общие закономерности изменения работоспособности студентов в учебном дне, неделе, семестре, учебном году.
5. Средства физической культуры в регулировании психоэмоционального и функционального состояния студента в экзаменационный период.
6. Режим труда и отдыха студента.
7. Врачебный контроль, его содержание и задачи.
8. Педагогический контроль. Его виды, содержание и задачи.
9. Самоконтроль, его цели, задачи и методы исследования.
10. Самоконтроль в процессе самостоятельных занятий.
11. Характеристика изменения пульса, частоты дыхания, жизненного объема легких и кровяного давления при мышечной деятельности.
12. Определение нагрузки при занятиях физическими упражнениями по показаниям пульса, жизненного объема легких и частоте дыхания.
13. Использование методов стандартов, антропометрических индексов, функциональных проб и тестов для оценки физического развития, телосложения, функционального состояния организма.
14. Работоспособность и влияние на нее различных факторов.
15. Организация рационального питания студентов. Состав пищи и суточный расход энергии.
16. Витамины и их роль в обмене веществ.
17. Правила составления комплекса утренней гигиенической гимнастики.
18. Закаливание организма. Польза, виды и принципы закаливания.
19. Вредные привычки и их влияние на физическое и умственное развитие человека.
20. Коррекция физического развития телосложения, двигательной и функциональной подготовленности средствами физической культуры и спорта.
21. Занятия физическими упражнениями для снижения массы тела.
22. Современные представления о красивой фигуре и пропорциях тела.
23. Методика корригирующей гимнастики. Комплекс корригирующей гимнастики.
24. Методы коррекции осанки и фигуры.
25. Осанка и походка современного человека.

4 семестр

1. Понятие «спорт». Его отличие от других видов занятий физическими упражнениями.
2. Спорт как национальная ценность.
3. Возникновение первых спортивных состязаний.
4. История олимпийских игр – принципы, традиции, символика.
5. История развития зимних олимпийских игр.
6. История развития летних олимпийских игр.
7. История развития спорта с России.
8. Массовый спорт и спорт высших достижений. Их цели и задачи.
9. Содержание и структура спортивной подготовки.
10. Единая спортивная классификация.
11. Студенческий спорт. Студенческие спортивные организации.
12. Цели, задачи и особенности организации и планирования спортивной подготовки в вузе.
13. Спортивные достижения и тенденции их развития.
14. Пути достижений физической, технической, тактической и психологической подготовленности.
15. Виды и методы контроля над эффективностью тренировочных занятий.
16. Характеристика особенностей воздействия данного вида спорта (системы физических упражнений) на физическое развитие и физическую подготовленность.
17. Профилактика спортивного травматизма.
18. Социальная роль спорта в развитии общества и социализации личности.
19. Профессиональный спорт и закон.
20. Физиологический механизм воздействия аутогенной тренировки на организм человека.
21. Значение мышечной релаксации. Основные виды релаксации.
22. Понятие о профзаболеваниях, их краткая характеристика.
23. Средства и методические основы построения профессионально-прикладной физической подготовки (ППФП). Факторы, определяющие содержание ППФП.
24. Место ППФП в системе физического воспитания.
25. Особенности ППФП студентов по избранным направлениям.
26. Контроль над эффективностью ППФП.
27. Формирование прикладных знаний, умений и навыков.
28. Прикладные психические качества и свойства личности. Воспитание прикладных психофизических качеств.

29. Прикладные виды спорта, их элементы и упражнения.
30. Физическая культура и спорт в подготовке студентов к профессиональной деятельности и экстремальным ситуациям.
31. Роль производственной гимнастики в профессиональной деятельности.
32. Профилактика профессиональных заболеваний средствами физической культуры.
33. Профилактика бытового и профессионального травматизма.
34. Оказание первой медицинской помощи при производственных травмах.
35. Личная и социально-экономическая необходимость подготовки человека к труду.

Критерии оценки рефератов.

Отлично (зачтено) - Соответствие содержания, теме реферата. Глубокое и всестороннее знание студентом изложенного материала в реферате, изученной литературы. Умение грамотно и аргументировано изложить суть проблемы. Основные понятия, выводы и обобщения сформулированы убедительно.

Хорошо (зачтено) - Недостатки в систематизации или в обобщении материала, неточности в выводах. Студент свободно владеет материалом, нет существенных недочетов.

Удовлетворительно (зачтено) - задание выполнено не в полном объеме, не раскрыта тема. Нелогичность изложения материала, ошибки в выводах.

Неудовлетворительно (не зачтено) - Неверное изложение основных вопросов темы, нет обобщений и выводов. Текст реферата в значительной части или в целом дословно переписан из первоисточника без ссылок на него.

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация оценивается обязательными тестами по функциональной и физической подготовленности.

(Ж, М) - сдают четыре 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".

Обучающиеся, освобожденные от практических занятий по дисциплине (модулю) пишут и защищают рефераты в соответствии с критериями оценивания.

Критерии оценки рефератов.

Отлично (зачтено) Соответствие содержания, теме реферата. Глубокое и всестороннее знание студентом изложенного материала в реферате, изученной литературы. Умение грамотно и аргументировано изложить суть проблемы. Основные понятия, выводы и обобщения сформулированы убедительно.

Хорошо (зачтено) Недостатки в систематизации или в обобщении материала, неточности в выводах.

Студент свободно владеет материалом, нет существенных недочетов.

Удовлетворительно (зачтено) задание выполнено не в полном объеме, не раскрыта тема. Нелогичность изложения материала, ошибки в выводах.

Неудовлетворительно (не зачтено) Неверное изложение основных вопросов темы, нет обобщений и выводов. Текст доклада в значительной части или в целом дословно переписан из первоисточника без ссылок на него.

Примечание. Тесты функциональной, спортивно-технической и физической подготовленности проводятся с учетом показаний и противопоказаний для каждого студента специального отделения.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Кондакова В.Л.	Самостоятельная работа студента по физической культуре: учебное пособие	М: Юрайт, 2021	https://urait.ru/viewer/samos-toyatelnaya-rabota-studenta-po-fizicheskoy-kulture-476334#page/1

Л1.2	Спатаева М.Х., Патрина С.Г.	Организация и методика проведения занятий по физической культуре в специальной группе : учебное пособие	Омск: СибАДИ, 2020	https://e.lanbook.com/reader/book/149476/#2
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Глазина Т.А., Кабышева М.И.	Лечебная физическая культура: Практикум для студентов специальной медицинской группы: учебное пособие.: учебное пособие	Оренбург: ОГУ, 2017	http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=485284
Л2.2	Алаева Л.С.	Основы организации и проведения занятий по оздоровительной аэробике: учебное пособие : учебное пособие	Омск: СибГУФК, 2007	http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=274510&sr=1
Л2.3	Турманидзе В.Г., Иванова Л.М., Ковтун Г.С. и др.	Спортивные игры: волейбол, баскетбол, бадминтон: учебное пособие	Ом. гос. ун-та, 2018	http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=563142&sr=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
Л3.2	Лопатина О.А., Дугнист П.Я. и др.	Физическая культура и спорт: Учебное пособие	Барнаул: АлтГУ, 2018	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/4908
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=1018		
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);</p>				

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

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>
<https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=1018>)

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 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 обрешиненные; 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 пресса проф.; скамьи Жим 0°; скамья Жим 30°; скамья Жим из-за головы; скамья Французский жим; степ-платформа; стойка для

Аудитория	Назначение	Оборудование
		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 волейбольный; 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; 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» для обучающихся специального отделения реализуется в виде практических занятий 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.

Практические занятия 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.

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).

Тесты функциональной, спортивно-технической и физической подготовленности проводятся с учетом показаний и противопоказаний для каждого студента специального отделения.

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.

Для групп специального отделения 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 в каждом учебном семестре.

Методические указания по подготовке и оформлению рефератов для студентов, освобожденных от практических занятий

В реферате студент должен раскрыть содержание конкретной темы на основе изучения научных статей, учебников, учебных пособий и др.

План реферата должен составляться после выбора темы, изучения литературы. В него рекомендуется включать не более трех-четырёх наиболее важных вопросов, раскрывающих содержание темы.

На индивидуальную работу студентов вынесены темы наиболее доступные для самостоятельной проработки.

Оформление реферата

Структура реферата:

- титульный лист;
- план;
- содержание реферата, соответственно плану;
- библиографический список;
- приложение (если необходимо).

Требования к оформлению и содержанию реферата

Объем реферата должен составлять 20-25 печатных листов.

Компьютерная распечатка работы выглядит следующим образом:

- текст работы печатается в программе «Microsoft Word»;
- шрифтом «Times New Roman»;
- размер шрифта – 14;
- интервал 1,5;
- поля: верхнее 2 см, левое 3 см, нижнее 2 см, правое 1,5 см.;
- при наборе таблиц размер шрифта меняется на 12;
- текст выравнивается по ширине; название глав и заголовков – посередине;
- название глав и заголовков в тексте выделяются жирным шрифтом и должны соответствовать содержанию работы;
- все страницы текста, включая страницы с рисунками и таблицами, имеют нумерацию;
- номер страницы печатается посередине сверху (или в правом верхнем углу) без дополнительных обозначений (скобок, тире).

Титульный лист – начальный лист, который не нумеруется, но считается первой страницей.

Название министерства, учебного учреждения – все слова печатаются большими буквами, жирным шрифтом, по центру, размер шрифта 14, без сокращений.

Название кафедры, на которой выполнена работа, печатается по центру, с большой буквы, размер шрифта 14, без сокращений.

Название работы печатается по центру, с большой буквы, размер шрифта от 14 до 18.

В нижнем правом углу печатаются данные исполнителя работы и руководителя с указанием его должности и научных регалий.

Внизу титульного листа – название города и год выполнения работы – печатается с большой буквы, размер шрифта 14, по центру.

Весь табличный материал – идет по тексту. Слово «Таблица» печатается в правом верхнем углу самого объекта, ниже по центру – название таблицы – шрифт 14 (ж), ниже сама таблица – шрифт в таблице 12, таблица выравнивается по центру страницы.

Графики, схемы, диаграммы и рисунки выносятся в ПРИЛОЖЕНИЕ без нумерации. Оно располагается после списка литературы и оформляется в книжном или альбомном формате. Слово «ПРИЛОЖЕНИЕ» печатается в правом верхнем углу с порядковым номером, шрифт 14 (ж); название объекта – посередине, шрифт 14 (ж); в схемах, рисунках, диаграммах – шрифт зависит от объёма изображаемого объекта, но должен быть не менее 8 и не более 14.

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-2023

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	
	16		18			
Неделя						
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	20	20	18	18	38	38
Практические	26	26	22	22	48	48
Сам. работа	26	26	77	77	103	103
Часы на контроль	0	0	27	27	27	27
Итого	72	72	144	144	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 26.06.2023 протокол № 4.

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

Т.В. Чернышова

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 *Т.В. Чернышова*

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	4	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	4	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	4	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	4	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	6	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.	Ш. Бодлер "Цветы зла"	Практические	2	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
7.7.	Драматургия символизма. Творчество М. Метерлинка	Практические	2	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
7.8.	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	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
8.4.	Жанр антиутопии в XX веке	Практические	2	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
8.5.	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
8.6.	Творчество П. Зюскинда, его кинематографическая рецепция	Практические	2	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
8.7.	Защита индивидуальных проектов	Практические	2	4	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
8.8.	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
8.9.	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	47	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 (1 семестр) и https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=1238 (2 семестр)</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> <p>Вопрос 1. Что было написано на яблоке, из-за которого поссорились три богини – Гера, Афродита и Афина?</p> <p>а. Прекраснейшей б. Мудрейшей в. Величайшей</p>

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 некрещенные 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.

Задания по программе 2 семестра

Задания закрытого типа. Верный ответ оценивается в 1 балл.

1. Эстетика романтизма опирается на знания о природе (1), науку (2), разум (3), эпатаж (4), фантазию (5).
Верный ответ 5.

2. Видным деятелем реализма является художник Густав Курбе (1), Эжен Делакруа (2), Карл Брюллов (3), Каспар Давид Фридрих (4).

Верный ответ 1.

3. Направление в искусстве, которое провозгласило основной целью передачу непосредственных мгновенных впечатлений, называется романтизм (1), импрессионизм (2), реализм, дадаизм (3), сюрреализм (4)

Верный ответ 2.

4. Абсурд, эпатаж и бессмыслица характерны для такого течения, как символизм(1), кубизм (2), дадаизм (3), декаданс (4).

Верный ответ 3.

5. Для сюрреалистов большое значение имело учение Дарвина (1), Кьюве (2), Фрейда (3), Маркса (4), Юнга (4).

Верный ответ 3

6. Важным отличием постмодернизма стал всеобщий плюрализм (1), интернационализм (2), плагиат (3), отказ от желания стать понятным (4).

Верный ответ 1.

7. Укажите темы, которые были ярко выражены в творчестве Э. По: тема аналитических возможностей человеческого разума (1), тема любви между мужчиной и женщиной (2), тема смерти (3,) тема семьи (4) тема природы (5).

Верный ответ 1,3.

8. В "Человеческой комедии" Бальзак хотел показать и высмеять все человеческие пороки (1), описать со всех сторон жизнь одного человека (2), создать полноценный портрет социальной жизни современной ему Франции (3), дописать на современном материале "Божественную комедию" Данте (4).

Верный ответ 3.

9. Отметьте качества, характерные для романтического героя: он влюблен (1), он обладает внешней красотой (2), он находится в конфликте с обществом (3), это исключительная личность (4), зачастую это бунтарь (5).

Верный ответ 3,4,5.

10. Укажите черты, свойственные романтизму как направлению в искусстве: интерес к культуре и быту далеких стран и народов (1), интерес к анализу социальной действительности (2), использование достижений психологии для анализа внутреннего мира персонажа (3), интерес к фольклору (4), интерес к национальной истории (5).

Верный ответ 1,4,5.

11. Укажите, о каком направлении в искусстве идет речь: «Данное направление отражало в мире искусства острые социальные проблемы, давало оценку различным явлениям в жизни общества»: сюрреализм (1), импрессионизм (2), реализм (3), романтизм (4), сентиментализм (5).

Верный ответ 3.

12. Укажите черты, свойственные реализму: установка на анализ действительности (1), интерес к жизни

других народов (2), толерантное отношение к людям других национальностей (3), изображение только тех людей, которые реально существовали (3), изображение типического (4), установка на имитацию жизни, на правдивость изображения (5), использование научного языка в произведениях (6).

Верный ответ 1,4,5.

13. Укажите характерные для художников-импрессионистов черты: часто создавали картины в соавторстве (1), стремились "увидеть мгновение" и отразить впечатление (2), они не стремились к затрагиванию острых социальных проблем или эпатажу (3), использовали новые изобразительные приемы (4), использовали только масляные краски (5).

Верный ответ 2,3,4.

14. Укажите авангардные течения в искусстве: сюрреализм (1), дадаизм (2), футуризм (3), импрессионизм (4), магический реализм (5).

Верный ответ 1,2,3.

15. Укажите утверждения, верные в отношении авангарда: Появление авангардистских течений связывают с Первой мировой войной (1); Термин авангард был самоназванием некоторых группировок в искусстве (2); Самое существенное в авангарде - это его стремление проанализировать социальную действительность (3); Авангард в искусстве ярко проявил себя в первой четверти 20 века (4); Авангардисты часто отказывались от принципа жизнеподобия в искусстве (5).

Верный ответ 1,4,5.

16. Укажите черты, характерные для постмодернистского искусства: смешение высокого и низкого (1), цитатность (2), любовный сюжет (3), трансформации жанровых форм (4) необычный герой, не вписывающийся ни в какие рамки (5).

Верный ответ 1,2,4.

Задания открытого типа

1. Кратко охарактеризуйте стиль «потока сознания», укажите его черты.

2. Укажите писателей-модернистов, назовите как минимум 1 произведение (2-5 имен).

3. Укажите известных художников-передвижников, назовите несколько их картин (2-5 имен, 2-3 картины).

4. Кратко охарактеризуйте движение художников-передвижников, укажите его основные черты.

5. Перечислите художников-сюрреалистов (2-5 имен).

6. Кратко охарактеризуйте такое явление в искусстве 19 века, как «байронизм».

7. Сформулируйте главное отличие реализма от романтизма.

8. Сформулируйте главное отличие романтизма от классицизма.

9. Укажите известных художников-романтиков (2-5 имен, 2-3 картины).

10. Укажите известных художников-реалистов (2-5 имен, 2-3 картины).

11. Перечислите основные черты массовой культуры.

12. Укажите, какие технологии повлияли на развитие массовой культуры.

13. Перечислите основные жанры массового кинематографа, кратко охарактеризуйте их.

14. Назовите главное отличие жанра антиутопии от жанра утопии.

15. Укажите писателя, являющегося родоначальником жанра детектива, и перечислите основные черты этого жанра.

16. Правда ли, что в архитектуре модернизм следовал принципу функциональности здания и если да, то почему?

17. Для какого течения живописи характерно использование пленэра и почему?

18. Укажите 5-7 течений живописи модернизма и авангарда.

19. Верно ли следующее утверждение: «жанр антиутопии характерен только для элитарной культуры»? Ответ аргументируйте.

20. Укажите основные темы и мотивы сборника стихов Ш. Бодлера «Цветы зла».

Критерии оценивания открытых вопросов.

«Отлично» - ответ полный, развернутый, терминология сохранена, ошибок нет.

«Хорошо» - ответ полный, но краткий, терминология сохранена, ошибок нет, но могут быть недочеты.

«удовлетворительно» - ответ неполный, есть ошибки, терминологические недостатки, суждения фрагментарны.

«неудовлетворительно» - ответ неверен, не соответствует вопросу или переданы лишь отдельные недостаточные фрагменты материала или допущены существенные ошибки.

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

1 семестр: Не предусмотрены.

2 семестр: предусмотрено выполнение индивидуального проекта, который предоставляется в письменном

виде (доклад+презентация) и проходит устную защиту.
Проект должен быть посвящен тому или иному течению/явлению,видному представителю искусства 19-21 вв., не изученному на лекциях и практических занятиях.

Перечень возможных для выбора тем:

Неоромантизм
Социалистический реализм (архитектура),
Социалистический реализм (скульптура),
Магический реализм
Школа мусорного ведра
Модёрн (архитектура)
Модёрн (живопись, графика)
Модёрн (дизайн)
Прерафаэлиты
Абстракционизм (можно взять один из периодов)
Баухаус
Конструктивизм
Кубизм
Примитивизм
Супрематизм
Экспрессионизм
Новая венская школа
Минимализм (музыка)
Минимализм (живопись)
Дегенеративное искусство
Функционализм
Ар-деко
Органическая архитектура
"Могучая кучка"
Додекафония
Футуризм (в живописи)
Джаз
Рок-н-ролл
Графический роман и др.
Студент может согласовать с преподавателем собственный вариант (живопись, музыка, скульптура, дизайн, кинематограф), при условии, что это течение/персона в искусстве широко известны, оказали значительное влияние на последующие культурные практики. При рассказе о конкретном деятеле искусства нужно сосредоточиться на его творческой, а не личной биографии.

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				
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) 7-Zip AcrobatReader				

6.4. Перечень информационных справочных систем

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)
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 контролирующую функцию 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»

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-2023

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	
	Неделя		13,5			
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 26.06.2023 протокол № 4.

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, Л1.6
1.2.	Основные задачи и возможности медиаанализа	Практические	7	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6
1.3.	Основные задачи и возможности медиаанализа	Сам. работа	7	8	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6
1.4.	Медиаизмерения и оценка PR-кампаний	Лекции	7	2	ОПК-4.1, ОПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6
1.5.	Медиаизмерения и оценка PR-кампаний	Практические	7	6	ОПК-4.1, ОПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6
1.6.	Медиаизмерения и оценка PR-кампаний	Сам. работа	7	8	ОПК-4.1, ОПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6
1.7.	Этапы и результаты медиааналитического исследования	Лекции	7	6	ОПК-4.2, ОПК-2.1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6
1.8.	Этапы и результаты медиааналитического исследования	Практические	7	10	ОПК-4.2, ОПК-2.1	
1.9.	Этапы и результаты медиааналитического исследования	Сам. работа	7	8	ОПК-4.2, ОПК-2.1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6
Раздел 2. 2. Оценка коммуникаций: параметры, метрики, выбор показателей эффективности (KPI)						
2.1.	Наиболее часто используемые простые параметры исследования публикаций	Лекции	7	6	ОПК-4.1, ОПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6
2.2.	Наиболее часто используемые простые параметры исследования публикаций	Практические	7	6	ОПК-4.1, ОПК-4.2	
2.3.	Наиболее часто используемые простые параметры	Сам. работа	7	6	ОПК-4.1, ОПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	исследования публикаций					
2.4.	Метрики, служащие анализу СМИ	Лекции	8	6	ОПК-4.1, ОПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6
2.5.	Метрики, служащие анализу СМИ	Практические	8	2	ОПК-4.1, ОПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6
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, Л1.6
2.7.	Интегральные метрики оценки СМИ	Лекции	8	2	ОПК-4.1, ОПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6
2.8.	Интегральные метрики оценки СМИ	Практические	8	6	ОПК-4.1, ОПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6
2.9.	Интегральные метрики оценки СМИ	Сам. работа	8	10	ОПК-4.1, ОПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6
2.10.	Метрики для анализа социальных медиа	Лекции	8	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6
2.11.	Метрики для анализа социальных медиа	Практические	8	6	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6
2.12.	Метрики для анализа социальных медиа	Сам. работа	8	10	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6
2.13.	Система KPI PR-специалиста: СМИ	Лекции	8	4	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6
2.14.	Система KPI PR-специалиста: СМИ	Практические	8	4	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6
2.15.	Система KPI PR-специалиста: СМИ	Сам. работа	8	9	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6
2.16.	Система KPI PR-специалиста: Social Media	Лекции	8	6	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6
2.17.	Система KPI PR-специалиста: Social Media	Практические	8	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6
2.18.	Система KPI PR-специалиста: Social Media	Сам. работа	8	10	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6
2.19.	Исследование целевых аудиторий — общие рекомендации	Практические	8	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.20.	Исследование целевых аудиторий — общие рекомендации	Сам. работа	8	10	ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6
2.21.	Оценка удовлетворенности клиентов PR-агентств: общие рекомендации	Практические	8	2	ОПК-4.1, ОПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6
2.22.	Оценка удовлетворенности клиентов PR-агентств: общие рекомендации	Сам. работа	8	10	ОПК-4.1, ОПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6
2.23.		Зачет	7	0	ОПК-4.1, ОПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6
2.24.		Зачет с оценкой	8	27	ОПК-4.1, ОПК-4.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6

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?id=10847>

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. 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. Виральный 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 признаками виральности, 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 прессы-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, 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 tt 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 ОПК-4: Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

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; категориальные 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/компания 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/компания 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 завершённого 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/зачет 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
--	--------	----------	-------------------	-----------

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	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	https://www.biblio-online.ru/bcode/428807
ЛП.3	Зельдович, Б. З.	Медиаменеджмент:	, 2020	https://www.biblio-online.ru/bcode/457060
ЛП.4	Б. З. Зельдови	Менеджмент в медиаиндустрии: учебник для среднего профессионального образования	Издательство Юрайт, 2021	https://urait.ru/bcode/476279
ЛП.5	Н. Б. Кириллова	Медиакультура и основы медиаменеджмента: учебное пособие	Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597869
ЛП.6	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

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
106Л	помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Стеллажи – 3 шт. осциллограф, паяльная станция, источник тока, переносные ноутбуки
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 В -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)
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 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 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/экзамен. 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»

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-2023

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 17		16			
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 26.06.2023 протокол № 4.

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	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.2.	Инструменты и методы работы в современном дизайне	Лабораторные	6	4	ОПК-6.1, ОПК-6.2	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.3.	Инструменты и методы работы в современном дизайне	Сам. работа	6	8	ОПК-6.1, ОПК-6.2	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.4.	Развитие визуальной коммуникации и дизайна: исторический экскурс	Лекции	6	2	ОПК-6.2	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.5.	Развитие визуальной коммуникации и дизайна: исторический экскурс	Лабораторные	6	4	ОПК-6.2	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.6.	Развитие визуальной коммуникации и дизайна: исторический экскурс	Сам. работа	6	8	ОПК-6.2	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.7.	Визуальный дизайн: цвет	Лекции	6	2	ОПК-6.2	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.8.	Визуальный дизайн: цвет	Лабораторные	6	4	ОПК-6.2	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.9.	Визуальный дизайн: цвет	Сам. работа	6	8	ОПК-6.2	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.10.	Визуальный дизайн: форма и композиция	Лекции	6	2	ОПК-6.2	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.11.	Визуальный дизайн: форма и композиция	Лабораторные	6	4	ОПК-6.2	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.12.	Визуальный дизайн: форма и композиция	Сам. работа	6	8	ОПК-6.2	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.13.	Визуальный дизайн: шрифт и основы типографики	Лекции	6	2	ОПК-6.2	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.14.	Визуальный дизайн: шрифт и основы типографики	Лабораторные	6	4	ОПК-6.2	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.15.	Визуальный дизайн: шрифт и основы типографики	Сам. работа	6	8	ОПК-6.2	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.16.	Понятный и привлекательный дизайн: психофизиология восприятия визуальной информации. Приемы визуализации информации.	Лекции	6	4	ОПК-6.2	Л1.2, Л2.1, Л1.1

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	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.18.	Разработка графического дизайна для медиапроекта	Сам. работа	6	26	ОПК-6.2	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.19.	Защита проекта медиадизайна	Лабораторные	6	4	ОПК-6.2	Л1.2, Л2.1, Л1.1
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	Л1.2, Л2.1, Л1.1
2.2.	Инструменты и технологии быстрой разработки веб-проектов для сферы медиа	Лабораторные	7	4	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-4.2	Л1.2, Л2.1, Л1.1
2.3.	Исследование и анализ целевой аудитории и коммуникационных целей	Лекции	7	2	ОПК-6.2, ОПК-4.2	Л1.2, Л2.1, Л1.1
2.4.	Исследование и анализ целевой аудитории	Сам. работа	7	8	ОПК-6.2, ОПК-4.2	Л1.2, Л2.1, Л1.1
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	Л1.2, Л2.1, Л1.1
2.6.	Анализ существующих решений в веб-дизайне	Сам. работа	7	8	ОПК-6.2	Л1.2, Л2.1, Л1.1
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	Л1.2, Л2.1, Л1.1

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	Л1.2, Л2.1, Л1.1
2.9.	Создание прототипов и макетов для улучшения пользовательского опыта.	Сам. работа	7	10	ОПК-6.2	Л1.2, Л2.1, Л1.1
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	Л1.2, Л2.1, Л1.1
2.11.	Создание визуальных материалов для социальных медиа-платформ.	Сам. работа	7	10	ОПК-6.2	Л1.2, Л2.1, Л1.1
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	Л1.2, Л2.1, Л1.1
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	Л1.2, Л2.1, Л1.1

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	Л1.2, Л2.1, Л1.1
2.15.	Разработка медиадизайна для пресс-релизов, статей и других PR-материалов.	Сам. работа	7	10	ОПК-6.2	Л1.2, Л2.1, Л1.1
2.16.	Проектная работа в медиадизайне. Разработка комплексного медиадизайна для веб-проекта	Лекции	7	2	ОПК-6.2	Л1.2, Л2.1, Л1.1
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	Л1.2, Л2.1, Л1.1
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	Л1.2, 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

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	Поляков, В. А.	Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и	Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/0A785AA3-6C5E-4A15

		практикум для академического бакалавриата		-90CA-0F94618 AC3B4
Л1.2	Усанова А. Л.	Основы композиции в дизайне: прогр. и метод. рекомендации	Барнаул: Изд-во АлтГУ, 2009	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/3557
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
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
106Л	помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Стеллажи – 3 шт. осциллограф, паяльная станция, источник тока, переносные ноутбуки
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
206Л	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, мониторы: марка Philips модель 227E3LHSU - 14 единиц
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 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-2023

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	
	Неделя		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 26.06.2023 протокол № 4.

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 журналистской деятельности.	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.

<p align="center">5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)</p>
<p>Не предусмотрено</p>
<p align="center">5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации</p>
<p>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.</p> <p>ВОПРОСЫ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО ХАРАКТЕРА</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. <p>ВОПРОСЫ ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ХАРАКТЕРА</p> <p>Анализ предложенного медиатекста с позиции основных принципов и методов психологии. Выявление мотивации, особенностей мышления и установок автора.</p> <p>КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:</p> <p>«Отлично» (зачтено): студентом дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на</p>

<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
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»

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-2023		
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	16,5	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 26.06.2023 протокол № 4.

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/зачет с оценкой (для обучающихся, не получивших зачет по результатам текущей успеваемости) по всему изученному курсу. Аттестация 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 медиопредпочтениям 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 4P 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-2023

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	
	Неделя		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 26.06.2023 протокол № 4.

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. Положение 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»

Технологии конструирования контента 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-2023

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):
к.филол.н., доцент, Валулина Е.В.

Рецензент(ы):
Телеведущий ГТРК Алтай, Долгова Т.Н.

Рабочая программа дисциплины
Технологии конструирования контента

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 26.06.2023 протокол № 4.

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
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.	<p>Целью дисциплины является формирование системного понимания принципов взаимодействия аудитории с контентом, а также освоение первичных навыков и умений сторителлинга, продюсирования и самостоятельного создания аудио-, фото- и видео контента.</p> <p>- изучить технологии контент-маркетинга: от создания стратегии, постановки целей и задач, определения целевой аудитории, создания редакционного календаря до каналов передачи и продвижения этого контента и анализа результатов;</p> <p>- изучить особенности восприятия контента потребителями, различия видов и форм контента, особенности привлечения аудитории для различных видов контента, а также инструменты продвижения контента;</p>
------	---

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-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.	Основные принципы медиарилейшнз, корректно определяет типы меди и медийного контента, уверенно анализировать и создавать тексты для медиа.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	Умеет использовать различные технологии и инструменты для создания различного контента. Видит различия между текстами для основных типов медиа, различает специфику создания текстов с учетом различных редакций. Владеет навыками съемки и монтажа видеоматериалов.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	Знает различные технологии конструирования контента, умеет продюсировать и производить различные аудиовизуальные/видеовизуальные и текстовые произведения короткого формата для медийных платформ и соцсетей.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Раздел 1. Концепция современного контент-маркетинга						
1.1.	Введение в контент-маркетинг: задача контент-стратегии	Лекции	2	4	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2	
1.2.	Введение в контент-маркетинг: задача контент-стратегии	Сам. работа	2	33	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2	
1.3.	Типология контента медиа.	Лекции	2	4	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2	
1.4.	Анализ целевой аудитории и конкурентов	Лабораторные	2	4	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2	
1.5.	Типы контента: затраты и вовлеченность. Текстовый контент. Графический контент. Вебинары, книги и исследования как особый вид контента. Видеоконтент	Лекции	2	2	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2	
1.6.	Типы контента: затраты и вовлеченность. Текстовый контент. Графический контент. Вебинары, книги и исследования как особый вид контента. Видеоконтент	Лабораторные	2	6	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2	
1.7.	Текстовый контент: от задумки до воплощения	Лабораторные	2	4	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2	
1.8.	Написание и редакция текста	Лабораторные	2	4	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2	
1.9.	Графический контент	Лабораторные	2	4	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2	
1.10.	Инфографика	Лабораторные	2	2	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2	

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.11.	Вебинары, книги и исследования как особый вид контента	Лабораторные	2	2	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2	
1.12.	Видеоконтент	Лабораторные	2	6	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2	
1.13.	Особенности создания контента	Сам. работа	2	33	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2	
Раздел 2. Раздел 2. Распространение и продвижение контента						
2.1.	Распространение контента: куда и зачем. Социальные сети. Блоги. Мессенджеры. Рассылки. Сайт как СМИ	Лекции	3	4	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2	
2.2.	Технологии создания контента для социальных сетей	Лекции	3	2	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2	
2.3.	Блоги. Videоблоги	Лабораторные	3	4	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2	
2.4.	Мессенджеры	Лабораторные	3	4	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2	
2.5.	Продвижение контента. Поисковая оптимизация. Редакционная политика. Работа с репутацией и комьюнити-менеджмент. Анализ эффективности контент-стратегии.	Лекции	3	6	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2	
2.6.	Продвижение контента. Поисковая оптимизация. Редакционная политика. Работа с репутацией и комьюнитименеджмент. Анализ эффективности контент-стратегии.	Лабораторные	3	4	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2	
2.7.	Поисковая оптимизация	Лабораторные	3	3	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2	
2.8.	Создание вирусного контента	Лабораторные	3	3	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2	

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.9.	Продвижение контента через социальные сети: ВКонтакте	Лабораторные	3	2	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2	
2.10.	Наполнение сайта. Составление семантического ядра. SEO-контент	Лабораторные	3	4	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2	
2.11.	Редакционная политика: контент план, жанры, каналы, рубрики	Лабораторные	3	4	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2	
2.12.	Анализ эффективности контент-стратегии	Лабораторные	3	4	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2	
2.13.	Продвижение контента	Сам. работа	3	37	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2	

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

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература					
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"					
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Название</th> <th>Эл. адрес</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Э1 Электронный курс "Технологии конструирования контента"</td> <td>https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=11480</td> </tr> </tbody> </table>	Название	Эл. адрес	Э1 Электронный курс "Технологии конструирования контента"	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=11480
Название	Эл. адрес				
Э1 Электронный курс "Технологии конструирования контента"	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=11480				
6.3. Перечень программного обеспечения					
6.4. Перечень информационных справочных систем					

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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-2023

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 26.06.2023 протокол № 4.

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.	<ul style="list-style-type: none">- подготовка к обоснованному и мотивированному выбору студентом специализации профессиональной деятельности с учётом особенностей ОВЗ. Для достижения поставленной цели выделяются задачи курса: <ul style="list-style-type: none">- начальное знакомство с направлениями профессиональной деятельности учёта 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-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

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	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.2.	История становления профессии.	Лекции	1	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	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	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л2.1, Л2.2, Л1.1
2.2.	Подготовка к выступлению. Выступление с презентацией	Практические	1	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л2.1, Л2.2, Л1.1
2.3.	Ответы на вопросы. Работа с аудиторией. Завершение выступления.	Сам. работа	1	18	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л2.1, Л2.2, Л1.1
Раздел 3. Раздел 3. Анализ полученного опыта и результата своих действий.						
3.1.	Профдиагностика	Практические	1	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	Л2.1, Л2.2, Л1.1
3.2.	Консультирование	Практические	1	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	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	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4	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				
<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);</p>				

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);

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); групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 13 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска магнитно-маркерная; интерактивная доска: SMART Board – 1 ед.; персональные компьютеры: NAIU 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 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 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.