

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_РиСО-2020
Год начала подготовки	2020

Место дисциплины в учебном плане	Название дисциплины
Б1.В.1	Компьютерный дизайн в рекламной и PR-деятельности
Б1.В.1	Медиапланирование в рекламной и PR-деятельности
Б1.В.1	Организация и проведение коммуникационных кампаний
Б1.В.1	Основы брендинга
Б1.В.1	Основы теории коммуникации
Б1.В.1	Основы управления конфликтами в рекламной и PR-деятельности
Б1.В.1	Продвижение в социальных медиа (SMM)
Б1.В.1	Современная пресс-служба
Б1.В.1	Стратегии торговой марки
Б1.В.1	Теория и практика массовой информации
Б1.В.1	Технологии экспертизы рекламных и PR продуктов
Б1.В.1	Управление репутацией
Б1.В.ДВ.1.1	Event-менеджмент
Б1.В.ДВ.1.1	GR-технологии
Б1.В.ДВ.1.1	Корпоративные коммуникации
Б1.В.ДВ.1.1	Межкультурные коммуникации

Место дисциплины в учебном плане	Название дисциплины
Б1.В.ДВ.1.1	Продвижение территории
Б1.В.ДВ.1.2	Инновационные технологии в рекламе и связях с общественностью
Б1.В.ДВ.1.2	Интернет-СМИ
Б1.В.ДВ.1.2	Манипулятивные технологии в РиСО
Б1.В.ДВ.1.2	Маркетинг территории
Б1.В.ДВ.1.2	Электронные коммуникации
Б1.В.ДВ.2.1	Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью
Б1.В.ДВ.2.1	Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью (практикум)
Б1.В.ДВ.2.1	Стартап в цифровой среде
Б1.В.ДВ.2.2	Социальное предпринимательство в профессиональной деятельности
Б1.В.ДВ.2.2	Социальное проектирование в профессиональной деятельности
Б1.В.ДВ.2.2	Технология разработки бизнес-плана в социальном предпринимательстве
Б1.О.1	Городское пространство и массовые коммуникации
Б1.О.1	История (история России, всеобщая история)
Б1.О.1	История мировой литературы и искусства
Б1.О.1	История рекламы и связей с общественностью
Б1.О.1	Общая и профессиональная риторика в рекламной и PR деятельности
Б1.О.1	Политология
Б1.О.1	Профессиональное деловое общение в рекламной и PR-деятельности
Б1.О.1	Речевая культура специалиста в рекламе и связях с общественностью
Б1.О.1	Философия
Б1.О.1	Экономика
Б1.О.2	Иностранный язык
Б1.О.2	Компьютерные технологии и информатика в рекламе и связях с общественностью
Б1.О.2	Цифровые коммуникации
Б1.О.3	Безопасность жизнедеятельности
Б1.О.3	Физическая культура и спорт
Б1.О.3	Элективные дисциплины по физической культуре и спорту
Б1.О.4	Актуальные проблемы исследований в рекламе и связях с общественностью
Б1.О.4	Интегрированные коммуникации
Б1.О.4	Интернет-реклама и PR
Б1.О.4	Маркетинг в рекламе и связях с общественностью

Место дисциплины в учебном плане	Название дисциплины
Б1.О.4	Математические методы в проведении социологических исследований в рекламе и связях с общественностью
Б1.О.4	Менеджмент в рекламе и связях с общественностью
Б1.О.4	Методика и техника исследований в рекламе и связях с общественностью
Б1.О.4	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
Б1.О.4	Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы
Б1.О.4	Психология рекламы и связей с общественностью
Б1.О.4	Социальная психология в рекламной и PR деятельности
Б1.О.4	Социология рекламы и связей с общественностью
Б1.О.4	Теория и практика рекламного и PR-текста
Б1.О.4	Теория и практика связей с общественностью и рекламы
Б1.О.4	Язык и стиль современной рекламы и PR
ФТД.В	Введение в профессию (адаптивная дисциплина для лиц с ограниченными возможностями здоровья)
ФТД.В	Тренинг "Эффективная презентация проекта"

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Компьютерный дизайн 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_РиСО-2020

Часов по учебному плану	144	Виды контроля по семестрам
в том числе:		диф. зачеты: 6
аудиторные занятия	56	
самостоятельная работа	88	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	3 (5)		3 (6)		Итого	
	УП	РПД	УП	РПД		
Неделя	17		16			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	6	6	4	4	10	10
Лабораторные	22	22	24	24	46	46
Сам. работа	44	44	44	44	88	88
Итого	72	72	72	72	144	144

Программу составил(и):
Преод., Боржиков Т.С.

Рецензент(ы):
к.социол.н., Доцент, Лапина Н.В.

Рабочая программа дисциплины
Компьютерный дизайн 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 30.06.2020 протокол № 6.

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

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

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

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

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

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	ознакомление студентов с идеологией и технологией работы в области компьютерного дизайна; овладение практическими навыками использования графических редакторов в профессиональной деятельности.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.1

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен


3.1.	Знать:
3.1.1.	базовые основы дизайна, правила построения композиции, базовые основы компьютерного дизайна, основные виды графики, цветовых моделей, цветовых и композиционных контрастах, основы рекламного дизайна.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	анализировать и оценивать дизайн-продукты, использовать креативные технологии в разработке дизайн-продуктов, разрабатывать технические задания, брендбук и гайдлайн.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками работы в растровом графическом редакторе (Photoshop), навыками работы в векторном графическом редакторе (CorelDraw, Illustrator), навыками разработки рекламных дизайн-продуктов.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Раздел 1. Основы рекламного дизайна						
1.1.	Векторная и растровая графика.	Лекции	5	2		Л1.1, Л2.2
1.2.	Цветовые модели, цветовые и композиционные контрасты.	Лекции	5	2		Л1.1, Л2.2
1.3.	Известные дизайнеры и их работы	Сам. работа	5	16		
Раздел 2. Графический редактор AliveColors						
2.1.	Разработка инфографики	Лабораторные	5	8		Л1.1, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.2.	Графический редактор AliveColors	Лекции	5	2		
2.3.	Разработка инфографики	Сам. работа	5	16		Л1.1, Л2.1
2.4.	Разработка 3D-графики в Vectary	Лабораторные	5	8		Л1.1, Л2.2
2.5.	Разработка 3D-графики в Vectary	Сам. работа	5	8		Л1.1, Л2.2
2.6.	Разработка рекламного баннера	Лабораторные	5	6		Л1.1, Л2.2
2.7.	Разработка рекламного баннера	Сам. работа	5	4		Л1.1, Л2.2
Раздел 3. Графический редактор Figma						
3.1.	Разработка логотипа,	Лабораторные	6	6		Л1.1, Л2.2
3.2.	Графический редактор Figma: интерфейс и основные инструменты	Лекции	6	4		
3.3.	Разработка логотипа	Сам. работа	6	12		Л1.1, Л2.2
3.4.	Разработка визитки	Лабораторные	6	4		Л1.1, Л2.2
3.5.	Разработка фирменного алфавита	Сам. работа	6	6		Л1.1, Л2.2
3.6.	Разработка фирменного паттерна	Лабораторные	6	4		Л1.1, Л2.2
3.7.	Разработка визитки	Сам. работа	6	6		Л1.1, Л2.2
3.8.	Разработка фирменного алфавита	Лабораторные	6	4		Л1.1, Л2.2
3.9.	Разработка фирменного паттерна	Сам. работа	6	6		Л1.1, Л2.2
3.10.	Разработка фирменной открытки	Лабораторные	6	2		Л1.1, Л2.2
3.11.	Разработка фирменной открытки	Сам. работа	6	6		Л1.1, Л2.2
3.12.	Разработка фирменного календаря	Лабораторные	6	2		Л1.1, Л2.2
3.13.	Разработка фирменного календаря	Сам. работа	6	6		Л1.1, Л2.2
3.14.	Разработка макета афиши	Лабораторные	6	2		Л1.1, Л2.1
3.15.	Разработка макета афиши	Сам. работа	6	2		Л1.1, Л2.1

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
См.приложение
5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)
См.приложение
5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
См.приложение
Приложения
Приложение 1.  ФОС_Компьютерный дизайн в рекламной и PR-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	Р.Ю. Овчинникова	Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учеб. пособие // ЭБС "Университетская библиотека online"	М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015	biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115010
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Веселова, Ю.В., О.Г. Семёнов	Графический дизайн рекламы. Плакат : учебное пособие	Новосибирск : НГТУ // ЭБС «Университетская библиотека online», 2012	biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228990
Л2.2	Курушин, В.Д.	Графический дизайн и реклама : учебное пособие	Издательство "ДМК Пресс"// "ЭБС Лань", 2008	https://e.lanbook.com/book/1103
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		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7331	

6.3. Перечень программного обеспечения

Microsoft Office
Microsoft Windows
7-Zip
AcrobatReader
AliveColors
Vectary (веб-версия)
Figma (веб-версия)

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
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 В -16 шт.; монитор: Acer V193W 1 шт.; телевизор Samsung
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 лабораторные 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. 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,

ориентировать 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. 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 лабораторного 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 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»

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_РиСО-2020

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам
в том числе:		диф. зачеты: 3
аудиторные занятия	36	
самостоятельная работа	72	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (3)		Итого	
	Неделя	18		
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	12	12	12	12
Практические	24	24	24	24
Сам. работа	72	72	72	72
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 30.06.2020 протокол № 6.

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

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

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

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

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

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Целью изучения дисциплины является освоение принципов и алгоритмов медиапланирования как одной из составляющих процесса планирования 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.1

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-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.	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	3	2	ПК-1.1, ПК-1.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.2.	Основные понятия медиапланирования	Практические	3	4	ПК-1.1, ПК-1.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.3.	Основные понятия медиапланирования	Сам. работа	3	10	ПК-1.1, ПК-1.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.4.	Этапы медиапланирования	Лекции	3	2	ПК-4.1, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.5.	Этапы медиапланирования	Практические	3	4	ПК-4.1, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.6.	Этапы медиапланирования	Сам. работа	3	10	ПК-4.1, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.7.	Расчет основных показателей медиаплана	Лекции	3	2	ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.8.	Расчет основных показателей медиаплана	Практические	3	4	ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.9.	Расчет основных показателей медиаплана	Сам. работа	3	10	ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.10.	Основные методы создания оптимального медиаплана	Лекции	3	2	ПК-1.1, ПК-1.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.11.	Основные методы создания оптимального медиаплана	Практические	3	6	ПК-1.1, ПК-1.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.12.	Основные методы создания оптимального медиаплана	Сам. работа	3	10	ПК-1.1, ПК-1.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.13.	Стратегия и тактика медиапланирования	Лекции	3	2	ПК-4.1, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.14.	Стратегия и тактика медиапланирования	Практические	3	2	ПК-4.1, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.15.	Стратегия и тактика медиапланирования	Сам. работа	3	16	ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.16.	Особенности выбора конкретных носителей продвижения	Лекции	3	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.17.	Особенности выбора конкретных носителей продвижения	Практические	3	4	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.18.	Особенности выбора конкретных носителей продвижения	Сам. работа	3	16	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2

5. Фонд оценочных средств

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

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

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ ПК-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. Отношение доли представителей целевой группы в аудитории СМИ к доле представителей целевой группы в генеральной совокупности населения в целом – это...

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

Ответ: б

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

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

Ответ: б

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

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

Ответ: в

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

- а. банерная слепота

б. «сгорание баннера»

в. покупатель уже купил товар

Ответ: б

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

а. охват

б. покрытие

в. целевая аудитория канала

г. рейтинг СМИ

Ответ: а,б.

Вопрос 6. Суммарный рейтинг вычисляется:

а. в тысячах человек, так и в процентном соотношении с общей численностью целевой аудитории.

б. цена (стоимость) за тысячу контактов с аудиторией.

в. суммированием рейтингов трансляций (экспонирований), полученных во время размещения рекламы в течение всей рекламной кампании.

Ответ: в

Вопрос 7. Что не включает показатель HUT?

а. количество людей, использующих ТВ дома

б. количество людей, использующих ТВ дома в определенный момент времени

в. количество людей, использующих ТВ вне дома в определенный момент времени

г. количество людей, использующих ТВ вне дома

Ответ: в

Вопрос 8. Как рассчитывается насыщенность СМИ рекламой?

а. среднее количество рекламных объявлений, которое видит аудитория в течение определенного времени.

б. общее количество рекламных объявлений, которое видит аудитория в течение определенного времени.

в. охват аудитории в течение определенного времени.

г. покрытие аудитории в течение определенного времени

Ответ: а

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

а. media clutter

б. memory lag

в. lead time

г. net-coverage

Ответ: б

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

а. охват

б. характер охвата

в. эффективный уровень охвата

г. покрытие целевой аудитории

Ответ: б

Вопрос 11. Цель медиапланирования:

а. создать благоприятный имидж компании

б. добиться максимального эффекта от затрат на коммуникационную компанию

в. проинформировать как можно больше людей

Ответ: б

Вопрос 12. Медиапланер:

а. оценивает эффективность СМИ

б. определяет маркетинговую политику

в. создает информационное сообщение

Ответ: а

Вопрос 13. Медиапланирование начинается:

а. с определения ЦА

б. с выбора медиасредств

в. с формирования схемы размещения

Ответ: а

Вопрос 14. Коммуникативной является следующая цель:

а. рост продаж

б. увеличение знания о событии

в. увеличение потребления продукта

Ответ: а

Вопрос 15. К основным характеристикам аудитории относятся

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

Ответ: а

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Перечислите возможные задачи медиааналитики.

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

Вопрос 2. Назовите системы автоматизированного медиаанализа.

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

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 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 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 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-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. 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 медиаполя и как рассчитывается?

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

Вопрос 19. Что такое цель в контексте PR?

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

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

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

Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра зачета.

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

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

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:

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

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

Не предусмотрено.

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра зачета 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	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-technologiei-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/Adobe_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	медiateка, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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

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

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке,

выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

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

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

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

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

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

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны 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 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	3 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_РиСО-2020

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	5
аудиторные занятия	42		
самостоятельная работа	39		
контроль	27		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	3 (5)		Итого	
	Неделя 17			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	20	20	20	20
Практические	22	22	22	22
Сам. работа	39	39	39	39
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	108	108	108	108

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 30.06.2020 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11

Срок действия программы: 2022-2023 уч. г.

Заведующий кафедрой

Ковалева Алла Владимировна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11

Заведующий кафедрой *Ковалева Алла Владимировна*

1. Цели освоения дисциплины

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

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.1

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

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

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Организация и проведение коммуникационной кампании						
1.1.	Коммуникация и коммуникационная кампания	Лекции	5	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.2.	Коммуникация и коммуникационная кампания	Практические	5	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.3.	Фирменный стиль и бренд в системе коммуникаций бизнеса	Лекции	5	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.4.	Фирменный стиль и бренд в системе коммуникаций бизнеса	Практические	5	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.5.	Подготовительный этап коммуникационных компаний	Лекции	5	4	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.6.	Подготовительный этап коммуникационных компаний	Практические	5	4	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.7.	Инструменты и каналы коммуникаций	Лекции	5	4	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.8.	Инструменты и каналы коммуникаций	Практические	5	4	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.9.	Организация коммуникационных компаний	Лекции	5	4	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.10.	Организация коммуникационных компаний	Практические	5	4	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.11.	Проведение коммуникационных компаний и оценка их эффективности	Лекции	5	4	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.12.	Проведение коммуникационных компаний и оценка их эффективности	Практические	5	6	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.13.	Разработка коммуникационной кампании	Сам. работа	5	39	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3, Л2.1

5. Фонд оценочных средств

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

Приложения

Приложение 1.  [ФОС Орг и проведение коммуникационных кампаний 6 2022.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>)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

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_РиСО-2020		
Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты: 7	
аудиторные занятия	42		
самостоятельная работа	66		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	4 (7)		Итого	
	Неделя			
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):
канд.филол.наук, Доцент, Комиссарова Л.М.

Рецензент(ы):

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 30.06.2020 протокол № 6.

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

Протокол от 08.03.2023 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 08.03.2023 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.1

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-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.	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	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3, Л1.3
1.2.	«Магический треугольник» брендинга. Этапы брендинга	Лекции	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3, Л1.3
1.3.	Брендинг на Алтае	Практические	7	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3, Л1.3
1.4.	ТОП-5 алтайский брендов	Сам. работа	7	34	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3, Л1.3
1.5.	Продвижение бренда	Практические	7	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3, Л1.3
1.6.	Создание идеи бренда. Информационное содержание бренда.	Лекции	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3, Л1.3
1.7.	Брендинг в Интернете	Практические	7	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3, Л1.3
1.8.	Оценка и индексы бренда.	Лекции	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3, Л1.3
1.9.	Оценка бренда и рейтинги	Практические	7	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3, Л1.3
1.10.	Мониторинг бренд-проектов	Сам. работа	7	8	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3, Л1.3
Раздел 2. Основные компоненты бренда и технологии их создания						
2.1.	Понятия товарного знака, знака обслуживания,	Лекции	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	фирменного наименования.					
2.2.	Охраноспособность товарных знаков.	Практические	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3, Л1.3
2.3.	ГК РФ Глава 76. Права на средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий.	Сам. работа	7	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3, Л1.3
2.4.	Товарный знак как произведение графического дизайна. Создание изобразительных товарных знаков.	Лекции	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3, Л1.3
2.5.	Виды товарных знаков и технологии их разработки.	Практические	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3, Л1.3
2.6.	Мониторинг агентств, представленных в рейтинге креативности АКАР в категории Брендинг	Сам. работа	7	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3, Л1.3
2.7.	Понятие слогана. Слоган как идея бренда и как идея рекламной кампании	Лекции	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3, Л1.3
2.8.	Различительная способность слогана.	Практические	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3, Л1.3
2.9.	Понятия фирменного стиля и корпоративной идентичности.	Лекции	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3, Л1.3
2.10.	Моделирование фирменного стиля.	Практические	7	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3, Л1.3
2.11.	Моделирование собственного бренд-проекта.	Сам. работа	7	16	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3, Л1.3

5. Фонд оценочных средств

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

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-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: 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: 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: 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

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:

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

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

- A) уникальное торговое предложение
- B) эмоциональное торговое предложение
- C) организационное торговое предложение
- D) комплексное торговое предложение

Ответ: D

Вопрос 8. Какой подход к оценке бренда не является экономическим?

- A) Подход с позиции логистики товаров и услуг
- B) Подход с позиции затрат на создание бренда
- C) Подход с позиции доходов бренда
- D) Монокритериальный подход
- E) Мультикритериальный подход

Ответ: A

Вопрос 9. Что не относится к вербальным идентификаторам бренда:

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

Ответ: C

Вопрос 10. В цели создания карты позиционирования не входит:

- A) Выбор образа бренда для конкретной целевой аудитории
- B) Выбор имени бренда
- C) Визуализация наиболее выгодного для позиционирования сегмента
- D) Выбор ниши, свободной с точки зрения различных критериев

Ответ: B

Вопрос 11. Что не входит в понятие капитал бренда (brand - equity):

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

Ответ: C

Вопрос 12. Что такое кладбище брендов? Выберите верный ответ.

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

Ответ: B

Вопрос 13. Лояльность без приверженности – это:

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

Ответ: A

Вопрос 14. Что такое "воспринимаемое качество бренда"? Исключите лишнее.

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

Вопрос 15. Методика оценки здоровья бренда (модель BAV (Brand Asset Valuator) состоит из (отметьте верный вариант):

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

Ответ: A

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

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

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

См.приложение

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра зачета (для обучающихся, не получивших зачет по результатам текущей успеваемости) по всему изученному курсу. Зачет проводится в устной форме по билетам. В билет входит 2 вопроса.

ВОПРОСЫ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО ХАРАКТЕРА

1. Актуальность развития брендинговых технологий на российском рынке
2. Бренд-менеджмент: предмет, сферы и направления, практика
3. Происхождение брендов: история развития одного бренда (на выбор)
4. Экономические аспекты брендинга
5. Ключевые функции брендинга
6. Роль и значение брендинга для компании в условиях современной экономики
7. Выгоды стейкхолдеров бренда: потребителей, производителей, партнеров и тд
8. Значение бренда и брендинга для внешних целевых групп
9. Значение бренда и брендинга для внутренних подразделений компании
10. Принципы организации стратегического брендинга с точки зрения потребителя
11. Принципы организации стратегического брендинга с точки зрения производителя
12. Основные принципы бренд-менеджмента: специфика, преимущества для компании
13. История и ключевые этапы развития бренд-менеджмента, особенности развития каждого из этапов
14. Основные направления реализации стратегии брендинга
15. Сходство и различие понятий «бренд» и «товар»
16. Сущность и специфика основных подходов к бренд-маркетингу
17. Преимущества и недостатки основных подходов бренд-маркетинга
18. Модель влияния бренда на потребительский спрос и рыночные показатели компании
19. Основные подходы к повышению конкурентоспособности
20. Основные методики измерения товарных границ бренда
21. Основные методики измерения эластичности спроса по цене брендового товара
22. Специфика сбытовой политики бренд-маркетинга
23. Природа, сущность и специфика понятия «идентичность бренда»
24. Основные структурные модели идентичности бренда
25. Базовые требования к идентичности бренда

26. Основные проблемы в разработке идентичности бренда
27. Сущность и специфика понятия «основные идентификаторы бренда»
28. Основные элементы системы идентификации бренда
29. Базовые лингвистические аспекты брендинга
30. Основные требования к разработке бренд-неймов
31. Этапы создания имени бренда
32. Сущность и специфика понятия «айдентика»
33. Структура и содержание брендбука
34. Сущность и специфика основных элементов гайдлайна
35. Особенности упаковки товара как идентификатора бренда
36. Сущность и специфика понятий «интеллектуальная собственность» и «средства индивидуализации товара»
37. Краткая история товарных знаков в мире и России
38. Основные положения российского и международного законодательства о правовой охране объектов интеллектуальной собственности
39. Последовательность и этапность регистрации товарного знака
40. Основания для отказа регистрации товарного знака
41. Преимущества международной регистрации товарных знаков
42. Преимущества регистрации общеизвестного товарного знака
43. Практика использования мест происхождения товаров
44. Специфика социологических исследований в области средств индивидуализации
45. Основания для лишения товарного знака патентной охраны
46. Особенности понятий «продвижение бренда», «позиционирование бренда», «коммуникационная платформа бренда», «коммуникационная стратегия бренда», «коммуникационная карта бренда», «бренд-код» и др.
47. Роль и значение рекламы, PR, product placement, спонсорства, благотворительности, событийного маркетинга и других коммуникационных инструментов для организации брендовых коммуникаций
48. Природа и сущность отношений между потребителем и брендом
49. Природа и сущность приверженности потребителя бренду
50. Специфика приверженности и антиприверженности потребителя бренду
51. Причины переключения потребителей на другие бренды
52. Основные методы измерения приверженности бренду
53. Сущность и специфика понятий «аудит бренда», «архитектура брендов», «портфель брендов»
54. Цель, задачи, содержание и последовательность аудита портфеля брендов
55. Подходы к оптимизации портфеля брендов
56. Цель, задачи, содержание и последовательность аудита архитектуры брендов
57. Подходы к оптимизации архитектуры брендов
58. Цель, задачи, содержание и последовательность аудита капитала брендов
59. Цель, задачи, содержание и последовательность аудита отдельного бренда
60. Актуальность и основные положения стоимостного подхода в бизнесе, менеджменте и маркетинге
61. Основные положения финансового менеджмента
62. Сущность, специфика и основные признаки понятия «нематериальный актив»
63. Классификация нематериальных активов согласно МСФО 3 и МСБУ 38
64. Структура мировой экономики по типам активов, отраслям бизнеса и странам за последние 15 лет
65. Гудвилл бренда: содержание понятия
66. Понятия «активы бренда», «капитал бренда»
67. Основные модели управления капиталом бренда
68. Сущность и специфика модели BrandAsset Valuator
69. Структура и содержание международного стандарта по оценке стоимости бренда ISO 10668
70. Основные подходы и методы оценки стоимости бренда
71. Базовые требования к оценке стоимости бренда
72. Подходы и методы оценки стоимости бренда
73. Алгоритм расчетов стоимости брендов методами разделения дохода, освобождения от роялти и премиальной прибыли
74. Специфика и границы применимости понятий «продуктивность», «результативность» и «Эффективность»
75. Особенности управления брендом на операционном, тактическом и стратегическом уровнях
76. Основные операционные параметры бренда
77. Основные тактические индикаторы эффективности бренда

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:

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

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

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

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

Приложения

Приложение 1.  [FOS Osnovy brendinga++.docx](#)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Макашев М.О.	Бренд : учебное пособие	М. : Юнити-Дана, 2015	http://biblioclub.ru/index.php?page=book_read&id=114390
Л1.2	МақДональд М., Чернатони Л.	Брендинг. Как создать мощный бренд: учебник	М. : Юнити-Дана, 2015	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436697
Л1.3	Музыкант, В. Л.	Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для академического бакалавриата	М. : Издательство Юрайт, , 2017	www.biblio-online.ru/book/F190651B-D19A-4773-B940-62F6188BB049

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Рожков И.Я.	БРЕНДИНГ: для бакалавров	Юрайт, 2017	https://www.biblio-online.ru/viewer/08909563-E7FE-4EFE-AEE4-

				0B3C2D3584A5#page/1
Л2.2	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
Л2.3	Чернышева А.М., Якубова Т.Н.	БРЕНДИНГ: для бакалавров	Юрайт, 2017	https://www.biblio-online.ru/viewer/307E6F8E-239D-4451-822B-93A4B9792864#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

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	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место)

Аудитория	Назначение	Оборудование
	(лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	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	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.

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 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	4 ЗЕТ	
Учебный план	42_03_01_РиСО-2020	
Часов по учебному плану	144	Виды контроля по семестрам
в том числе:		диф. зачеты: 2
аудиторные занятия	56	
самостоятельная работа	88	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		1 (2)		Итого	
	Неделя	19	14,5			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	12	12	14	14	26	26
Практические	16	16	14	14	30	30
Сам. работа	44	44	44	44	88	88
Итого	72	72	72	72	144	144

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

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

Рабочая программа дисциплины
Основы теории коммуникации

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

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 30.06.2020 протокол № 6.

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

Протокол от 17.06.2022 г. № 11
Срок действия программы: 2021-2022 уч. г.

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

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

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

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	<p>Цель курса – всесторонне рассмотреть феномен коммуникации.</p> <p>Задачи курса:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Систематизированное изложение основ теории коммуникации в широком научном контексте, включающем методологические, философские, социопсихологические, семиотические, лингвистические аспекты;2. Освоение студентами базового научного аппарата современной коммуникативистики, методов исследования коммуникации;3. Знакомство с основными уровнями социальной коммуникации, спецификой коммуникаций в различных сферах социальной жизни;4. Акцентирование прагматических аспектов вербальной (устной и письменной) и невербальной коммуникации;5. Выработка у студентов умений и навыков эффективного взаимодействия, определяющих высокий уровень коммуникативной компетентности в сферах профессионально ориентированной и бытовой коммуникации
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.1

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
------	--

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	1	1	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.2.	Аспекты теории социальной коммуникации.	Лекции	1	1	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.3.	Объект, предмет, методология курса. Базовый категориальный аппарат научной дисциплины «Основы теории коммуникации»	Практические	1	2	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.4.	Подготовка к практическим занятиям	Сам. работа	1	10	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 2. Основные парадигмы, теории и модели социальной коммуникации						
2.1.	Методологический плюрализм и полипарадигмальность теории коммуникации. Основные парадигмы исследования социальной коммуникации (по Р. Крейгу).	Лекции	1	1	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
2.2.	Семиотические, лингвистические, когнитивные, интерпретативные теории коммуникации: Ф.де Соссюр, Ч.-С. Пирс, Ю.М. Лотман, М.М. Бахтин, Р. Якобсон, Р. Барт, Ч.-С. Пирс, Ч. Моррис.	Лекции	1	1	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
2.3.	Основные парадигмы исследования социальной коммуникации (по Р. Крейгу). Эволюция и логика сменяемости парадигм	Практические	1	2	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
2.4.	Естественнонаучные (кибернетические, системные) теории коммуникации	Практические	1	2	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
2.5.	Психологические теории коммуникации: интеракционизм, бихевиоризм	Практические	1	2	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
2.6.	Социологические, философские и культурологические теории коммуникации	Практические	1	2	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
2.7.	Структурализм и постструктурализм о коммуникации	Практические	1	2	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
2.8.	Подготовка к практическим занятиям	Сам. работа	1	11	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3


Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
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	1	2	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 4. Информация и информационная деятельность						
4.1.	Информация, различные подходы к толкованию: философский, физико-биологический, формально-математический, социологический. Виды информации: физическая, биологическая, социальная. Виды информационных систем: естественные и искусственные. Человек и его роль в информационном развитии.	Лекции	1	2	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
4.2.	Понятие информационной деятельности. Формирование, (де) кодирование, хранение, трансформация, использование информации. Свойства информации: новизна, доступность, сложность, достоверность, полнота, полезность.	Лекции	1	2	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
4.3.	Информация, ее виды. Социальная информация, ее виды и уровни манифестации. Теория информационного общества	Практические	1	2	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
4.4.	Подготовка к практическим занятиям	Сам. работа	1	13	ПК-1	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	1	2	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
5.2.	Подготовка к практическим занятиям	Сам. работа	1	10	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 6. Виды коммуникации						
6.1.	Знаковые фигуры Communication studies	Практические	1	2	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 7. Семиотика коммуникации						
7.1.	Семиотические основы коммуникации. Семиотика как	Лекции	2	2	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	научная дисциплина в историческом ракурсе. Структурно-лингвистическое и логико-прагматическое направления семиотики. Основные понятия семиотики: знак, знаковые системы, семиозис.					
7.2.	Семиотическая триада (три измерения семиозиса) и средневековый тривий: семантика/синтактика/прагматика семиотики и логика/грамматика/риторика тривия. Классификация коммуникации по семиотическому основанию: вербальная и невербальная коммуникация. Невербальная коммуникация, ее сущность и функции.	Лекции	2	2	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
7.3.	Семиотика. Основные понятия семиотики. Знак, его свойства. Типология знаков. Семиотическая триада.	Практические	2	1	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
7.4.	Семиотика. Вербальные и невербальные средства. Семиотический анализ коммуникации	Практические	2	1	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 8. Речевая коммуникация						
8.1.	Речевая коммуникация. Теория речевых актов. Прагматический анализ коммуникации	Практические	2	1	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
8.2.	Подготовка к практическим занятиям	Сам. работа	2	7	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 9. Субъекты коммуникации						
9.1.	Субъекты коммуникации.	Лекции	2	2	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
9.2.	Модели языковой и коммуникативной личности. Личностный анализ коммуникации	Практические	2	1	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 10. Контакт в речевой коммуникации						
10.1.	Виды речевого контакта: акт общения и фатический акт.	Лекции	2	2	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
10.2.	Коммуникация и индивидуальные психологические особенности человека. Коммуникабельность, харизматичность, способность к кооперации в речевом поведении	Лекции	2	2	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	как индивидуальные параметры коммуникативной личности.					
Раздел 11. Референт в речевой коммуникации						
11.1.	Референция – процесс (и результат) соотнесения слова (языка) и мира. Корректная и некорректная (девиантная) референция.	Лекции	2	2	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
11.2.	Референт в коммуникации	Практические	2	1	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 12. Уровни коммуникации						
12.1.	Уровни коммуникации.	Лекции	2	1	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
12.2.	Интеракционный аспект межличностного взаимодействия.	Лекции	2	1	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
12.3.	Внутриличностная и межличностная коммуникация	Практические	2	2	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
12.4.	Организационная коммуникация	Практические	2	2	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
12.5.	Массовая коммуникация	Практические	2	2	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
12.6.	Межкультурная коммуникация. Специфика русского коммуникативного поведения	Практические	2	1	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 13. Профессионально ориентированные сферы коммуникации						
13.1.	Рекламная коммуникация, ее процессуально-структурная специфика . Основные модели рекламной коммуникации. Политическая коммуникация, ее процессуально-структурная специфика. Публичная коммуникация, ее процессуально-структурная специфика. Формы и жанры публичной коммуникации.	Практические	2	2	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
13.2.	Подготовка к практическим занятиям и зачету с оценкой	Сам. работа	2	37	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3

5. Фонд оценочных средств

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

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
См.приложение
Приложения
Приложение 1.  ФОС ОТК_2022.docx

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	М.А. Василик	Основы теории коммуникации: Учебное пособие	М.: Гардарики, 2006,	http://www.journ.bsu.by/index.php?option=com_remository&Itemid=108&func=startdown&id=129
Л1.2	Кашкин В.Б.	Введение в теорию коммуникации: учебное пособие	М.: "Флинта" - https://e.lanbook.com/book/44281 , 2013	https://e.lanbook.com/book/44281
Л1.3	Яшин, Б.Л.	Культура общения: теория и практика коммуникаций : учебное пособие	М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015	URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429211
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Садохин А. П.	Межкультурная коммуникация: учеб. пособие	М.: Альфа-М, 2009	
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название	Эл. адрес		
Э1	Клуб специалистов PR	www.pr-club.com		
Э2	Сайт библиотеки АлтГУ	www.ib.asu.ru		
Э3	Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека online"	http://biblioclub.ru/		
Э4	Электронно-библиотечная система издательства "Лань"	https://e.lanbook.com/		
Э5	Курс "Основы теории коммуникации"	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=4832		
6.3. Перечень программного обеспечения				
Microsoft Windows Microsoft Office				

7-Zip
AcrobatReader

6.4. Перечень информационных справочных систем

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

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)
320Л	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, 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.

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	3 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_РиСО-2020

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам
в том числе:		экзамены: 6
аудиторные занятия	26	
самостоятельная работа	55	
контроль	27	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	3 (6)		Итого	
	Неделя 16			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	12	12	12	12
Практические	14	14	14	14
Сам. работа	55	55	55	55
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	108	108	108	108

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 30.06.2020 протокол № 6.

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

Протокол от 08.06.2021 г. № 7
Срок действия программы: 2022-2023 уч. г.

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

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2021 г. № 7
Заведующий кафедрой *д.социол.н., профессор А.В. Ковалева*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	сформировать навыки профессионального, психологически правильного поведения в конфликте, что позволит будущим специалистам по РиСО оптимизировать свое деловое взаимодействие с другими людьми, повысить эффективность сотрудничества, создать психологически комфортную атмосферу коммуникации. научить студентов анализировать социальные и внутрикорпоративные конфликты, понимать их природу; обучить студентов критически оценивать различные теоретические школы, занимающиеся анализом и урегулированием конфликтов; уметь применять теоретические знания к анализу конкретных конфликтов; уметь использовать различные переговорные и посреднические процедуры и оценивать их целесообразность и эффективность; эффективно действовать в конфликтных ситуациях, возникающих в практической деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.В.1**

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
------	--

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; технологиями управления конфликтами при разработке рекламного, PR или иного коммуникационного продукта, и знает особенности их применения с учетом специфики


<p>деятельности государственных и бизнес-структур; технологиями предупреждения конфликтов при разработке рекламного, PR или иного коммуникационного продукта, и знает особенности их применения с учетом специфики деятельности государственных и бизнес-структур; 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	6	2	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л3.1
1.2.	Диагностика социальных конфликтов	Практические	6	2	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л3.1
1.3.	Методологические основы конфликтологии	Сам. работа	6	20	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л3.1
Раздел 2. Психология конфликта						
2.1.	Психология микросоциальных конфликтов в маркетинговых технологиях, технологиях бренд-менеджмента, в процессе разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта	Лекции	6	4	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л3.1
2.2.	Психология микросоциальных конфликтов в маркетинговых технологиях, технологиях бренд-менеджмента, в процессе разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта	Практические	6	4	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л3.1
2.3.	Психология конфликта	Сам. работа	6	20	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л3.1
Раздел 3. Социальные технологии управления конфликтами и разрешения конфликтов						

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
3.1.	Стратегии управления социальными конфликтами в структуре корпоративной социальной ответственности	Лекции	6	2	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л3.1
3.2.	Прямые переговоры как метод разрешения конфликта	Практические	6	2	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л3.1
3.3.	Принципы отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью для управления конфликтами и разрешения конфликтов	Лекции	6	4	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л3.1
3.4.	Медиация	Практические	6	2	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л3.1
3.5.	Технологии управления конфликтами в маркетинговых технологиях, технологиях бренд-менеджмента, в процессе разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта	Практические	6	4	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л3.1
3.6.	Социальные технологии управления конфликтами и разрешения конфликтов	Сам. работа	6	15	ПК-1	Л2.1, Л1.1, Л3.1

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
См. Приложение
5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)
См. Приложение
5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
См. Приложение
Приложения
Приложение 1.  ФОС ОУК 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	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, компоуйте новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

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

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

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

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

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

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

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	3 ЗЕТ		
Учебный план	42_03_01_РиСО-2020		
Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		диф. зачеты: 7	
аудиторные занятия	38		
самостоятельная работа	70		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	4 (7)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	12	12	12	12
Практические	26	26	26	26
Сам. работа	70	70	70	70
Итого	108	108	108	108

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 30.06.2020 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8

Срок действия программы: 2023-2024 уч. г.

Заведующий кафедрой

Ковалева Алла Владимировна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8

Заведующий кафедрой *Ковалева Алла Владимировна*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Целью дисциплины является освоение теоретических подходов и практических навыков управления маркетингом в социальных сетях, используя современные технологии в конкурентной стратегии предприятия. Для достижения цели требуется решение следующих задач: усвоение современных моделей развития и функционирования социальных медиа; получение опыта применения инструментов планирования и оценки маркетинга в социальных медиа; анализ российской практики маркетинга в социальных медиа; адаптация современных зарубежных практик маркетинга в социальных медиа для российских условий.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.1

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.	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-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 -3.2 Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; инициировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение; 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-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-4.3. Владеет навыками разработки концепции создания, реализации и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес-структур; навыками представления проектов решений по продвижению продукции СМИ руководству организации

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Раздел 1. Основы SMM-продвижения						
1.1.	SMM: определение, основные понятия, история	Лекции	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.2.	Контент в SMM: понятие, типология, специфика	Лекции	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.3.	Контент в SMM: понятие, типология, специфика	Практические	7	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	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, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.5.	Особенности организации SMM-кампаний: ВК и MyTarget	Лекции	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	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, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	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, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.8.	Особенности организации SMM-кампаний в мессенджерах: Телеграм	Лекции	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.9.	Особенности организации SMM-кампаний в мессенджерах: Телеграм	Практические	7	6	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	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, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	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, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	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, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.13.	Оценка эффективности маркетинга в соцмедиа	Практические	7	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.14.	Особенности организации SMM-кампаний в соцсетях	Сам. работа	7	62	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	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-3: Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии государственных и бизнес-структур для продвижения продукции СМИ.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Какие социальные сети и мессенджеры сегодня разрешены на территории РФ?

- а) Telegram
- б) Instagram
- в) ВКонтакте
- г) Одноклассники
- д) Facebook
- е) TikTok
- ж) Twitter

ОТВЕТ: а,в,г,е.

Вопрос 2. Уникальный идентификатор интернет-рекламы, содержащий информацию о рекламодателе,

называется:

- а) Маркер
- б) Токен
- в) Ярлык

ОТВЕТ: б.

Вопрос 3. Какой формат контента пользуется наибольшей популярностью в соцсетях у современного потребителя?

- а) Текст
- б) Короткие видео
- в) Аудиоподкасты
- г) Фотографии\картинки

ОТВЕТ: б.

Вопрос 4. При настройке таргетированной рекламы возможно указать...

- а) Возраст целевой аудитории
- б) Географию целевой аудитории
- в) Интересы целевой аудитории
- г) Все перечисленные варианты верны

ОТВЕТ: г.

Вопрос 5. Метрика Views (количество просмотров)

- а) позволяет оценить, полезен ли контент в сообществе, верно ли выбрана коммуникативная стратегия, правильно ли настроен таргетинг в рекламе.
- б) позволяет оценить число просмотров по всем постам сообщества за определенный период.
- в) показывает количество людей, которые хотя бы раз контактировали с публикацией сообщества.

ОТВЕТ: б.

Вопрос 6. Таргетинг аудитории – это

- а) инструмент, с помощью которого рекламное сообщение показывается той аудитории, которая ранее уже побывала на сайте или проявляла интерес к продукту.
- б) механизм, который позволяет находить в интернете целевую аудиторию по заданным критериям.
- в) сервис отложенного постинга.

ОТВЕТ: б.

Вопрос 7. Верно ли утверждение: «Текущие информационные поводы организации возможно подавать в качестве развлекательного контента?»

- а) Да
- б) Нет

ОТВЕТ: а.

Вопрос 8. Тип контент, который требует от пользователя выполнения действия (кликнуть, поставить реакцию, проголосовать) называется...

- а) Новостной
- б) Познавательный
- в) Интерактивный

ОТВЕТ: в.

Вопрос 9. Возможно ли сегодня продвижение в социальных сетях при помощи контента без применения других маркетинговых инструментов?

- а) Да
- б) Нет

ОТВЕТ: б.

Вопрос 10. Репосты – это эффективный способ продвижения в мессенджере Telegram.

- а) Да
- б) Нет

ОТВЕТ: б.

Вопрос 11. Ретаргетинг аудитории – это

- а) инструмент, с помощью которого рекламное сообщение показывается той аудитории, которая ранее уже побывала на сайте или проявляла интерес к продукту.
- б) механизм, который позволяет находить в интернете целевую аудиторию по заданным критериям.

в) сервис отложенного постинга.

ОТВЕТ: а.

Вопрос 12. Парсинг аудитории – это

а) инструмент, с помощью которого рекламное сообщение показывается той аудитории, которая ранее уже побывала на сайте или проявляла интерес к продукту.

б) механизм, который позволяет находить в интернете целевую аудиторию по заданным критериям.

в) сбор различной информации о пользователях соцсетей по заданному алгоритму.

ОТВЕТ: в.

Вопрос 13. С какого момента на территории России действует обязательство по маркировке интернет-рекламы и внесении креативов в единый реестр интернет-рекламы (ЕРИР)?

а) 1 июля 2022 года

б) 1 сентября 2022 года

в) 1 января 2023 года

ОТВЕТ: б.

Вопрос 14. СТА – это

а) Структурный элемент формулы сильного поста, обозначающий призыв совершить целевое действие.

б) Метрика оценки динамики подписчиков, которая показывает число просмотров по всем постам сообщества за определенный период.

в) Метрика оценки динамики подписчиков, которая показывает количество людей, хотя бы раз контактировавших с публикацией сообщества.

ОТВЕТ: а.

Вопрос 15. Какой минимальный объем Social Action (реакции подписчиков) за первый час после публикации в социальной сети «ВКонтакте» необходим для восприятия поста искусственным интеллектом в качестве потенциально интересного контента для аудитории?

а) 0,3% от количества подписчиков

б) 1% от количества подписчиков

в) 12% от количества подписчиков

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. Какие социальные сети и мессенджеры сегодня разрешены на территории РФ?

ОТВЕТ: Telegram, ВКонтакте, Одноклассники, TikTok.

Вопрос 2. Уникальный идентификатор интернет-рекламы, содержащий информацию о рекламодателе, называется

ОТВЕТ: токен.

Вопрос 3. Какой формат контента пользуется наибольшей популярностью в соцсетях у современного потребителя?

ОТВЕТ: короткие видео.

Вопрос 4. Что позволяет оценить метрика Views (количество просмотров)?

ОТВЕТ: число просмотров по всем постам сообщества за определенный период.

Вопрос 5. Таргетинг аудитории – это?

ОТВЕТ: механизм, который позволяет находить в интернете целевую аудиторию по заданным критериям.

Вопрос 6. Перечислите основные типы контента

ОТВЕТ: познавательный, вовлекающий, продающий, пользовательский, информационный, развлекательный.

Вопрос 7. К какому типу контента можно отнести интерактивные опросы в соцсетях?

ОТВЕТ: вовлекающий, развлекательный. В зависимости от содержания опрос может быть и познавательным типом контента.

Вопрос 8. Ретаргетинг аудитории – это?

ОТВЕТ: инструмент, с помощью которого рекламное сообщение показывается той аудитории, которая ранее уже побывала на сайте или проявляла интерес к продукту.

Вопрос 9. Парсинг аудитории – это?

ОТВЕТ: сбор различной информации о пользователях соцсетей по заданному алгоритму.

Вопрос 10. С какого момента на территории России действует обязательство по маркировке интернет-рекламы и внесении креативов в единый реестр интернет-рекламы (ЕРИР)?

ОТВЕТ: 1 сентября 2022 года

Вопрос 11. Какой минимальный объем Social Action (реакции подписчиков) за первый час после публикации в социальной сети «ВКонтакте» необходим для восприятия поста искусственным интеллектом в качестве потенциально интересного контента для аудитории?

ОТВЕТ: 0,3% от количества подписчиков.

Вопрос 12. Охват – это?

ОТВЕТ: метрика оценки динамики подписчиков, которая показывает количество людей, хотя бы раз контактировавших с публикацией сообщества.

Вопрос 13. Negative Feedback – это?

ОТВЕТ: метрика, которая показывает негативную обратную связь – скрытия постов и жалобы.

Вопрос 14. Чистый прирост подписчиков – это?

ОТВЕТ: метрика, которая показывает разницу между количеством новых подписчиков и числом покинувших сообщество.

Вопрос 15. СТА – это?

ОТВЕТ: Структурный элемент формулы сильного поста, обозначающий призыв совершить целевое действие.

Вопрос 16. Целевое действие – это?

ОТВЕТ: это действие, которое должен выполнить медиапотребитель после потребления контента для достижения желаемого вами результата.

Вопрос 17. Тип контент, который требует от пользователя выполнения действия (кликнуть, поставить реакцию, проголосовать) называется...

ОТВЕТ: вовлекающий.

Вопрос 18. Какой тип контента чаще других использую технологию геймификации для удержания внимания медиапотребителя?

ОТВЕТ: вовлекающий.

Вопрос 19. Кому принадлежит платформа «Дзен»?

ОТВЕТ: ВКонтакте

Вопрос 20. Какое число подписчиков необходимо для подключения монетизации в «Дзен»?

ОТВЕТ: 100 подписчиков.

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. 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 придется: 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 «ВК»
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
ЛП.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
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	www.biblio-online.ru/book/540127E1-A354-40F9-8D7F-AA55E2551A2B
ЛП.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
ЛП.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 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)
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»

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	6 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_РиСО-2020

Часов по учебному плану	216	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	8
аудиторные занятия	80		
самостоятельная работа	109		
контроль	27		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	4 (7)		4 (8)		Итого	
	17,5		9			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	16	16	20	20	36	36
Практические	20	20	24	24	44	44
Сам. работа	36	36	73	73	109	109
Часы на контроль	0	0	27	27	27	27
Итого	72	72	144	144	216	216

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 30.06.2020 протокол № 6.

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

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

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

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

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

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	заложить теоретическую базу для определения понимания работы пресс-службы в организационном, коммуникативном и технологическом аспектах; определить основные направления деятельности пресс-службы и выявить их функциональную роль; научить студентов самостоятельно, с помощью анализа обнаруживать и формулировать коммуникационные проблемы базисного субъекта PR (той организации, в структуре которой существует пресс-служба); дать практические навыки по основным направлениям деятельности пресс-службы в различных сферах общественных отношений – в политике, бизнесе, государственном управлении, образовании и т.д.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.В.1**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	Знает ключевые особенности функционирования организации в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах, функциональные различия пресс-служб в государственных, общественных, коммерческих структурах, современные технологии, востребованные в деятельности пресс-службы; основные направления деятельности пресс-службы, их составные элементы; принципы планирования эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности проведения мероприятий для внутренней и внешней аудитории, роль пресс-службы в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	Умеет готовить аналитические материалы, составлять базы данных, включающие сведения о СМИ; взаимодействовать со СМИ с использованием информационно-коммуникационных технологий; создавать коммуникативное пространство организации; организовать специальные мероприятия для обеспечения внутренней и внешней коммуникации организации.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	Имеет навыки взаимодействия со СМИ с учетом требований информационной безопасности, технологиями работы в пресс-службах в различных структурах – в государственных, общественных, коммерческих структурах; технологиями управления коммуникационным пространством организации для обеспечения эффективной внутренней и внешней коммуникации организации; технологиями аккредитации журналистов; навыками литературного редактирования, копирайтинга.


4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Пресс-служба в системе связей с общественностью						
1.1.	История становления и развития деятельности пресс-службы	Лекции	7	2	ПК-1, ПК-4	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л2.3
1.2.	Направления деятельности пресс-службы	Лекции	7	2	ПК-1, ПК-4	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л2.3
1.3.	Роль и место пресс-службы в структуре организации	Практические	7	2	ПК-1, ПК-4	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л2.3
1.4.	Особенности организационной структуры современной пресс-службы	Лекции	7	2	ПК-1, ПК-4	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
1.5.	Особенности организационной структуры современной пресс-службы	Практические	7	2	ПК-1, ПК-4	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
1.6.	Статус и функции пресс-секретаря	Лекции	7	2	ПК-1, ПК-4	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
1.7.	Статус и функции пресс-секретаря	Практические	7	2	ПК-1, ПК-4	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
1.8.	Роль пресс-секретаря Президента РФ	Сам. работа	7	36	ПК-1, ПК-4	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
1.9.	Нормативно-правовые и этические основы деятельности пресс-службы	Лекции	7	2	ПК-1, ПК-4	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
1.10.	Правовые и этические основы создания и деятельности современных пресс-служб	Практические	7	2	ПК-1, ПК-4	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
Раздел 2. Методы работы современной пресс-службы со СМИ						
2.1.	Методы работы современной пресс-службы со СМИ	Лекции	7	2	ПК-1, ПК-4	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л2.3
2.2.	Методы работы современной пресс-службы со СМИ	Практические	7	2	ПК-1, ПК-4	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л2.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.3.	PR-тексты как инструмент эффективного взаимодействия со СМИ	Лекции	7	2	ПК-1, ПК-4	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л2.3
2.4.	PR-тексты как инструмент эффективного взаимодействия со СМИ	Практические	7	6	ПК-1, ПК-4	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л2.3
2.5.	Мероприятия для журналистов	Лекции	7	2	ПК-1, ПК-4	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
2.6.	Мероприятия для журналистов	Практические	7	4	ПК-1, ПК-4	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
2.7.	Стратегические подходы к взаимодействию со СМИ	Лекции	8	4	ПК-1, ПК-4	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
2.8.	Стратегические подходы к взаимодействию со СМИ	Практические	8	6	ПК-4	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
2.9.	Digital-коммуникации современной пресс-службы	Лекции	8	6	ПК-1, ПК-4	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
2.10.	Digital-коммуникации современной пресс-службы	Практические	8	8	ПК-1, ПК-4	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
2.11.	Digital-коммуникации современной пресс-службы	Сам. работа	8	40	ПК-1, ПК-4	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
2.12.	Медиарилейшнз во время кризиса	Лекции	8	4	ПК-1, ПК-4	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
2.13.	Медиарилейшнз во время кризиса	Практические	8	4	ПК-1, ПК-4	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3
Раздел 3. Оценка эффективности деятельности современной пресс-службы						
3.1.	КРІ деятельности пресс-службы	Лекции	8	6	ПК-1, ПК-4	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л2.3
3.2.	КРІ деятельности пресс-службы	Практические	8	6	ПК-1, ПК-4	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л2.3
3.3.	Знакомство с опытом организации деятельности пресс-	Сам. работа	8	33	ПК-1, ПК-4	Л1.4, Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л2.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	службы регионального коммерческого предприятия					

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
См. Приложение
5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)
См. Приложение
5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
См. Приложение
Приложения
Приложение 1.  ФОС_Современная пресс-служба 2022_3-4.docx

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
ЛП.1	Борщевский, Г. А.	Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры	Издательство Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/4DBBE6C8-A970-4A8C-8870-77F837F88DC1
ЛП.2	Жильцова, О. Н.	Связи с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата	Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/6450F6BE-CE23-4946-8078-93121F0C851D
ЛП.3	Фадеева, Е. Н.	Связи с общественностью : учебник и практикум для академического бакалавриата	Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/09F0A4F7-A8CB-430B-BE4E-C92C2C63127B
ЛП.4	Чумиков А. , Бочаров М. , Самойленко С.	Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции :	Издательский дом «Дело», 2016	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=442983
6.1.2. Дополнительная литература				

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин ; под общ. ред. Ф.И. Шаркова	Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование : учебник	М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017	URL: //biblioclub.ru/i ndex.php?page=book &id=454107
Л2.2	Чумиков А.Н., Бочаров М.П.	Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник	М.: Инфра-М, 2018	http://znanium.com/ca talog/product/952106
Л2.3	Кузнецов П.А.	Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии: Другое	Издательство "Дашков и К", 2018	https://e.lanbook.com/ book/103778

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

	Название	Эл. адрес
Э1	Клуб специалистов PR	www.pr-club.com
Э2	Сайт библиотеки АлтГУ	www.ib.asu.ru
Э3	Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека online"	http://biblioclub.ru/
Э4	курс Современная пресс-служба	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=3728

6.3. Перечень программного обеспечения

Microsoft Windows
Microsoft Office
7-Zip
AcrobatReader

6.4. Перечень информационных справочных систем

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

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

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

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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

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

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

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

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

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

письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

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

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

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Стратегии торговой марки 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_РиСО-2020

Часов по учебному плану	144	Виды контроля по семестрам
в том числе:		экзамены: 7
аудиторные занятия	36	
самостоятельная работа	81	
контроль	27	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	4 (7)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
	Лекции	12	12	12
Практические	24	24	24	24
Сам. работа	81	81	81	81
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	144	144	144	144

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

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

Рабочая программа дисциплины
Стратегии торговой марки

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 30.06.2020 протокол № 6.

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

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

Заведующий кафедрой
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 изучения настоящей дисциплины – научить студентов применять в бизнес-практике, торговой деятельности организации способы, приёмы, инструменты формирования долгосрочной лояльности потребителей к её маркам. Задачей дисциплины является изучение сущности торговой марки, а также механизмов создания имиджа марки организации и её товара.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.1

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.	содержание основных теорий маркетинга, их места и роли в современных экономических и социальных процессах в России; принципы, методы и приемы разработки маркетинговой стратегии компании; методы сбора данных, их анализа, синтеза и выработки конкретных рекомендаций;
3.2.	Уметь:
3.2.1.	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. Стратегии торговой марки						
1.1.	Тема 1. Регистрация торговой марки.	Лекции	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.2.	Тема 1. Регистрация торговой марки.	Практические	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.3.	Тема 1. Регистрация торговой марки.	Сам. работа	7	6	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.4.	Тема 2. Стратегия расширения границ торговой марки.	Лекции	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.5.	Тема 2. Стратегия расширения границ торговой марки	Практические	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.6.	Тема 2. Стратегия расширения границ торговой марки.	Сам. работа	7	6	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.7.	Тема 3. Функции торговой марки	Лекции	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.8.	Тема 3. Функции торговой марки	Практические	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.9.	Тема 3. Функции торговой марки	Сам. работа	7	6	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.10.	Тема 4. Процесс создания торговой марки	Лекции	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.11.	Тема 4. Процесс создания торговой марки	Практические	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.12.	Тема 4. Процесс создания торговой марки	Сам. работа	7	6	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.13.	Тема 5. Стратегия развития торговой марки	Лекции	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.14.	Тема 5. Стратегия развития торговой марки	Практические	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.15.	Тема 5. Стратегия развития торговой марки	Сам. работа	7	10	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.16.	Тема 6. Внешние атрибуты торговой марки	Лекции	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.17.	Тема 6. Внешние атрибуты торговой марки	Практические	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.18.	Тема 6. Внешние атрибуты торговой марки	Сам. работа	7	10	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
1.19.	Тема 7. Управление торговой маркой	Практические	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.20.	Тема 7. Управление торговой маркой	Сам. работа	7	8	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.21.	Тема 8. Система коммуникаций торговой марки	Практические	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.22.	Тема 8. Система коммуникаций торговой марки	Сам. работа	7	10	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.23.	Тема 9. Тенденции и перспективы развития торговой марки: локальные и международные брэнды	Практические	7	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.24.	Тема 9. Тенденции и перспективы развития торговой марки: локальные и международные брэнды	Сам. работа	7	7	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.25.	Тема 10. Методы оценки стоимости брэнда	Практические	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.26.	Тема 10. Методы оценки стоимости брэнда	Сам. работа	7	6	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.27.	Тема 11. Торговая марка в России	Практические	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.28.	Тема 11. Торговая марка в России	Сам. работа	7	6	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=10681>.

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: 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. Собранная 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 предусмотрены.

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра зачета. Обучающиеся, не получившие зачет по результатам текущей успеваемости, организуется зачет в форме письменного опроса по изученному курсу.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:

- «Зачтено»: Ответ полный, развернутый, вопрос раскрыт, ошибок нет.
- «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	Домнин, В. Н.	Брендинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования	Издательство Юрайт,, 2021	https://urait.ru/bcode/477050
Л1.2	Кириянова, Лилия Геннадьевна	Маркетинг и брендинг туристских дестинаций:: Учебное пособие для вузов	Москва : Юрайт,, 2020	https://urait.ru/bcode/451797 (дата обращения: 25.03.2021)
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-tehnologii-proizvodstva-517937
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	О рекламе: Федеральный Закон от 13.03.06 г. № 38-ФЗ в действ. ред.		www.consultant.ru .	
Э2	Состав.ру, маркетинг реклама pr		http://sostav.ru	
Э3	Электронная база данных «Scopus»		http://www.scopus.com	
Э4	Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета		http://elibrary.asu.ru/	
Э5	Научная электронная библиотека elibrary		http://elibrary.ru	
Э6	Курс "Стратегии торговой марки"		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=10681	
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
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, 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 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.

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 *30.06.2020* протокол № 6.

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

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

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

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

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

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Целями освоения дисциплины являются: ознакомление студентов с концептуальными основами теории и практики массовой информации как средства массовых коммуникаций в современном обществе и базового инструмента специалистов по связям с общественностью; формирование целостного представления об информационных процессах и явлениях в современном мире; формирование навыков информационной культуры, формирование представлений о системе современных печатных и аудиовизуальных СМИ, целях и методах журналистской работы.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.В.1**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	Систему современных СМИ, принципы создания информационных и аналитических текстов; способы размещения заказных материалов в СМИ; правила написания аналитических справок, обзоров и прогнозов в качественных и массовых изданиях.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	Ориентироваться на медиарынке региона; находить информацию в СМИ и осуществлять ее анализ; использовать аргументацию при подготовке аналитических публикаций; использовать методы прогнозирования при подготовке аналитических публикаций.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками поиска информации в системе СМИ; различения информационной, рекламной и имиджевой кампаний в СМИ; навыками литературного редактирования, копирайтинга; навыками создания аналитических текстов в мультимедийных форматах; навыками применения аналитических обзоров и прогнозов в рекламе и PR.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Массовая информация как феномен						
1.1.	Работа с материалами мультимедийной и печатной прессы.	Практические	2	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.5, Л2.1
1.2.	Работа с материалами мультимедийной и печатной прессы	Сам. работа	2	6	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.5, Л2.1
1.3.	Массовая информация как вид социальной	Лекции	2	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.5, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	информации. Свойства массовой информации. Понятие информационной гигиены.					
1.4.	Работа с материалами мультимедийной и печатной прессы.	Практические	2	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.5, Л2.1
1.5.	Работа с материалами мультимедийной и печатной прессы.	Сам. работа	2	6	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.5, Л2.1
1.6.	Информационная повестка дня как способ политизации общества. Информационные войны	Практические	2	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.5, Л2.1
1.7.	Информационная повестка дня как способ политизации общества. Информационные войны	Сам. работа	2	6	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.4, Л1.5, Л2.1
1.8.	Социальная информация и ее характеристики. Типы социальной информации. Требования к социальной информации.	Лекции	2	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.5, Л2.1
1.9.	СМИ в информационном обществе. Основные отличия от традиционных СМИ печатной эпохи. Ключевые характеристики СМИ в интернете.	Лекции	2	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.5, Л2.1
1.10.	СМИ в информационном обществе. Основные отличия от традиционных СМИ печатной эпохи. Ключевые характеристики СМИ в интернете.	Практические	2	4	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.5, Л2.1
1.11.	СМИ в информационном обществе. Основные отличия от традиционных СМИ печатной эпохи. Ключевые характеристики СМИ в интернете.	Сам. работа	2	6	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.5, Л2.1


Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.12.	Окно Овертона. Базовые правила и фильтры защиты от «промывания мозга».	Лекции	2	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.5, Л2.1
1.13.	Интерактивная игра по материалам прессы: «верю – не верю»	Практические	2	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.5, Л2.1
1.14.	Интерактивная игра по материалам прессы: «верю – не верю»	Сам. работа	2	4	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.5, Л2.1
1.15.	Идея независимости СМИ как социальный миф. Виды собственности на СМИ.	Лекции	2	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.5, Л2.1
1.16.	Зарубежные медиахолдинги. Интерактивная презентация.	Практические	2	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.5, Л2.1
1.17.	Подготовка к презентации	Сам. работа	2	6	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.5, Л2.1
1.18.	Определение медиахолдинга. Виды медиахолдингов. Крупнейшие медиахолдинги России	Лекции	2	4	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.4, Л1.5, Л2.1
1.19.	Российские медиахолдинги. Интерактивная презентация.	Практические	2	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.5, Л2.1
1.20.	Правовые нормы СМИ. Закон о СМИ.	Сам. работа	2	4	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.5, Л2.1
1.21.	Этические нормы СМИ. Кодекс профессиональной этики журналиста.	Лекции	2	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.5, Л2.1
1.22.	Тест на знание Закона о СМИ.	Практические	2	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.5, Л2.1
1.23.	Правовые и этические нормы СМИ	Сам. работа	2	9	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.5, Л2.1
Раздел 2. Профессиональная деятельность в сфере массовой информации						
2.1.	Профессиональные траектории в сфере массовой информации	Лекции	3	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.5, Л2.1
2.2.	Профессиональные траектории в сфере массовой информации	Практические	3	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.5, Л2.1
2.3.	Профессиональные траектории в сфере массовой информации	Сам. работа	3	4	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.5, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.4.	Источники и методы сбора информации	Лекции	3	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.5, Л2.1
2.5.	Источники и методы сбора информации	Сам. работа	3	4		Л1.2, Л1.5, Л2.1
Раздел 3. Система жанров массовой информации						
3.1.	Теория журналистских жанров. Жанрообразующие признаки. Классификация жанров СМИ	Лекции	3	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.5, Л2.1
3.2.	Теория журналистских жанров. Жанрообразующие признаки. Классификация жанров СМИ	Сам. работа	3	2		Л1.2, Л1.5, Л2.1
3.3.	Оперативно-новостные жанры. Виды новостей. Ньусмейкеры.	Лекции	3	2		Л1.2, Л1.5, Л2.1
3.4.	Репортаж как информационный жанр. Виды репортажа.	Лекции	3	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.5, Л2.1
3.5.	Исследовательско-новостные и аналитические жанры. PR-цели аналитической журналистики.	Лекции	3	4	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.5, Л2.1
3.6.	Работа по подготовке репортажа	Практические	3	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.5, Л2.1
3.7.	Подготовка репортажа	Сам. работа	3	10	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.5, Л2.1
3.8.	Подготовка аналитического обзора и рецензии	Практические	3	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.5, Л2.1
3.9.	Работа с аналитическими материалами	Практические	3	4	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.5, Л2.1
3.10.	Подготовка аналитического обзора и рецензии.	Сам. работа	3	8	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.5, Л2.1
3.11.	Работа с аналитическими материалами	Сам. работа	3	8	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.5, Л2.1
3.12.	Работа с аналитическими материалами	Практические	3	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.5, Л2.1
3.13.	Жанр интервью	Лекции	3	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.5, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
3.14.	Подготовка интервью и сценария	Практические	3	4	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.5, Л2.1
3.15.	Подготовка интервью и сценария	Сам. работа	3	8	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.5, Л2.1
3.16.	Проведение мониторинга	Сам. работа	3	8	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.5, Л2.1
3.17.	Работа с информационными материалами	Сам. работа	3	10	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.5, Л2.1
3.18.	Работа с информационными материалами	Практические	3	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.5, Л2.1
3.19.	Этапы подготовки журналистского материала.	Практические	3	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.5, Л2.1
3.20.	Работа с информационными материалами	Сам. работа	3	10	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.5, Л2.1
Раздел 4. Форматы и жанры новых медиа						
4.1.	Жанры СМИ в кроссмедийном пространстве	Лекции	4	2		Л1.2, Л1.5, Л2.1, Л1.6
4.2.	Жанры СМИ в кроссмедийном пространстве	Практические	4	2		Л1.2, Л1.5, Л2.1
4.3.	Жанры СМИ в кроссмедийном пространстве	Сам. работа	4	4		Л1.2, Л1.5, Л2.1
4.4.	Мультимедийные форматы	Лекции	4	2		Л1.5, Л2.1
4.5.	Мультимедийные форматы	Практические	4	4		Л1.5, Л2.1
4.6.	Лонгрид	Лекции	4	2		Л1.5, Л2.1
4.7.	Создание лонгрида	Практические	4	4		Л1.5, Л2.1
4.8.	Создание лонгрида	Сам. работа	4	10		Л1.5, Л2.1
Раздел 5. Аудиовизуальные СМИ						
5.1.	Телевидение в современном цифровом пространстве	Лекции	4	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.3, Л1.5, Л2.1, Л1.7
5.2.	Телевидение в современном цифровом пространстве	Практические	4	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.5, Л2.1
5.3.	Телевидение в современном цифровом пространстве	Сам. работа	4	7	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.5, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
5.4.	Виды программ на ТВ	Лекции	4	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.5, Л2.1
5.5.	Виды программ на ТВ	Практические	4	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.5, Л2.1
5.6.	Виды программ на ТВ	Сам. работа	4	6	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.5, Л2.1
5.7.	Выразительные средства видеоконтента	Лекции	4	4	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.5, Л2.1
5.8.	Интерактивный семинар «Раскадровка»	Практические	4	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.5, Л2.1
5.9.	Интерактивный семинар «Раскадровка»	Сам. работа	4	8	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.5, Л2.1
5.10.	Краткая история развития радиовещания. Современные форматы радиостанций	Лекции	4	4	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.5, Л2.1
5.11.	Интерактивные презентации по радиостанциям	Практические	4	4	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.5, Л2.1
5.12.	Интерактивные презентации по радиостанциям	Сам. работа	4	8	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л1.5, Л2.1

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
См.приложение
5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)
См.приложение
5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
См. Приложение
Приложения
Приложение 1.  ФОС ТиПМИ_2022_20_РиСО.doc

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

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

Л1.1	Шарков, Ф.И.	Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник	М. : Дашков и Ко, 2013	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=255819
Л1.2	Колесниченко, А. В.	Техника и технология сми. Подготовка текстов: учебник и практикум для академического бакалавриата	Издательство Юрайт, 2017	www.biblio-online.ru/book/70540EE3-8E4F-4C71-AFDE-6E711F47BFC2
Л1.3	Клюев, Ю.В.	Теория и практика массовой информации : учебное пособие	Директ-Медиа, 2015	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429884
Л1.4	Романов, А.А.	Массовые коммуникации : учебно-практическое пособие	Евразийский открытый институт, 2010	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93162
Л1.5	Киселёв, А.Г.	Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть : учебник	Юнити-Дана, 2015	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436719
Л1.6	Мансурова В. Д.	Социальные сети и СМИ: учеб. пособие	Барнаул: Изд-во АлтГУ, 2016	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/3356
Л1.7	Познин В.Ф.	ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИЯ СМИ. РАДИО- И ТЕЛЕЖУРНАЛИСТИКА. Учебник и практикум для академического бакалавриата: Гриф УМО ВО	М.:Издательство Юрайт, 2018	https://biblio-online.ru/book/7C22D360-4A52-4680-86EB-A5AED537D649

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Коханова, Людмила Александровна	Основы теории журналистики: учеб. пособие для вузов	ЮНИТИ-ДАНА, 2009	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117692

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

	Название	Эл. адрес
Э1	Сайт библиотеки АлтГУ	www.ib.asu.ru
Э2	Электронно-библиотечная система издательства "Лань"	https://e.lanbook.com/
Э3	Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека online"	http://biblioclub.ru/
Э4	Клуб специалистов PR	www.pr-club.com
Э5	курс "Теория и практика массовой информации"	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=4026

6.3. Перечень программного обеспечения

Microsoft Windows
Microsoft Office
7-Zip
AcrobatReader

6.4. Перечень информационных справочных систем

Информационно-правовой портал «Гарант» (<http://garant.ru>)
«КонсультантПлюс» (<http://consultant.ru>)

Электронная база данных «Scopus» (<http://www.scopus.com>)
 Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (<http://elibrary.asu.ru/>)
 Научная электронная библиотека elibrary (<http://elibrary.ru>)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
410Д	лаборатория информационных технологий - компьютерный класс кафедры теории и практики журналистики - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 24 посадочных места; рабочее место преподавателя; доска пластиковая - 1 шт.; компьютеры: марка Intel Core модель i3-2120 3,3 ГГц/DDR3 2 ГБ/500 ГБ/DVD RW/22» - 11 единиц; монитор: марка samsung модель 943Т - 1 единица; мониторы: BenQ G950A/KM/ - 10 шт.; бесперебойник: UPS IPPon Black Power Pro 500 - 12 шт.; телевизор: LCD 46" Samsung LE-46S81B
106Л	помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Стеллажи – 3 шт. осциллограф, паяльная станция, источник тока, переносные ноутбуки
320Л	медиа-тека, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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

Технологии экспертизы рекламных и PR продуктов

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_РиСО-2020

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам
в том числе:		экзамены: 6
аудиторные занятия	40	
самостоятельная работа	41	
контроль	27	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	3 (6)		Итого	
	Неделя 16			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	16	16	16	16
Практические	24	24	24	24
Сам. работа	41	41	41	41
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	108	108	108	108

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

Рецензент(ы):
Василенко И.А.

Рабочая программа дисциплины
Технологии экспертизы рекламных и PR продуктов

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 30.06.2020 протокол № 6.

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

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

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

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

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

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	<p>Целью изучения дисциплины является предоставление студентам системы знаний по теории и методологии проведения экспертизы рекламных и PR-продуктов; обучение студентов применению методов и процедур проведения экспертизы рекламных и PR-продуктов; обучение студентов методам корректировки рекламных и PR-продуктов на основании результатов экспертизы.</p> <p>Задачи обучения:</p> <p>обеспечить понимание актуальности и востребованности социогуманитарной экспертизы рекламных и PR-продуктов в современном обществе;</p> <p>сформировать у студентов знания об основных направлениях, теоретико-методологических основаниях и технологиях социогуманитарной экспертизы рекламных и PR-продуктов;</p> <p>научить студентов методам и процедурам проведения социогуманитарной экспертизы рекламных и PR-продуктов;</p>
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.1

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-2	Способен осуществлять маркетинговые исследования в области СМИ
------	--

В результате освоения дисциплины обучающийся должен


3.1.	Знать:
3.1.1.	теоретико-методологические основы экспертизы рекламных и PR- продуктов; методы, приемы и процедуры экспертизы рекламных и PR- продуктов; методы и приемы, требования к разработке аналитических справок.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	определять объект, предмет, цели и задачи экспертизы рекламных и PR- продуктов; применять методы, приемы и процедуры экспертизы рекламных и PR- продуктов; составлять аналитические справки в соответствии с содержательными и техническими требованиями в области экспертизы рекламных и PR-продуктов;
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками определения объекта, предмета, цели и задач экспертизы рекламных и PR- продуктов; навыками применения методов, приемов и процедур экспертизы рекламных и PR- продуктов; навыками соблюдения содержательных и технических требований к составлению аналитических справок в области экспертизы рекламных и PR-продуктов; навыками информационно-библиографической культуры и обеспечения информационной безопасности при планировании и организации экспертизы рекламных и PR-продуктов.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Гуманитарно-правовое направление и технологии экспертизы рекламных и PR-продуктов.						
1.1.	Гуманитарная и этическая экспертиза рекламных и PR-продуктов./	Лекции	6	4		Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.2.	Гуманитарная и этическая экспертиза рекламных и PR-продуктов./	Практические	6	4		Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.3.	Гуманитарная и этическая экспертиза рекламных и PR-продуктов./	Сам. работа	6	8		Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.4.	Правовая экспертиза рекламной деятельности, рекламных и PR-продуктов.	Лекции	6	2		Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.5.	Правовая экспертиза рекламной деятельности, рекламных и PR-продуктов.	Практические	6	4		Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.6.	Правовая экспертиза рекламной деятельности, рекламных и PR-продуктов.	Сам. работа	6	8		Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 2. Социально-психологическое направление и технологии экспертизы рекламных и PR-продуктов						
2.1.	Психологическая экспертиза рекламных и PR-продуктов.	Лекции	6	4		Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3
2.2.	Психологическая экспертиза рекламных и PR-продуктов.	Практические	6	6		Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3
2.3.	Психологическая экспертиза рекламных и PR-продуктов.	Сам. работа	6	8		Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3
2.4.	Социологическая экспертиза рекламных и PR-продуктов.	Лекции	6	4		Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3
2.5.	Социологическая экспертиза рекламных и PR-продуктов.	Практические	6	6		Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3
2.6.	Социологическая экспертиза рекламных и PR-продуктов.	Сам. работа	6	9		Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 3. Лингвистическое направление и технологии экспертизы рекламных и PR-продуктов.						

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
3.1.	Лингвистическая экспертиза рекламных и PR-текстов.	Лекции	6	2		Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3
3.2.	Лингвистическая экспертиза рекламных и PR-текстов.	Практические	6	4		Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3
3.3.	Лингвистическая экспертиза рекламных и PR-текстов.	Сам. работа	6	8		Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3
3.4.	Итоговый контроль	Экзамен	6	27		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
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. Технологии экспертизы рекламных и PR-продуктов_2020 3-4.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	Л.В. Оконечникова	Психологические методы исследования рекламы : учебно-методическое пособие	Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2014	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276353
Л1.2	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.
Л1.3	Тюрин, Д. В.	Маркетинговые исследования : учебник для бакалавров	М. : Издательство Юрайт, 2017	www.biblio-online.ru/book/BFF5DC94-F93

				F-470D-B94A-1CC1E 829746C.
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Баранов А.Н.	Лингвистическая экспертиза текста: теоретические основания и практика:	М. : ФЛИНТА, 2012	http://e.lanbook.com/book/12947
Л2.2	Чумиков, А	Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции : учебное пособие	М. : Издательский дом «Дело», 2016	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=442983
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Институт социологии Российской академии наук		http://www.isras.ru/	
Э2	Лаборатория социалистической экспертизы		www.socexpertiza.ru	
Э3	Курс " Технологии экспертизы рекламных и PR продуктов"		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7281	
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)
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа;	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка

Аудитория	Назначение	Оборудование
	занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица
320Л	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.

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

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

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

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

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

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных

работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

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

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

руководствоваться графиком самостоятельной работы,

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

неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие

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

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

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

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

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

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

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_РиСО-2020

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	5
аудиторные занятия	36		
самостоятельная работа	45		
контроль	27		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	3 (5)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
	Лекции	16	16	16
Практические	20	20	20	20
Сам. работа	45	45	45	45
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

Рецензент(ы):

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 30.06.2020 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2023 г. № 11

Срок действия программы: 2022-2027 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 17.06.2023 г. № 11

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.1

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-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-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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
------	---------------

3.1.1.	Знает понятия, термины и инструменты деловой репутации, технологии создания коммуникационных кампании и мероприятий, модели прогнозирования рейтинга;
3.2.	Уметь:
3.2.1.	проводить репутационный аудит; оценивать и отбирать носители рекламы и связей с общественностью, под контролем составлять медиаплан и выполнять оценку его эффективности в ходе реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	традиционными и современными технологиями реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий, навыками работы с данными измерения аудитории и другими информационными источниками, приемами и принципами составления коммуникационных кампаний.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Управление репутацией						
1.1.	Понятие деловой репутации	Лекции	5	2	УК-10.1, УК-10.2, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.2, Л1.3, Л2.1, Л1.1
1.2.	Понятие деловой репутации	Практические	5	2	УК-10.1, УК-10.2, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.2, Л1.3, Л2.1, Л1.1
1.3.	Понятие деловой репутации	Сам. работа	5	6	УК-10.1, УК-10.2, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.2, Л1.3, Л2.1, Л1.1
1.4.	Понятие цифровой репутации	Лекции	5	2	УК-10.1, УК-10.2, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.2, Л1.3, Л2.1, Л1.1
1.5.	Понятие цифровой репутации	Практические	5	2	УК-10.1, УК-10.2, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.2, Л1.3, Л2.1, Л1.1
1.6.	Понятие цифровой репутации	Сам. работа	5	6	УК-10.1, УК-10.2, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.2, Л1.3, Л2.1, Л1.1
1.7.	Параметры деловой репутации	Лекции	5	2	УК-10.1, УК-10.2, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.2, Л1.3, Л2.1, Л1.1
1.8.	Параметры деловой репутации	Практические	5	4	УК-10.1, УК-10.2, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.2, Л1.3, Л2.1, Л1.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.9.	Параметры деловой репутации	Сам. работа	5	6	УК-10.1, УК-10.2, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.2, Л1.3, Л2.1, Л1.1
1.10.	Создание информационной основы репутации	Лекции	5	2	УК-10.1, УК-10.2, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.2, Л1.3, Л2.1, Л1.1
1.11.	Создание информационной основы репутации	Практические	5	2	УК-10.1, УК-10.2, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.2, Л1.3, Л2.1, Л1.1
1.12.	Создание информационной основы репутации	Сам. работа	5	6	УК-10.1, УК-10.2, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.2, Л1.3, Л2.1, Л1.1
1.13.	Технологии управления деловой репутацией компании	Лекции	5	4	УК-10.1, УК-10.2, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.2, Л1.3, Л2.1, Л1.1
1.14.	Технологии управления деловой репутацией компании	Практические	5	4	УК-10.1, УК-10.2, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.2, Л1.3, Л2.1, Л1.1
1.15.	Технологии управления деловой репутацией компании	Сам. работа	5	8	УК-10.1, УК-10.2, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.2, Л1.3, Л2.1, Л1.1
1.16.	Технологии управления деловой репутацией руководителя	Лекции	5	2	УК-10.1, УК-10.2, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.2, Л1.3, Л2.1, Л1.1
1.17.	Технологии управления деловой репутацией руководителя	Практические	5	4	УК-10.1, УК-10.2, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.2, Л1.3, Л2.1, Л1.1
1.18.	Технологии управления деловой репутацией руководителя	Сам. работа	5	7	УК-10.1, УК-10.2, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.2, Л1.3, Л2.1, Л1.1
1.19.	Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации	Лекции	5	2	УК-10.1, УК-10.2, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.2, Л1.3, Л2.1, Л1.1
1.20.	Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации	Практические	5	2	УК-10.1, УК-10.2, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.2, Л1.3, Л2.1, Л1.1
1.21.	Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации	Сам. работа	5	6	УК-10.1, УК-10.2, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.2, Л1.3, 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/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 MICE 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	Сальникова Л.С.	Репутационный менеджмент: современные подходы и технологии: учеб. для бакалавров	М.: Юрайт, 2013	
Л1.2	Шарков Ф.И.	Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учеб. пособие	М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015	biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896
Л1.3	Гундарин М.В.	Книга руководителя отдела PR: практ. рекомендации	СПб. : Питер, 2009	
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Маслова В. М., Синяева И. М., Синяев В. В.	Сфера PR в маркетинге: учебное пособие	М. : Юнити-Дана // ЭБС университетская библиотека online, 2015	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502
Л2.2	Кочеткова А.В., Филиппов В.Н.	Теория и практика связей с общественностью:	СПб.: Питер, 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 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) 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 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 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»

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	3 ЗЕТ		
Учебный план	42_03_01_РиСО-2020		
Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты: 7	
аудиторные занятия	34		
самостоятельная работа	74		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	4 (7)		Итого	
	Неделя	17,5		
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	12	12	12	12
Практические	22	22	22	22
Сам. работа	74	74	74	74
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
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 30.06.2020 протокол № 6.

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

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

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

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

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

1. Цели освоения дисциплины

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

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.ДВ.1.1

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.	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 стиливого 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						

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.1.	Сфера, понятие и классификации специальных событий.	Лекции	7	1	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.2.	Тип организации и специальное событие. Мероприятия, ориентированные на внешние ЦА.	Лекции	7	1	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.3.	Внутрикорпоративные мероприятия. Мероприятия для СМИ. Массовые мероприятия.	Лекции	7	1	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.4.	Презентация, выставка, конференция, симпозиум, фестиваль, круглый стол, дискуссия.	Практические	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.5.	Корпоративные праздники, спортивные мероприятия, тим-билдинг, тренинги, семинары, мастер-классы.	Практические	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.6.	Пресс-конференция, пресс-ланч. Флеш-моб, смарт-моб. Акции.	Практические	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.7.	Подготовка обзора класса спецсобытия	Сам. работа	7	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	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	7	1	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2
2.2.	Целевая аудитория специального события: определение целевых групп, мотивационный анализ ЦА. Выбор площадки и времени проведения спецсобытия. Продюсирование специальных событий.	Лекции	7	1	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2
2.3.	Формирование основной идеи мероприятия, креативной концепции, разработка коммуникационной стратегии и тактики. Формы репрезентации	Лекции	7	1	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
	креативной концепции в фирменный стиль события, оформление площадки, сувенирная продукция, интерактивные элементы и др. сопровождающая атрибутика. Медиапланирование в организации спецсобытия.					
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	7	1	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	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	7	1	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2
2.6.	Методы анализа среды/контекста специального события. Сегментирование целевой аудитории. Мотивационный анализ целевой аудитории.	Практические	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2
2.7.	Креативные методики в формировании концепции мероприятия.	Практические	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2
2.8.	Разработка фирменного стиля мероприятия. Полиграфия спецсобытия. Ивент-фишки.	Практические	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2
2.9.	Разработка сценария проведения мероприятия.	Практические	7	2	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
	Знакомство и разработка других типов сценария.					
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	7	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2
2.11.	Разработка индивидуального специального события	Сам. работа	7	35	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	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	7	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2
3.2.	Проведение специального события.	Практические	7	6	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.2
3.3.	ПОДготовка к проведению спецсобытия	Сам. работа	7	35	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	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
<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=11310</p> <p>ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ ПК-4: Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла</p> <p>ПРИМЕРЫ ВОПРОСОВ ОТКРЫТОГО ТИПА (10)</p> <p>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.</p>

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. 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
- 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

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

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
Л1.1	Жильцова, О. Н.	Связи с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата	Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/6450F6BE-CE23-4946-8078-93121F0C851D
Л1.2	Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова.	Связи с общественностью : учебник и практикум для среднего профессионального образования	Издательство Юрайт, 2021	URL: https://urait.ru/code/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				
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.wimages.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно);
 ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (<https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/>), (бессрочно);
 LibreOffice (<https://ru.libreoffice.org/>), (бессрочно);
 Веб-браузер Chromium (<https://www.chromium.org/Home/>), (бессрочно);
 Антивирус Касперский (<https://www.kaspersky.ru/>), (до 23 июня 2024);
 Архиватор Ark (<https://apps.kde.org/ark/>), (бессрочно);
 Okular (<https://okular.kde.org/ru/download/>), (бессрочно);
 Редактор изображений Gimp (<https://www.gimp.org/>), (бессрочно)

6.4. Перечень информационных справочных систем

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

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
320Л	медиа-тека, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)
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, компоновите новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

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

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

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

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

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

руководствоваться графиком самостоятельной работы,

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

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

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

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

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

GR-технологии 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_РиСО-2020		
Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты: 7	
аудиторные занятия	38		
самостоятельная работа	70		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	4 (7)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	12	12	12	12
Практические	26	26	26	26
Сам. работа	70	70	70	70
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

д.филол.н., Профессор, Халина Н.В.

Рецензент(ы):

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

Рабочая программа дисциплины

GR-технологии

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 30.06.2020 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 30.06.2020 г. № 9

Срок действия программы: 2020-2021 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 30.06.2020 г. № 9

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

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	сформировать представления, знания и навыки в сфере взаимодействия государства и бизнеса, сформировать профессиональные навыки и знания GR-специалиста как формы профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.ДВ.1.1

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен


3.1.	Знать:
3.1.1.	о принципах создания эффективной внешней коммуникационной инфраструктуры организации, определения понятий GR и лоббизма, основные GR-технологии и технологии лоббистской деятельности, используемые при взаимодействии с органами государственной власти и местного самоуправления, современные направления развития GR-менеджмента и лоббизма в России и зарубежных странах; основные подходы к пониманию понятий Lobbying, Government Relations (GR) и Public Affairs (PA), объекты и субъекты лоббизма, стратегии взаимодействия государства и бизнеса в российской экономике.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	способен создавать и развивать эффективную внешнюю коммуникационную инфраструктуру организации, выделять основные субъекты и объекты GR; разграничивать легальные и противозаконные технологии продвижения интересов бизнеса осуществлять оценку эффективности работы GR-департамента и GR-специалиста, участвовать в работе GR-подразделения в компании, использовать институты и механизмы продвижения интересов бизнеса в процессе взаимодействия с властью
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	профессиональные навыки и знания GR-специалиста, навыки поиска, обработки и анализа информации, необходимой для подготовки и обоснования управленческих решений в сфере GR-менеджмента; навыки работы в команде, формируемой для выполнения задач, поставленных в рамках курса; навыки планирования и организации мероприятий в сфере профессиональных компетенций GR-специалиста; владеет технологиями социальной ответственности бизнеса, GR-технологиями, применяемыми в работе бизнес-ассоциаций.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Теории GR и лоббизма						
1.1.	Теории GR и лоббизма	Лекции	7	4	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.2.	Теории GR и лоббизма	Практические	7	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
Раздел 2. Организация работы GR-подразделения в компании. Профессиональные навыки и знания GR-специалиста						
2.1.	Организация работы GR-подразделения в компании. Профессиональные навыки и знания GR-специалиста	Лекции	7	4	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.2.	Организация работы GR-подразделения в компании	Практические	7	4	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.3.	Профессиональные навыки и знания GR-специалиста	Практические	7	4	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.4.	Оценка эффективности работы GR-департамента и GR-специалиста	Практические	7	4	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
Раздел 3. Функциональные аспекты GR - менеджмента						
3.1.	Функциональные аспекты GR - менеджмента	Лекции	7	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.2.	Институты и механизмы продвижения интересов бизнеса в процессе взаимодействия с властью	Практические	7	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.3.	Социальная ответственность бизнеса	Практические	7	4	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.4.	Региональные аспекты использования GR-технологий	Практические	7	4	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
Раздел 4. Бизнес-ассоциации в системе взаимодействия бизнеса с властью						
4.1.	Бизнес-ассоциации в системе взаимодействия бизнеса с властью	Лекции	7	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
4.2.	Бизнес-ассоциации в системе взаимодействия бизнеса с властью	Практические	7	2	ПК-1, ПК-4	Л1.1, Л2.3, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
4.3.	Подготовка к практическим занятиям	Сам. работа	7	70	ПК-1, ПК-4	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 GR_2020.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	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
Л1.2	В.В. Крупенков, Н.А. Мамедова, А.Н. Грачев	Государственные и бизнес-коммуникации: учебно-практическое пособие	М. : Евразийский открытый институт, 2011	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90968
Л1.3	.Л. Протасова, Э.В. Бикбаева, М.Д. Наумова	Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества: учебное пособие	Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445035
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	под ред. В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова	Гг и лоббизм: теория и технологии : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры	М. : Издательство Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/C0E1AB69-198E-4213-A93A-7FCC48FC9753
Л2.2	под ред. М. М. Васильевой	Связи с общественностью в органах власти : учебник для академического бакалавриата	М. : Издательство Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/1D8B6D05-1892-46AE-BEAA-EA5E4227DC94 .
Л2.3	Ф. Китчен	Паблик рилейшнз : учебное пособие	М. : Юнити-Дана, 2017	https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=684583

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"		
	Название	Эл. адрес
Э1	http://www.lobbying.ru –Российский профессиональный портал о лоббизме и GR	
Э2	http://www.rgra.ru – Национальная ассоциация специалистов по взаимодействию с органами государственной власти	
Э3	http://www.raso.ru – Российская ассоциация по связям с общественностью	
Э4	http://www.gr.ru – центр по изучения проблем взаимодействия бизнеса и власти	
Э5	Курс GR-технологии	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=6627
6.3. Перечень программного обеспечения		
Microsoft Office Microsoft Windows 7-Zip AcrobatReader		
6.4. Перечень информационных справочных систем		
Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com) Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/) Научная электронная библиотека elibrary (http://elibrary.ru)		

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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

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 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»

Корпоративные 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_РиСО-2020

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты:	8
аудиторные занятия	36		
самостоятельная работа	72		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	4 (8)		Итого	
	9			
Неделя	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	12	12	12	12
Практические	24	24	24	24
Сам. работа	72	72	72	72
Итого	108	108	108	108

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

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

Рабочая программа дисциплины
Корпоративные 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 30.06.2020 протокол № 6.

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

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

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

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

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

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	сформировать у студентов представления о природе, источниках формирования, основных функциях, моделях, технологиях, организации управления, критериях оценки эффективности корпоративных коммуникаций в контексте стратегического управления; сформировать у студентов знания, умения и навыки по использованию конкретных технологий корпоративных коммуникаций, планированию и оценке их эффективности; расширить их профессиональный кругозор, понимание роли и значения коммуникативных технологий в обеспечении и реализации деловой активности.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.ДВ.1.1

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.	основные концепции стратегических коммуникаций, корпоративных коммуникаций; технологии корпоративной социальной ответственности, взаимоотношений со СМИ, создания корпоративного имиджа в бизнес-среде; концепции корпоративной культуры, методы создания эффективных коммуникаций в организации
3.2.	Уметь:
3.2.1.	проводить исследования для диагностики корпоративных коммуникаций; организовывать и координировать проектную деятельность в целях улучшения корпоративных коммуникаций; формировать корпоративную культуру организации и управлять ею;
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	инструментами формирования корпоративного имиджа в бизнес-среде; инструментами управления корпоративными коммуникациями; навыками коммуникационного сопровождения КСО, благотворительных программ, формирования лояльности и приверженности сотрудников.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Понятие корпоративных коммуникаций. КСО, благотворительные программы, управление корпоративной культурой как составляющие корпоративных коммуникаций						
1.1.	Понятие корпоративных коммуникаций. КСО, благотворительные программы, управление корпоративной культурой как составляющие корпоративных коммуникаций	Лекции	8	6		Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.2.	Логика стратегического менеджмента и онтология организации	Практические	8	2		Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.3.	Роль стратегии в развитии бизнеса	Практические	8	2		Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.4.	Инструменты стратегического анализа	Практические	8	2		Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.5.	Понятие корпоративных коммуникаций. КСО, благотворительные программы, управление корпоративной культурой как составляющие корпоративных коммуникаций	Сам. работа	8	36		Л1.1, Л2.1
Раздел 2. Управление корпоративными коммуникациями						
2.1.	Управление корпоративными коммуникациями	Лекции	8	6		Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.2.	Ценностно ориентированный менеджмент в системе стратегического управления	Практические	8	2		Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.3.	Управление развитием корпоративных коммуникаций, методы оценки их эффективности	Практические	8	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.4.	Работа со СМИ (media relation)	Практические	8	2		Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.5.	Работа с органами власти (GR)	Практические	8	2		Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.6.	Специальные события и социальные мероприятия	Практические	8	4		Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.7.	Социальное партнерство и коммуникативные технологии КСО	Практические	8	4		Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.8.	Корпоративная культура компании и корпоративные коммуникации	Практические	8	2		Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.9.	Понятие корпоративных коммуникаций. КСО, благотворительные программы, управление корпоративной культурой как составляющие корпоративных коммуникаций	Сам. работа	8	36		Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
См. Приложение
5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)
См. Приложение
5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
См. Приложение
Приложения
Приложение 1.  ФОС_Корпоративные коммуникации_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	Тулчинский, Г. Л.	Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : пособие для бакалавриата и магистратуры	Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/A49FECB9-B8EE-4736-8714-450457BD2C55
Л1.2	Орехов, С.А.	Корпоративный менеджмент : учебное пособие	Дашков и К°, 2017	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452584

Л1.3	Горфинкель, В.Я.	Коммуникации и корпоративное управление: учебное пособие	Юнити-Дана, 2015	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119552
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Шарков, Ф.И.	Константы гудвилла: стиль, публицити, репутация, имидж и бренд фирмы : учебное пособие	Дашков и К°, 2015	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452896
Л2.2	Григорян, Е.С.	Корпоративная социальная ответственность : учебник	Дашков и К°, 2016	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=387010
Л2.3	Ершова, Е.А.	Гудвилл бизнеса :	Статут, 2013	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453266
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 Корпоративные коммуникации		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=1788	
6.3. Перечень программного обеспечения				
<p>Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно); Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно); Chrome (http://www.chromium.org/chromium-os/licenses), (бессрочно); 7-Zip (http://www.7-zip.org/license.txt), (бессрочно); AcrobatReader (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно); ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно); LibreOffice (https://ru.libreoffice.org/), (бессрочно); Веб-браузер Chromium (https://www.chromium.org/Home/), (бессрочно); Антивирус Касперский (https://www.kaspersky.ru/), (до 23 июня 2024); Архиватор Ark (https://apps.kde.org/ark/), (бессрочно); Okular (https://okular.kde.org/ru/download/), (бессрочно); Редактор изображений Gimp (https://www.gimp.org/), (бессрочно)</p>				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
<p>Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com) Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/) Научная электронная библиотека eLibrary (http://elibrary.ru)</p>				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

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, 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 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»

Межкультурные 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_РиСО-2020		
Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты: 7	
аудиторные занятия	42		
самостоятельная работа	66		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	4 (7)		Итого	
	Неделя			
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):
д.филол.н., профессор, Халина Н.В.

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

Рабочая программа дисциплины
Межкультурные 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 30.06.2020 протокол № 6.

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

Протокол от 17.06.2022 г. № 11
Срок действия программы: 2022-2026 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 17.06.2022 г. № 11
Заведующий кафедрой *д.социол.н., профессор Ковалева А.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	<p>Целью освоения учебной дисциплины является формирование межкультурной компетентности и воспитание осознания родной культуры и других культур.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none">1. научиться ориентироваться в системе общечеловеческих ценностей и учитывать ценностно-смысловые ориентации различных национальных групп;2. научиться руководствоваться принципами культурного релятивизма и этическими нормами общества, отказаться от этноцентризма и уважать своеобразие иноязычной культуры и ценностных ориентаций иноязычного социума3. владение навыками социокультурной и межкультурной коммуникации, обеспечивающими адекватность социальных и профессиональных контактов4. подготовиться к преодолению влияния стереотипов и осуществлению межкультурного диалога в общей и профессиональной сферах общения <p>Изучение дисциплины «межкультурная коммуникация» призвано также обеспечить:</p> <ul style="list-style-type: none">• повышение уровня учебной автономии, способности к самообразованию;• развитие когнитивных и исследовательских умений;• повышение информационной культуры;• расширение кругозора и повышение общего культурного уровня студентов.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.В.ДВ.1.1**

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.	основные понятия и подходы к изучению межкультурной коммуникации; особенности восточной и западной культуры; теорию коммуникации; проблемные области межкультурной коммуникации; основы речевого этикета;
3.2.	Уметь:
3.2.1.	эффективно взаимодействовать с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами; устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения;
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	основами ведения диалога, законами композиции и стиля, приемами убеждения, культурой мышления и изложения мыслей.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Раздел 1. Культурные тренды социума, межкультурные коммуникации и PR						
1.1.	Профессиональные культурные компетенции PR – менеджера в глобальной организационной среде	Лекции	7	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.2.	Профессиональные культурные компетенции PR – менеджера в глобальной организационной среде	Сам. работа	7	12	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.3.	Культурно-детерминированные практики паблик релейшинз	Лекции	7	4	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.4.	Практики паблик релейшинз, детерминированные культурой Европы, Азии и Африки	Практические	7	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.5.	Кросс-маркетинг в межкультурных коммуникациях	Лекции	7	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.6.	Контекстуальность культур	Практические	7	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.7.	Кросс-маркетинг в межкультурных коммуникациях	Лекции	7	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.8.	Межкультурные коммуникации в контексте различных научных дисциплин	Сам. работа	7	22	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.9.	Монохронность /полихронность культур	Практические	7	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.10.	Управление отношениями в мультикультурных сообществах	Практические	7	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.11.	Концептуальные параметры классификации культур Герда Хофстеде	Практические	7	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.12.	Корпоративная культура и PR в кросс-культурной среде	Практические	7	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.13.	Диалектика интеркультурных отношений и интеркультурные конфликты	Практические	7	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.14.	Интеркультурная коммуникация: культура, коммуникация, контекст и власть	Лекции	7	6	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.15.	Императивы интеркультурной коммуникации.	Практические	7	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.16.	Интеркультурная коммуникация, контекст и власть	Практические	7	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.17.	. интернациональный маркетинговый промоушен и кросс-культурные маркетинговые решения	Практические	7	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.18.	Транскультурная медиаэстетика	Практические	7	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.19.	Проблемы понимания в межкультурной коммуникации	Практические	7	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.20.	Проблемы понимания в межкультурной коммуникации	Сам. работа	7	32	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.21.	Интеркультурный процесс: идентичность, язык, невербальные коды в пространстве культуры	Практические	7	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.2, 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
<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=11254#section-4</p> <p>ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ ПК-1 ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА</p> <p>1. Типы речевой коммуникации включают...</p> <p>диалог полилог мимику монолог жесты Ответ: диалог, полилог, монолог</p> <p>2. Межкультурная коммуникация как дисциплина сложилась в России ...</p> <p>в конце XX века в середине XX века в начале XX века Ответ: в конце XX века</p> <p>3. К формам деловой коммуникации относятся ...</p>

дискуссия
переговоры
публикации в желтой прессе
брифинг
Интернет
презентация
факсимильная связь
обсуждение подробностей частной жизни
Ответ: дискуссия, переговоры, презентация ,факсимильная связь

4. ... - это методологический подход к изучению культуры, предполагающий, что культура любого народа может быть понята только в рамках ее собственных ценностей и в ее собственном контексте

Культурная идентичность
Культурный релятивизм
Культурная самобытность
Культурный позитивизм
Ответ: Культурный релятивизм

5. ... группы имеют целью удовлетворить стремление членов групп к социальному одобрению, уважению и доверию

Экспрессивные
Вторичные
Инструментальные
Функциональные
Ответ: Экспрессивные

6. ... - это замысел, информация ради которой осуществляется коммуникация (состоит из символов, может быть устной, письменной или визуальной)

Сообщение
Послание
Отчет
Ответ: Сообщение

7. По способу установления и поддержания контакта выделяются следующие типы коммуникации:...

межличностная
непосредственная
паравербальная
дистантная
Ответ: непосредственная

8. Общение между лицами, представляющими разные народы (этнические группы), называется

межэтнической коммуникацией
межкультурным диалогом
онтркультурной коммуникацией
комплементарной коммуникацией
Ответ: межэтнической коммуникацией

9. По способу использования времени культуры принято делить на ...

матриархальные
монокронные
полихронные
Ответ: монокронные , полихронные

10. Любой процесс или образование искусственного происхождения называется ...

традицией
ценностью
нормой
артефактом
Ответ: артефактом

11. Процесс интерпретации событий или действий, посредством которого индивид приписывает им определенные причины, называют...

атрибуцией
социализацией
адаптацией
семиотизацией

Ответ: атрибуцией

12. Проксемика - это...

совокупность чувственных восприятий в процессе коммуникации способы использования визуальных контактов в процессе коммуникации

+способы использования пространства в процессе коммуникации

13. По характеру использования кода различают... коммуникации

вербальную

паравербальную

дистантную

невербальную

Ответ: вербальную, невербальную

14. Новый общественный строй, получивший название «массовое общество»,

сложился в странах Европы и США...

после Второй мировой войны

в начале XXI века

после Первой мировой войны

между двумя мировыми войнами

Ответ: после Второй мировой войны

15. Предвзгляд представляет собой...

только положительную оценку группы

враждебную оценку представителей той или иной культуры

только отрицательную оценку группы и принадлежащего к ней индивида

оценку, основанную на критике и размышлении

Ответ: только отрицательную оценку группы и принадлежащего к ней индивида

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

1. Какие принципы PR-продвижения культурного продукта выделяются?

Ответ: 1. узнаваемость и напоминание (комплекс регулярных действий по PR-продвижению в сфере культуры и искусств):

2. адресность и дифференцированность (точное определение целевой аудитории культурного продукта и адресатов коммуникационного воздействия);

3. интерактивность (расширение границ, выход их привычных рамок, вовлечение зрителей/посетителей);

4. масштаб коммуникации (комплексный подход и систематизация PR-деятельности в учреждениях культуры).

2. Основные PR-инструменты в сфере культуры.

Ответ: СМИ (массовые и специализированные), интернет, социальные сети, специальные мероприятия, выстраивание коммуникаций с авторами, спонсорами, органами власти и др.

2. Что предполагает Успешное ведение деятельности PR в мультикультурной среде - как в России, так и за её пределами?

Ответ: знание и использование специфики региональных деловых культур, особенностей деловых коммуникаций основных регионов мира.

3. Что является инструментом достижения стратегических целей организации, т.е. затрагивающих основные стороны её деятельности, и ориентированных на перспективу?

Ответ: имидж

4. На что влияет позитивный имидж организации?

Ответ: Позитивный имидж повышает конкурентоспособность коммерческой организации на рынке, привлекает потребителей и партнеров, ускоряет продажи и увеличивает их объем, облегчает доступ организации к ресурсам (финансовым, информационным, человеческим, материальным) и ведение операций

5. Что важно для поддержки имиджа?

Ответ: работа со СМИ

6. С помощью ведется создание имиджа в рыночной среде?

Ответ: с помощью маркетинговых коммуникаций, одним из элементов которых является PR.

7. В качестве чего в маркетинговых коммуникациях рассматривается национальный фактор?

Ответ: Психологическое восприятие индивидом социально-политических процессов обусловлено многими детерминантами, важнейшей из которых является национальный фактор (характер)

8. Основой чего выступает национальный фактор?

Ответ: основой психологического склада нации, определяющий особенности среды, психологии конкретного человека и группы, способствующий формированию у них определенного типа с доминирующими политическими предпочтениями, методами и способами достижения своих интересов.

9. На что влияет национальный характер?

Ответ: на их политическую культуру, политические позиции, способы ориентации и действий в политическом пространстве.

10. Чем в своей работе должны руководствоваться службы PR?

Ответ: принципами коммуникаций

11. Чему способствуют принципы коммуникации?

Ответ: конструктивному взаимодействию всех сил общества, заинтересованных в его позитивном развитии: адресности, постоянства, доступности, достоверности, своевременности, гласности, этичности.

12. Чем характеризуется современная социальная среда?

Ответ: ростом культурного разнообразия ее участников

13. Что предполагает Успешное ведение PR в мультикультурной среде государственного управления?

Ответ: знание и использование культур разных народов, региональной специфики деловых (управленческих) коммуникаций (что особенно важно для многонациональных, многоконфессиональных стран и полисубъектных федеративных государств, каким является Россия).

14. Что становится значимой сферой государственного управления?

Ответ: Мультинациональные и межрегиональные коммуникации

15. Чем обусловлена значимость мультинациональных и межрегиональных коммуникаций?

Ответ: глобализацией (обретением общемировых масштабов); интернационализацией (международным общением); регионализацией (ростом взаимосвязей различных регионов); сокращением пространства и времени коммуникаций.

16. В чем коммуникационная сложность возникающих культурных проблем?

Ответ: становятся более серьезным препятствием для управленческого успеха социальных коммуникаций, чем технические или финансовые.

17. Какие уровни деловой культуры выделяются?

Ответ: национальный, региональный, глобальный

18. Что собой представляет деловая культура в рамках представленных уровней?

Ответ: система ценностных ориентации, отношений и поведенческих норм.

19. С чем связаны технические и технологические аспекты международных деловых?

Ответ: с культурными аспектами

20. Что является наиболее сложной и квалифицированной составляющей деятельности ПР в мультикультурной среде?

Ответ: Формирование разделяемых ценностей

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ ПК-2 ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

1. Термин «коммуникация»...

синонимичен термину «общение»

обладает более широким значением, чем термин «общение»

обладает более узким значением, чем термин «общение»

Ответ: синонимичен термину «общение»

2. Личная коммуникация в организации называется ... коммуникацией деловой формальной
персональной

неформальной

Ответ: неформальной

3. Для описания процессов межкультурной коммуникации и понимания ее
специфики больше подходит... модель коммуникации

линейная

круговая

транзакционная

простейшая

Ответ: круговая

4. Инкультурация и социализация подразумевают...

формирование национального самосознания

саморазвитие личности

описание языковой картины мира

освоение чужой культуры

Ответ: формирование национального самосознания , освоение чужой культуры

5. Культурная идентичность - это ...

принятие культурных норм, образцов поведения, ценностных ориентаций преобладает в передаче и

сохранении ценностей культуры
осознание человеком своей профессиональной принадлежности
Ответ: принятие культурных норм, образцов поведения, ценностных ориентаций

6. Культура отдельной социальной группы или слоя внутри одного общества называется ...

этнической
культурой
субкультурой
монокультурой

Ответ: субкультурой

7. Отказ отдельных субкультурных групп от ценностей доминирующей культуры и выдвижение собственных норм и правил, противоположных ценностям большинства, называется ...

контркультурной коммуникацией
межэтнической коммуникацией
межкультурной коммуникацией
культурным протестом

Ответ: контркультурной коммуникацией

8. ... - создатель сообщения (человек или организация) в модели коммуникации

Источник
Респондент
Интерпретатор
Адресат

Ответ: Источник

9. Крайним случаем полного приспособления к чужой культуре является ...

интеграция в другую культуру
адаптация к другой культуре
признание культурных различий

Ответ: интеграция в другую культуру

10 ... группами называются группы, которые образуются ради выполнения определенной работы

Экспрессивными
Первичными
Инструментальными
Функциональными

Ответ: Инструментальными

11. Роль ценностей в обществе заключается в том, что они ...

определяют правовые аспекты поведения
упорядочивают действительность придают смысл человеческой жизни
вносят оценочные моменты улучшают макроэкономическую ситуацию в стране

Ответ: упорядочивают действительность придают смысл человеческой жизни, вносят оценочные моменты улучшают макроэкономическую ситуацию в стране

12. ... - это огромные территории, структурно и органически объединенные в одну социальную систему со своими культурными традициями

Субкультура
Этнокультура
Локальная культура
Макрокультура

Ответ: Макрокультура

13. Межкультурная коммуникация как дисциплина зародилась ...

в России
во Франции
в США

Ответ: в США

14. Понимание зависит...
от сложившейся системы знаний индивида его опыта
системы ценностных установок
от характера человека
от социального происхождения человека
Ответ: от сложившейся системы знаний индивида его опыта
15. Каждый человек обладает...
несколькими личными идентичностями
двумя личными идентичностями
только одной личной идентичностью
Ответ: несколькими личными идентичностями

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

1. Что предопределяет специфику поведения?
Ответ: Суждения и верования
2. Что выступает в качестве барьеров в кросс-культурных коммуникациях?
Ответ: разное трактование партнерами ряда понятий.
3. Что смягчает культурный шок и предотвращает конфликты?
Ответ: Знание основных культурных различий партнеров,
4. Что должны учитывать методы PR в мультикультурной среде?
Ответ: специфику ценностей, отношений и норм поведения аудитории.
5. На чем основываются Успешные связи с инокультурной общественностью ?
Ответ: на учете мотивации аудитории, использовании национальных консультантов и претестирования PR-сообщений в контрольных группах.
6. Какие измерения включает модель Джона Мовена?
Ответ культурные ценности,
материальная и институциональная/социальная среды
7. Кто положил начало кросс-культурным исследованиям?
Ответ: Джордж Питер Мердок
8. Что в себя включают набора данных Мердока?
Ответ: Файлы Сфер Человеческих
Отношений и Антропологический Атлас
9. Описание скольких культур включает Стандартный кросс-культурный шаблон Мердока-Уайта?
Ответ: 183
10. Труды каких исследователей следует отнести к числу наиболее обоснованных и полных теорий культурных коммуникаций?
Ответ: труды Эдварда Т. Холла, Ричарда Д. Левиса, Герт Хофстеде, Фонса Тромпенарса, К. Гирц, Ю. Койвисто .
11. Как истолковывается понятие кросс-культурной компетнции?
Ответ: способность к
успешной коммуникации с представителями другой культуры.
12. Чем обусловлена потребность кросс-культурных исследований?
Ответ: потребностью международных
компаний в адаптации корпоративных, функциональных и инструментальных стратегий под особенности и самобытность различных культур
13. Что собой представляет метод кросс-культурной психологии Дж. Берри?
Ответ: изучение черт сходства и различия в функционировании личности в различных культурных и этнических группах, отношений между психологическими переменными и социокультурными, экологическими и биологическими переменными, а также изучение изменения этих переменных
14. Что предполагает ведение кросс-культурного маркетинга?
Ответ учет, а иногда и изменение стереотипов мировосприятия, мышления и поведения целевого рынка.
15. Кто является составителем сравнительную характеристику культур обществ, склонных к прогрессу и сопротивляющихся прогрессу (инновационно-резистентных), по 25-ти критериям, или параметрам?
Ответ: Л Харрисон

16. В какие группы объединяются параметры в исследовании Харрисона?

Ответ: Параметры объединены в 4 группы – «Взгляд на мир», «Ценности и добродетели», «Экономическое поведение», «Социальное поведение».

17. Где актуальны кросс-культурные исследования?

Ответ: внутри одной страны и на внутриорганизационных рынках (

18. Что определяет роль оценки маркетинговых исследований?

Ответ: условия ограниченности ресурсов

19. Чем определяется роль маркетинга в условиях глобализации?

Ответ : способностью участников рынка функционировать в условиях кросс-культурных взаимодействий, преодолевать культурные барьеры.

20. Какие каноны общения определил Сократ?

Ответ: признание равенства и неповторимости каждого из партнеров; допустимость присутствия оригинальности в любой точке зрения; взаимное обогащение участников деловой встречи.

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ ПК-3

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

1. К основным сферам культурных ценностей относятся ...

Производство

быт

художественная культура

религия

идеология

Ответ: быт, художественная культура, религия , идеология

2. Участие в межкультурной коммуникации ...

является настоящей потребностью любого общества

препятствует развитию научно-технического прогресса

ослабляет позиции собственной культуры

Ответ: является настоящей потребностью любого общества

2. К невербальным средствам деловой коммуникации относятся ...

внешний облик,

имидж

электронная почта

служебная переписка

рукопожатия

дистанция

Ответ: внешний облик, рукопожатия , дистанция

4. Понятие «гибкий этноцентризм» означает ...

отказ от собственной культуры

враждебные установки по отношению к чужой культуре

умение понять другую культуру и другой образ мира

Ответ: умение понять другую культуру и другой образ мира

5. Этноцентризм - это...

высокая оценка чужой культуры

восприятие чужой культуры через призму собственной культуры

восприятие ценностей других культур с позиций собственной культуры

Ответ: восприятие ценностей других культур с позиций собственной культуры

6. Теория межкультурной коммуникации была основана ...

Эдвардом Холлом

Ларри Самоваром и Ричардом Портером

Освальдом Шпенглером

Ответ: Эдвардом Холлом

7. Неприятные ощущения и эмоции при вхождении в чужую культуру называют этноцентризмом культурным шоком

социализацией

Ответ: культурным шоком

8. По характеру взаимодействия собеседников различают следующие формы коммуникации:...

рассказ

диалог

высказывание

монолог

полилог

Ответ: диалог, монолог

9. В коллективистских культурах преобладает ...

самосознание на уровне «мы»

личная ответственность

стремление к карьерному росту

Ответ: самосознание на уровне «мы»

10. ... - это осознание принадлежности человека к какому-либо этносу

Самоопределение

Самосознание

Этническая идентичность

Культурная идентичность

Ответ: Этническая идентичность

11. Этнические стереотипы - это обобщенные представления ...

о типичных чертах других народов

об отличительных чертах разных социальных групп

о специфике языков

о происходящих событиях

Ответ: о типичных чертах других народов

12. Актуальность межкультурной коммуникации (МКК) обусловлена ...

увеличением интенсивности межкультурных контактов

политическим заказом правительства

неестественным характером межкультурного общения

Ответ: увеличением интенсивности межкультурных контактов

13. Типы речевой коммуникации включают...

диалог

полилог

мимику

монолог

жесты

Ответ: диалог, полилог, монолог

14. Процесс интерпретации событий или действий, посредством которого индивид приписывает им определенные причины, называют...

атрибуцией

социализацией

адаптацией

семиотизацией

Ответ: атрибуцией

15. Процесс адаптации к новой культуре, который происходит в результате длительного контакта индивидуума или групп, представляющих разные культуры, называют:

аккультурацией

атрибуцией

социализацией

адаптацией

Ответ: аккумуляцией

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

1. Как называются общества, в которых интересы группы преобладают над интересами индивида?

Ответ: Коллективистскими

2. Каким образом формируется этническая идентичность?

Ответ: формируется в процессе социализации

3. Как называется модель межличностной коммуникации, которая представляет коммуникацию как процесс одновременного отправления и получения сообщений коммуникаторами?

Ответ: транзакционной

4. Что определяет рост значения абстрактных составляющих культуры – а именно культурных ценностей как конечных целей жизни обществ и индивидуумов стран, - в маркетинге и менеджменте в целом?

Ответ: Увеличение неявной составляющей мировой экономики (в силу роста доли услуг и нематериальных активов)

5. К чему ведет специфика трактования ценностей (и полезности) в разных культурах?

Ответ: к специфике трактования результативности маркетинга – в категориях цели и инструментов ее достижения

6. Каковы инструменты достижения результативности и эффективности менеджмента также имеют разную степень приемлемости для различных культур.

Ответ: Использование детского труда, цензура СМИ, телефонное право

7. В какие периоды развития общества становятся актуальны ценности маркетинга?

8. В период экономического благополучия и стабильности вопросы актуальности и Ответ: в кризисное время.

9. Какие функции закрепляются за глобализующаяся бизнес-средой?

Ответ: выявляет проблемы специфики экономической, политической, социокультурной среды деловой активности

10. Что относится к сферам приложения кросс-культурной тематики маркетинга в России?

Ответ: маркетинг идей, маркетинг инноваций, менеджмент образования и политический маркетинг в силу традиционно высокой взаимосвязи в РФ рынков экономических и политических ресурсов

11. Каковы элементы интеркультурной компетентности?

Ответ: лингвистическая компетентность, коммуникативная компетентность, культурная компетентность?

12. Каковы основные цели кросс-культурного менеджмента?

Ответ: а) понять, как национальные культуры влияют на практику управления;б) выявлять сходства и различия между культурами в различных организационных контекстах; в) бповышение эффективности глобального управления.

13. Что понимается под социальным пространством?

Ответ: физическое или виртуальное пространство , такое как социальный центр, онлайн-социальные сети или другое место сбора, где люди собираются и взаимодействуют.

14. Что говорил Анри Лефевр о человеческом обществе?

Ответ: в человеческом обществе все “пространство является социальным: оно предполагает распределение более или менее подходящих мест для социальных отношений, поскольку социальное пространство, таким образом, всегда было социальным продуктом

15. Каким образом социальное пространство становится метафорой самого опыта социальной жизни ?

Ответ: “общество воспринимается альтернативно как детерминированная среда или сила (milieu) и как сам наш элемент или благотворная оболочка (ambience)”.

16. Что собой представляют межкультурные конфликты в аспекте кросс-культурного менеджмента?

Ответ: это конфликты , которые обычно возникают из-за неправильного толкования определенных культурных кодов представителями другой культуры. Однако, по определению, конфликт, возникающий между индивидами или социальными группами, разделенными культурными границами, может рассматриваться как межкультурный конфликт

17. Что можно рассматривать в качестве ключа к успешному общению?

Ответ: понимание кодов различных культур и готовность принять многочисленные модели поведения - ключ к успешному общению.

18. Что помогает стать успешным межкультурным менеджером?

Ответ: По мере того как мы узнаем больше о людях с разным культурным происхождением, мы способствуем нашему личному и профессиональному росту и, таким образом , становимся лучшими

межкультурными менеджерами.

19. В чем специфика диффузных культур?

Ответ: Диффузные культуры (Германия, Франция, Китай) озабочены сохранением лица людей. В диффузных культурах требуется гораздо больше времени, чтобы перейти к сути. Это делается для того, чтобы избежать личных столкновений, чтобы собеседник или группы не чувствовали себя оскорбленными и не принимали разногласия близко к сердцу.

20. Что должен учесть специалист, нацеленный на эффективное взаимодействие на глобальном рынке?

Ответ: необходимо больше узнать о природе культурных барьеров и способах их преодоления: язык, поведение, стереотипы, этноцентризм.

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 зачета по всему изученному курсу. Зачет проводится в устной форме по билетам. В билет входит 2 вопроса теоретического характера и 1 практическое задание.

1. История возникновения и развития межкультурных коммуникаций
2. Культура и культурное многообразие мира
3. Основные аспекты межкультурного взаимодействия в условиях глобализации.
4. Культурная идентичность
5. Культурные ценности родной культуры и других культур
6. Этноцентризм и культурный релятивизм
7. Освоение культуры
8. Межкультурная коммуникация как научная дисциплина
9. Культура и коммуникация
10. Виды межкультурной коммуникации
11. Проблемы понимания в межкультурной коммуникации
12. Основные стереотипы и предрассудки в межкультурной коммуникации: европейские страны
13. Основные стереотипы и предрассудки в межкультурной коммуникации: азиатские страны
14. Основные стереотипы и предрассудки в межкультурной коммуникации: США
15. Основные стереотипы и предрассудки в межкультурной коммуникации: Россия
16. Невербальная межкультурная коммуникация в европейских странах
17. Невербальная межкультурная коммуникация в азиатских странах
18. Невербальная межкультурная коммуникация в США
19. Невербальная межкультурная коммуникация в России
20. Результаты межкультурной коммуникации
21. Национальные стили ведения деловых переговоров: европейские страны
22. Национальные стили ведения деловых переговоров: азиатские страны
23. Национальные стили ведения деловых переговоров: США

24. Национальные стили ведения деловых переговоров: Россия
 25. Деловая коммуникация и кросскультурные тренинги

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	Дзялошинский, И. М.	Риторика: учебник и практикум для академического бакалавриата	Москва : Издательство Юрайт, 2019	https://urait.ru/bcode/433052
Л1.2	Коноваленко, М. Ю.	Теория коммуникации : учебник для вузов	Москва : Издательство Юрайт, 2020	https://pay.urait.ru/book/teoriya-kommunikacii-449867
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Ляшенко Б. П.	Как надо и как не надо говорить в эфире:	М., Институт истории и социальных проблем телевидения, 2015	
Л2.2	Деминова М.А.	Речевая культура журналиста: учебное пособие	Изд-во Алт. гос. ун-та, 2018	
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 Межкультурные коммуникации	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=4941

6.3. Перечень программного обеспечения

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)

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;
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических);	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка

Аудитория	Назначение	Оборудование
	проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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.

Методические указания для практических занятий

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.

Методические указания по самостоятельной работе студентов

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»

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	3 ЗЕТ		
Учебный план	42_03_01_РиСО-2020		
Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты: 8	
аудиторные занятия	42		
самостоятельная работа	66		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	4 (8)		Итого	
	9			
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, 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 30.06.2020 протокол № 6.

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

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

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

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

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

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	предоставить обучающимся целостное видение сложного территориально-хозяйственного объекта управления как объекта продвижения потребителям с присущими ему маркетинговыми характеристиками; сформировать знания по основным направлениям маркетинговых стратегий, проблемам коммуникативного воздействия на потребителей территориальных продуктов; сформировать у обучающихся знание опыта продвижения территорий и территориальных продуктов; научить обучающихся методам и приемам анализа ранга территории, мотивации и интересов её потенциальных потребителей; сформировать навыки формирования стратегических коммуникаций в продвижении территорий.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.ДВ.1.1

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен


3.1.	Знать:
3.1.1.	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	4		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	4		Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.5.	Теоретические основы маркетинга территорий	Сам. работа	8	32		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	4		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. Управление имиджем территории	Практические	8	4		Л1.1, Л2.1, Л2.2
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	Практические	8	6		Л1.1, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	практика маркетинга территорий					
2.7.	Технологии продвижения территорий	Сам. работа	8	34		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.docx

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Годин А.М.	Маркетинг: учебник	М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453262
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Э.В. Минько, Н.В. Карпова	Маркетинг: учебное пособие	М. : Юнити-Дана, 2015	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114714
Л2.2	Шарков Ф.И.	Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник	М. : Юнити-Дана, 2015	http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=119438
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	

Э1	Сайт библиотеки АлтГУ	www.lib.asu.ru;
Э2	Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека online"	www.biblioclub.ru.
Э3	Электронно-библиотечная система издательства "Лань"	www.e.lanbook.com;
Э4	Курс "Продвижение территории"	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7306
6.3. Перечень программного обеспечения		
Microsoft Windows Microsoft Office 7-Zip AcrobatReader		
6.4. Перечень информационных справочных систем		
Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com) Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/) Научная электронная библиотека elibrary (http://elibrary.ru)		

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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

Лекция. Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый

учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

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

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

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

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

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

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

Студентам следует:

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

Методические указания по написанию курсового проекта содержатся в отдельных методических рекомендациях по подготовке и защите курсовых работ (курсовых проектов) на факультете массовых

коммуникаций, филологии и политологии (кафедра связей с общественностью и рекламы).

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Инновационные технологии 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_РиСО-2020

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты:	7
аудиторные занятия	38		
самостоятельная работа	70		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	4 (7)		Итого	
	УП	РПД		
Неделя	17,5			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	14	14	14	14
Практические	24	24	24	24
Сам. работа	70	70	70	70
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
Инновационные технологии 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 30.06.2020 протокол № 6.

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

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

Заведующий кафедрой
Ковалева Алла Владимировна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

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

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	является обучение студентов теоретическим знаниями практическим навыкам применения инноваций в коммуникативно-маркетинговой деятельности с использованием современного технического обеспечения, новейших компьютерных технологий и нестандартных способов подачи информации.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.ДВ.1.2

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
------	--

В результате освоения дисциплины обучающийся должен


3.1.	Знать:
3.1.1.	инновационные маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента; содержание методов и приемов разработки современного рекламного, PR или иного коммуникационного продукта.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	осуществлять выбор эффективных методов и приемов разработки инновационного рекламного, PR или иного коммуникационного продукта и применять их с учетом специфики деятельности государственных и бизнес-структур.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	эффективных инновационных методов и приемов разработки рекламного, PR или иного коммуникационного продукта (в том числе современных информационно-компьютерных и интернет-технологий, специализированных программных продуктов).

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Инновации в рекламе и СО						
1.1.	Инновации в рекламе и PR	Лекции	7	4	ПК-1	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2
1.2.	Инновации в рекламе и PR	Практические	7	6	ПК-1	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2
1.3.	Инновации в наружной рекламе	Лекции	7	2	ПК-1	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2
1.4.	Инновации в наружной рекламе	Практические	7	6	ПК-1	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2
1.5.	Инновационные технологии в аудио/визуальной рекламе	Лекции	7	4	ПК-1	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.6.	Инновационные технологии в аудио/визуальной рекламе	Практические	7	6	ПК-1	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2
1.7.	Digital-коммуникации	Лекции	7	4	ПК-1	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2
1.8.	Digital-коммуникации	Практические	7	6	ПК-1	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2
1.9.	Digital-коммуникации	Сам. работа	7	70	ПК-1	Л1.1, Л2.1, Л2.2, 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_Инновационные технологии в рекламе и связях с общественностью_2022_3-4.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	Шарков Ф.И.	Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учеб. пособие:	М.: Дашков и Ко. — 324 с. // ЭБС "Университетская библиотека online", 2011, 2017	http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454107&sr=1
Л1.2	Сальникова, Е.	Визуальная культура в медиасреде: современные тенденции и исторические экскурсии :	Государственный институт искусствознания. - Москва : Прогресс-Традиция, , 2017	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473543
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес

Л2.1	Федоров, А.В.	Анализ аудиовизуальных медиатекстов : монография	Директ-Медиа, 2013	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210365
Л2.2	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	Курс "Инновационные технологии в рекламе и связях с общественностью"		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7304	
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
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.

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.

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»

Интернет-СМИ 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_РиСО-2020		
Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты: 7	
аудиторные занятия	42		
самостоятельная работа	66		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	4 (7)		Итого	
	Неделя			
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):
ст. преподаватель, Жеребненко А.В.

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

Рабочая программа дисциплины
Интернет-СМИ

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 *30.06.2020* протокол № 6.

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

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

Заведующий кафедрой
Ковалева Алла Владимировна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

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

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	формирование профессиональных компетенций, позволяющих будущему журналисту осуществлять профессиональную деятельность в системе новых медиа.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.ДВ.1.2

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	современные медиасистемы, их структуру, знания специфики российских и зарубежных национальных моделей СМИ; Правовое и этическое регулирование пользовательского контента в интернет специфику социальных медиа, блоггинга, видеохотингов.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	анализировать разновидности пользовательского контента и характеризовать создателей новостного контента; осуществлять планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов, рекламных и PR-кампаний; обобщать и использовать профессиональный опыт лучших региональных интернет-СМИ.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	практическими навыками работы интернет-журналиста: оперативным созданием текста, фото и видео, редактированием материала при помощи ПО, размещением материалов в интернет-ресурсах. Способностью создавать коммуникационные кампании в интернете.

4. Структура и содержание дисциплины


Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Организация работы интернет-СМИ						
1.1.	Тема 1.1: Интернет как социальная и медийная среда. Понятие новых медиа. Мультимедийные технологии и конвергенция в интернет-СМИ.	Лекции	7	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.2.	Тема 1.1: Интернет как социальная и медийная среда. Понятие новых медиа. Мультимедийные технологии и конвергенция в интернет-СМИ.	Практические	7	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.3.	Тема 1.1: Интернет как социальная и медийная	Сам. работа	7	8	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	среда. Понятие новых медиа. Мультимедийные технологии и конвергенция в интернет-СМИ.					
1.4.	Тема 1.2: Организационно-правовой статус интернет-ресурсов. Законодательное регулирование интернет среды.	Лекции	7	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.5.	Тема 1.2: Организационно-правовой статус интернет-ресурсов. Законодательное регулирование интернет среды.	Практические	7	4	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.6.	Тема 1.2: Организационно-правовой статус интернет-ресурсов. Законодательное регулирование интернет среды.	Сам. работа	7	8	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.7.	Тема 1.3: Понятие интернет-журналистики. Типология интернет-СМИ. Поисковые системы и работа новостных агрегаторов.	Лекции	7	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.8.	Тема 1.3: Понятие интернет-журналистики. Типология интернет-СМИ. Поисковые системы и работа новостных агрегаторов.	Практические	7	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.9.	Тема 1.3: Понятие интернет-журналистики. Типология интернет-СМИ. Поисковые системы и работа новостных агрегаторов.	Сам. работа	7	8	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.10.	Тема 1.4: Информационные агентства в системе новостного менеджмента. PR-технологии в интернете.	Лекции	7	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.11.	Тема 1.4: Информационные агентства в системе новостного	Практические	7	4	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	менеджмента. PR-технологии в интернете.					
1.12.	Тема 1.4: Информационные агентства в системе новостного менеджмента. PR-технологии в интернете.	Сам. работа	7	8	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1
Раздел 2. Медиапродукты Интернет-СМИ						
2.1.	Тема 2.1: Понятие и разновидности пользовательского контента. Правовое регулирование пользовательского контента. Этическое регулирование пользовательского контента.	Лекции	7	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1
2.2.	Тема 2.1: Понятие и разновидности пользовательского контента. Правовое регулирование пользовательского контента. Этическое регулирование пользовательского контента.	Практические	7	4	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1
2.3.	Тема 2.1: Понятие и разновидности пользовательского контента. Правовое регулирование пользовательского контента. Этическое регулирование пользовательского контента.	Сам. работа	7	8	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1
2.4.	Тема 2.2: Особенности интерактивных технологий в интернет-журналистике. «Мобильный репортер»	Лекции	7	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1
2.5.	Тема 2.2: Особенности интерактивных технологий в интернет-журналистике. «Мобильный репортер»	Практические	7	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1
2.6.	Тема 2.2: Особенности интерактивных технологий в интернет-журналистике. «Мобильный репортер»	Сам. работа	7	8	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.7.	Тема 2.3: Понятие блога и блоггинга. Блоггингплатформы. Видеохостинги	Лекции	7	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1
2.8.	Тема 2.3: Понятие блога и блоггинга. Блоггингплатформы. Видеохостинги	Практические	7	4	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1
2.9.	Тема 2.3: Понятие блога и блоггинга. Блоггингплатформы. Видеохостинги	Сам. работа	7	8	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1
2.10.	Тема 2.4: Феномен социальных медиа. Специфика социальных медиа.	Лекции	7	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1
2.11.	Тема 2.4: Феномен социальных медиа. Специфика социальных медиа.	Практические	7	4	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1
2.12.	Тема 2.4: Феномен социальных медиа. Специфика социальных медиа.	Сам. работа	7	10	ПК-4	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
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-СМИ_2022_3-4.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	Шарков, Ф.И.	Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник	М. : Дашков и Ко, 2013	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=255819
Л1.2	Романов, А.А.	Массовые коммуникации : учебно-практическое пособие	Евразийский открытый институт, 2010	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93162
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	ВКонтакте	vk.com		
Э2	Твиттер	twitter.com		
Э3	Sostav.ru	sostav.ru		
Э4	Adindex.ru - реклама и маркетинг в России и в мире	adindex.ru		
Э5	Лента.ру интернет-газета	lenta.ru		
Э6	Курс	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7311		
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)

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;

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 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»

Манипулятивные технологии в РиСО

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_РиСО-2020		
Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты: 8	
аудиторные занятия	42		
самостоятельная работа	66		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	4 (8)		Итого	
	9			
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):
Старший преподаватель, Жеребненко А.В.

Рецензент(ы):
к.социол.н., Василенко И.А.

Рабочая программа дисциплины
Манипулятивные технологии в РиСО

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 30.06.2020 протокол № 6.

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

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

Заведующий кафедрой
Ковалева Алла Владимировна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

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

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	сформировать у студентов понимание принципов функционирования манипулятивных технологий в творческой лаборатории корреспондентов различных типов СМИ, а также умение определять манипулятивные тексты и создавать их в с учетом характеристик целевой аудитории.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.ДВ.1.2

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
------	--

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	основные теории и концепции, связанные с исследованием коммуникативного воздействия и манипулирования; иметь системные представления о спектре языковых (речевых) средств коммуникативного воздействия и их воздействующем потенциале; иметь системные представления о социально-психологических инструментах коммуникативного воздействия и их воздействующем потенциале.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	интерпретировать и аргументировать использование приемов коммуникативного воздействия; различать манипулятивную и неманипулятивную увещательную коммуникации.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	первичными навыками, регуляции поведения и деятельности человека на различных возрастных ступенях, методами и технологиями оказания конструктивного влияния на совместную деятельность и межличностное взаимодействие на основе общих, специфических закономерностей и индивидуальных особенностей психического развития; алгоритмом противостояния манипуляции с помощью различных методов и технологий, учитывая риски и опасности социальной среды и образовательного пространства.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Основные технологии влияния						
1.1.	Убеждающие технологии.	Лекции	8	4	ПК-1	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.2.	Убеждающие технологии.	Практические	8	2	ПК-1	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.3.	Психологические манипуляции как скрытое управление сознанием и поведением людей	Лекции	8	4	ПК-1	Л1.2, Л2.1, Л1.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.4.	Психологические манипуляции как скрытое управление сознанием и поведением людей	Практические	8	4	ПК-1	Л1.2, Л2.1, Л1.1
Раздел 2. Манипуляция в массовых информационных процессах						
2.1.	СМИ как манипулятор	Лекции	8	4	ПК-1	Л1.2, Л2.1, Л1.1
2.2.	СМИ как манипулятор	Практические	8	4	ПК-1	Л1.2, Л2.1, Л1.1
2.3.	Техники медиаманипуляции	Лекции	8	2	ПК-1	Л1.2, Л2.1, Л1.1
2.4.	Техники медиаманипуляции	Практические	8	4	ПК-1	Л1.2, Л2.1, Л1.1
2.5.	СМИ как объект манипуляции	Лекции	8	2	ПК-1	Л1.2, Л2.1, Л1.1
2.6.	СМИ как объект манипуляции	Практические	8	4	ПК-1	Л1.2, Л2.1, Л1.1
2.7.	СМИ как манипулятор	Сам. работа	8	66	ПК-1	Л1.2, Л2.1, Л1.1
Раздел 3. Защита						
3.1.	Методы «вскрытия» манипулятивных приемов	Лекции	8	2	ПК-1	Л1.2, Л2.1, Л1.1
3.2.	Методы «вскрытия» манипулятивных приемов	Практические	8	2	ПК-1	Л1.2, Л2.1, Л1.1
3.3.	Защита от манипуляции	Лекции	8	2	ПК-1	Л1.2, Л2.1, Л1.1
3.4.	Защита от манипуляции	Практические	8	2	ПК-1	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
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
ЛП.1	Ингерсолл Грант С., Мортон Томас С., Фэррис Эндрю Л.	Обработка неструктурированных текстов. Поиск, организация и манипулирование:	Издательство "ДМК Пресс", 2015	https://e.lanbook.com/book/73069
ЛП.2	Копнина Г.А.	Речевое манипулирование: учебное пособие	М.: Флинта // ЭБС "Лань" 2017, 2016	https://e.lanbook.com/book/85890
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
ЛП.2.1	Франц В. А.	УПРАВЛЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННЫМ МНЕНИЕМ. Учебное пособие для академического бакалавриата: Гриф другой организации	М.:Издательство Юрайт, 2018	https://biblio-online.ru/book/0CAA48DB-3738-456A-925B-0C7DF641998A
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Курс		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7309	
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	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее

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

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

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

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

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

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

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

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

соответствовать установленным требованиям по оформлению.

Студентам следует:

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

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»

Маркетинг 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	3 ЗЕТ		
Учебный план	42_03_01_РиСО-2020		
Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты: 8	
аудиторные занятия	42		
самостоятельная работа	66		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	4 (8)		Итого	
	9			
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):
Старший преподаватель, Жеребненко А.В.

Рецензент(ы):

Рабочая программа дисциплины
Маркетинг 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 30.06.2020 протокол № 6.

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

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

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

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

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

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	предоставить обучающимся целостное видение сложного территориально-хозяйственного объекта управления как объекта продвижения потребителям с присущими ему маркетинговыми характеристиками; сформировать знания по основным направлениям маркетинговых стратегий, проблемам коммуникативного воздействия на потребителей территориальных продуктов; сформировать у обучающихся знание опыта продвижения территорий и территориальных продуктов; научить обучающихся методам и приемам анализа ранга территории, мотивации и интересов её потенциальных потребителей; сформировать навыки формирования стратегических коммуникаций в продвижении территорий.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.ДВ.1.2

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-2	Способен осуществлять маркетинговые исследования в области СМИ
------	--

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 маркетинга территории. Цели, интересы, взаимодействие субъектов и объектов территориального маркетинга	Лекции	8	4	ПК-2	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.2.	Понятия, сущность, теоретические основы маркетинга территории. Цели, интересы, взаимодействие субъектов и объектов территориального маркетинга	Практические	8	2	ПК-2	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.3.	Инструменты и механизмы территориального маркетинга. Организация продвижения территориальных продуктов и ресурсов	Лекции	8	4	ПК-2	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.4.	Инструменты и механизмы территориального маркетинга. Организация продвижения территориальных продуктов и ресурсов	Практические	8	4	ПК-2	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.5.	Теоретические основы маркетинга территорий	Сам. работа	8	26	ПК-2	Л1.1, Л2.1, Л2.2
Раздел 2. Рекламные и PR-технологии продвижения территорий						
2.1.	Социальная реклама как инструмент маркетинга территории	Лекции	8	4	ПК-2	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.2.	Социальная реклама как инструмент маркетинга территории	Практические	8	4	ПК-2	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.3.	Виды стратегий маркетинга территорий. Управление имиджем территории	Лекции	8	4	ПК-2	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.4.	Виды стратегий маркетинга территорий. Управление имиджем территории	Практические	8	4	ПК-2	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.5.	Внедрение территориального	Лекции	8	4	ПК-2	Л1.1, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	маркетинга, особенности территориальной службы маркетинга. Передовая практика маркетинга территорий					
2.6.	Внедрение территориального маркетинга, особенности территориальной службы маркетинга. Передовая практика маркетинга территорий	Практические	8	8	ПК-2	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.7.	Рекламные и PR-технологии продвижения территорий	Сам. работа	8	40	ПК-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
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_Маркетинг территорий_2021_2-3.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	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7308		
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 промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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

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

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

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

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

Практическое занятие — 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 общепрофессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к практическим работам, сдаче зачета.

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»

Электронные 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_РиСО-2020		
Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты: 7	
аудиторные занятия	30		
самостоятельная работа	78		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	4 (7)		Итого	
	Неделя	17,5		
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	10	10	10	10
Практические	20	20	20	20
Сам. работа	78	78	78	78
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
Электронные 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 30.06.2020 протокол № 6.

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

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

Заведующий кафедрой
Ковалева Алла Владимировна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

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

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	обучение студентов навыкам использования сетевых методологий для последующей разработки стратегий продвижения продуктов и услуг в цифровом пространстве.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.ДВ.1.2

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	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. Цифровые коммуникации						
1.1.	Структура рынка цифровых коммуникаций в России. Управление агентством цифровых коммуникаций	Лекции	7	2	ПК-4	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
1.2.	Структура рынка цифровых коммуникаций в России. Управление агентством	Практические	7	4	ПК-4	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	цифровых коммуникаций					
1.3.	Стратегия продвижения брендов в цифровых каналах: исследовательская работа, анализ целевой аудитории, каналы коммуникации, показатели эффективности	Лекции	7	2	ПК-4	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
1.4.	Стратегия продвижения брендов в цифровых каналах: исследовательская работа, анализ целевой аудитории, каналы коммуникации, показатели эффективности	Практические	7	2	ПК-4	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
1.5.	Использование CRM коммуникаций в крупных корпорациях: экосистема, показатели эффективности, пути развития	Лекции	7	2	ПК-4	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
1.6.	Использование CRM коммуникаций в крупных корпорациях: экосистема, показатели эффективности, пути развития	Практические	7	4	ПК-4	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
1.7.	Стратегия использования инструментов работы в социальных медиа: ключевые тренды, основные каналы и форматы коммуникации	Лекции	7	2	ПК-4	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
1.8.	Стратегия использования инструментов работы в социальных медиа: ключевые тренды, основные каналы и форматы коммуникации	Практические	7	2	ПК-4	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
1.9.	Мобильные платформы: использование платформ мессенджеров в цифровой коммуникации	Лекции	7	1	ПК-4	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
1.10.	Мобильные платформы: использование платформ мессенджеров в цифровой коммуникации	Практические	7	2	ПК-4	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.11.	Мобильные платформы: использование платформ мобильных приложений в цифровой коммуникации	Лекции	7	1	ПК-4	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
1.12.	Мобильные платформы: использование платформ мобильных приложений в цифровой коммуникации	Практические	7	2	ПК-4	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
1.13.	Стратегическое медиапланирование в работе медийного агентства. Экосистема инструментов programmatic	Практические	7	2	ПК-4	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
1.14.	Стратегия использования инструментов performance-маркетинга	Практические	7	2	ПК-4	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
1.15.	Стратегическое медиапланирование в работе медийного агентства. Экосистема инструментов programmatic	Сам. работа	7	78	ПК-4	Л2.1, Л2.2, 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_Электронные коммуникации_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	Шпаковский, В.О.	Интернет-журналистика и Интернет-реклама:	, 2018	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493883
Л1.2	Катаев, А.В.	Интернет-маркетинг:	, 2018	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499687
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Шарков Ф.И.	Интерактивные электронные коммуникации (возникновение "Четвертой волны"): учебное пособие	М.: Дашков и Ко, 2017.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454124
Л2.2	Малышев С. Л.	Основы интернет-экономики: учебное пособие	Евразийский открытый институт, 2011	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90789&sr=1
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Курс		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7310	
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)

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 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	2 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_РиСО-2020

Часов по учебному плану	72	Виды контроля по семестрам
в том числе:		диф. зачеты: 6
аудиторные занятия	28	
самостоятельная работа	44	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	3 (6)		Итого	
	16			
Неделя	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	10	10	10	10
Практические	18	18	18	18
Сам. работа	44	44	44	44
Итого	72	72	72	72

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 30.06.2020 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11

Срок действия программы: 2022-2023 уч. г.

Заведующий кафедрой

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

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11

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

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	постановка навыков проектирования и первичной проектной работы в запуске новых или модернизации имеющихся каналов коммуникации; приобретение умений управления коммуникациями на этапе внедрения проекта в сфере рекламы и связях с общественностью.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.ДВ.2.1

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен


3.1.	Знать:
3.1.1.	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	Лекции	6	1	ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.2.	Структура медиапроектной заявки	Лекции	6	1	ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.3.	Правила ведения коммуникаций в медиапроекте	Лекции	6	2	ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.4.	Структура медиапроекта	Лекции	6	2	ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.5.	Оценка эффективности медиапроекта	Лекции	6	2	ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.6.	СМИ как медиапроект	Лекции	6	2	ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.7.	Основы управления медиапроектом. СМИ как медиапроект	Сам. работа	6	4	ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
Раздел 2. Медиапродукт как медиапроект						
2.1.	Медиапродукт как медиапроект	Практические	6	2	ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
2.2.	Медиапродукт как медиапроект	Сам. работа	6	2	ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
Раздел 3. Интернет-медиапроекты						
3.1.	Интернет-медиапроекты	Практические	6	2	ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
3.2.	Интернет-медиапроекты	Сам. работа	6	2	ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
Раздел 4. Исследовательские медиапроекты						
4.1.	Исследовательские медиапроекты	Практические	6	2	ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
4.2.	Исследовательские медиапроекты	Сам. работа	6	2	ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
Раздел 5. Творческие, игровые и развлекательные медиапроекты						
5.1.	Творческие, игровые и развлекательные медиапроекты	Практические	6	6	ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
5.2.	Творческие, игровые и развлекательные медиапроекты	Сам. работа	6	4	ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
Раздел 6. Социальные медиапроекты						
6.1.	Социальные медиапроекты	Практические	6	6	ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
6.2.	Социальные медиапроекты	Сам. работа	6	30	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_Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью_2022_3-4.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	Немировская, М.Л.	Телевидение как среда для реализации продюсерских проектов: монография	М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015	www.biblioclub.ru/index.php?page=book&id=446499
Л1.2	В.М. Аньшин, А.В. Алешин, К.А. Багратиони ; под ред. В.М. Аньшина, О.М. Ильиной	Управление проектами: фундаментальный курс : учебник	М. : Высшая школа экономики, 2013	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227270
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Ныркова Л.М.	Система СМИ региона: Учебное пособие	Барнаул, Изд-во Алт ун-та, 2013	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/857
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Силамедиа - Мультимедийный сторителлинг		http://sila.media/	
Э2	Курс "Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью"		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7305	
6.3. Перечень программного обеспечения				
MicrosoftOffice, MicrosoftWindows, 7-Zip AcrobatReader				

6.4. Перечень информационных справочных систем

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

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица
307Д	лаборатория проектирования интегрированных коммуникаций кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 19 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; телевизор: HD Samsung 22"; учебные пособия; плакаты; наглядные пособия; презентационные материалы
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных 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)
106Л	помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Стеллажи – 3 шт. осциллограф, паяльная станция, источник тока, переносные ноутбуки
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 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»

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	6 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_РиСО-2020

Часов по учебному плану	216	Виды контроля по семестрам
в том числе:		диф. зачеты: 2, 3, 5
аудиторные занятия	72	
самостоятельная работа	144	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		1 (2)		2 (3)		3 (5)		Итого	
	Неделя	19	14,5	18	17					
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Практические	18	18	18	18	18	18	18	18	72	72
Сам. работа	18	18	18	18	54	54	54	54	144	144
Итого	36	36	36	36	72	72	72	72	216	216

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
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 30.06.2020 протокол № 6.

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

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

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

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

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

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Сформировать 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.ДВ.2.1**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	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	Практические	1	2	ПК-4	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	Практические	1	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.3.	Содержание проектной деятельности	Практические	1	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.4.	Методы проектной деятельности	Практические	1	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.5.	Сущность управления проектом	Практические	1	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.6.	Роли в проекте	Практические	1	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.7.	Разработка пилотного проекта	Практические	1	6	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.8.	Разработка пилотного проекта	Сам. работа	1	18	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
Раздел 2. Формирование учебного проекта						
2.1.	Построение целей, задач, этапов проекта	Практические	2	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.2.	Бюджетирование проекта	Практические	2	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.3.	Построение стратегии проекта	Практические	2	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.4.	Разработка учебного проекта	Практические	2	10	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.5.	Презентация проекта	Практические	2	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.6.	Работа над учебным проектом	Сам. работа	2	18	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
Раздел 3. Разработка конкурсного проекта						
3.1.	Построение целей, задач, этапов проекта	Практические	3	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.2.	Бюджетирование проекта	Практические	3	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
3.3.	Построение стратегии проекта	Практические	3	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.4.	Разработка конкурсного проекта	Практические	3	10	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.5.	Презентация проекта	Практические	3	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.6.	Работа над проектом	Сам. работа	3	54	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
Раздел 4. Разработка конкурсного проекта						
4.1.	Построение целей, задач, этапов проекта	Практические	5	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
4.2.	Бюджетирование проекта	Практические	5	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
4.3.	Построение стратегии проекта	Практические	5	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
4.4.	Разработка конкурсного проекта	Практические	5	10	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
4.5.	Презентация проекта	Практические	5	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
4.6.	Работа над проектом	Сам. работа	5	54	ПК-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
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_3-4.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	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	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;
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)
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»

Стартап 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	4 ЗЕТ		
Учебный план	42_03_01_РиСО-2020		
Часов по учебному плану	144	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты:	8
аудиторные занятия	38		
самостоятельная работа	106		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	4 (8)		Итого	
	9			
Неделя	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	12	12	12	12
Практические	26	26	26	26
Сам. работа	106	106	106	106
Итого	144	144	144	144

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

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

Рабочая программа дисциплины
Стартап 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 30.06.2020 протокол № 6.

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

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

Заведующий кафедрой
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.ДВ.2.1

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 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, механику и принципы ведения переговоров. Типами финансирования, типы инвесторов, знает структуру инвестиционной презентации.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	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.

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	8	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7
1.2.	Понятие, сущность и особенности функционирования стартапа.	Практические	8	6	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7
1.3.	Понятие, сущность и особенности функционирования стартапа.	Сам. работа	8	14	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7
1.4.	Стратегия разработки стартапа	Лекции	8	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7
1.5.	Стратегия разработки стартапа	Практические	8	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7
1.6.	Стратегия разработки стартапа	Сам. работа	8	16	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7
1.7.	Юридические аспекты существования стартапа.	Лекции	8	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7
1.8.	Юридические аспекты существования стартапа.	Практические	8	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7
1.9.	Юридические аспекты существования стартапа.	Сам. работа	8	12	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7
1.10.	Этапы создания стартапа: модель развития потребителей	Лекции	8	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7
1.11.	Этапы создания стартапа: модель развития потребителей	Практические	8	6	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	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
1.12.	Этапы создания стартапа: модель развития потребителей	Сам. работа	8	20	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7
1.13.	Разработка бизнес-модели стартапа	Лекции	8	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7
1.14.	Разработка бизнес-модели стартапа	Практические	8	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7
1.15.	Разработка бизнес-модели стартапа	Сам. работа	8	16	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7
1.16.	Разработка стратегии финансирования стартапа	Практические	8	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7
1.17.	Разработка стратегии финансирования стартапа	Сам. работа	8	16	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7
1.18.	Оценка и управление рисками стартапа	Практические	8	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7
1.19.	Оценка и управление рисками стартапа	Сам. работа	8	12	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	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
<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=11288</p> <p>ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ ПК-4: Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.</p> <p>ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА</p> <p>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»</p> <p>а. Верно б. Неверно Ответ: а.</p>

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: завершенный 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 неопределенности внешней среды; медиаконвергентности (слияние технологий, прежде различных и разобщенных медиа, рынков).

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 предусмотрены.

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	под общей редакцией Е. М. Роговой	Управление проектами: учебник и практикум для вузов	Москва : Издательство Юрайт, 2023	https://www.biblio-online.ru/bcode/431784

Л1.2	Зуб, А.	Управление проектами: учебник и практикум для вузов	Москва : Издательство Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/511087
Л1.3	Алексеев, А. А.	Инновационный менеджмент: учебник и практикум для вузов	Юрайт, 2020	https://urait.ru/bcode/450544
Л1.4	Тебекин, А. В.	Инновационный менеджмент: учебник для бакалавров	Юрайт, 2020	https://urait.ru/bcode/448053
Л1.5	Л. П. Гончаренко, Б. Т. Кузнецов, Т. С. Булышева, В. М. Захарова	Инновационный менеджмент : учебник для вузов	Юрайт, 2020	https://urait.ru/bcode/450152
Л1.6	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
Л1.7	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

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 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)
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

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 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»

Социальное предпринимательство в профессиональной деятельности

рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра финансов и кредита
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_РиСО-2020

Часов по учебному плану 144

в том числе:

аудиторные занятия 40

самостоятельная работа 104

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		1 (2)		2 (3)		Итого	
	Неделя		14,5		18			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	6	6	4	4	6	6	16	16
Практические	4	4	10	10	10	10	24	24
Сам. работа	26	26	22	22	56	56	104	104
Итого	36	36	36	36	72	72	144	144

Программу составил(и):
к.э.н., доцент, Деркач Н.О.

Рецензент(ы):
к.э.н., доцент, Капустян Л.А.

Рабочая программа дисциплины
Социальное предпринимательство 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 30.06.2020 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра финансов и кредита

Протокол от 18.05.2020 г. № 8
Срок действия программы: 2020-2024 уч. г.

Заведующий кафедрой
д.э.н. Межов Степан Игоревич

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 финансов и кредита

Протокол от 18.05.2020 г. № 8
Заведующий кафедрой *д.э.н. Межов Степан Игоревич*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	развитие у обучающихся компетенций, необходимых для успешной реализации проектов в области социального предпринимательства; формирование целостного представления о социальном предпринимательстве, его истоках и направлениях развития; формирование знаний в области организации и осуществления социально предпринимательской деятельности; формирование умений и навыков, позволяющих определять цели и задачи, а также направления деятельности социального предпринимательства.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.ДВ.2.2

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.	Сущность социального предпринимательства, основы нормативно-правового регулирования. Понятие социальной миссии и ценностей социального предпринимательства. Сферы деятельности и основные направления социального предпринимательства. Целевые группы социального предпринимательства. Особенности социального предпринимательства в различных сферах деятельности. Особенности создания новой продукции на основе принципов социального предпринимательства в различных сферах. Базовые факторы социально-предпринимательской деятельности. Особенности предпринимательской деятельности в социально-значимых отраслях. Инфраструктуру поддержки социального предпринимательства. Особенности деятельности центров инноваций социальной сферы.
3.2.	Уметь:

3.2.1.	<p>Определять социальные проблемы и место социального предпринимательства в современных условиях. Формулировать социальную миссию и ценности социального предпринимательства.</p> <p>Определять сферы и направления деятельности социального предпринимательства.</p> <p>Выявлять основные целевые группы для социального предпринимательства.</p> <p>Разрабатывать концепцию проекта предпринимательской деятельности, включающую экономические разделы, с учетом принятых стандартов в социально-значимых отраслях.</p> <p>Обосновывать ожидаемые результаты деятельности социального предпринимательства.</p> <p>Использовать возможности инфраструктурной поддержки для повышения эффективности социально предпринимательской деятельности.</p>
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	<p>Целостного подхода к изучению социального предпринимательства с учетом особенностей профессиональной деятельности.</p> <p>Принятия управленческих решений при поиске источников финансирования социально предпринимательской деятельности.</p> <p>Определения наиболее значимых социальных проблем.</p> <p>Решения задач социального предпринимательства с учетом специфики профессиональной деятельности.</p> <p>Самостоятельной исследовательской работы.</p>


4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Сущность и миссия социального предпринимательства						
1.1.	Сущность и миссия социального предпринимательства	Лекции	1	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
1.2.	Сущность и миссия социального предпринимательства	Практические	1	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
1.3.	Сущность и миссия социального предпринимательства	Сам. работа	1	12	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
Раздел 2. Основные сферы и направления деятельности социального предпринимательства						
2.1.	Основные сферы и направления деятельности социального предпринимательства	Лекции	1	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
2.2.	Основные сферы и направления деятельности	Практические	1	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	социального предпринимательства					
2.3.	Основные сферы и направления деятельности социального предпринимательства	Сам. работа	1	14	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
Раздел 3. Бизнес-идеи социального предпринимательства						
3.1.	Бизнес-идеи социального предпринимательства	Лекции	2	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
3.2.	Бизнес-идеи социального предпринимательства	Практические	2	10	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
3.3.	Бизнес-идеи социального предпринимательства	Сам. работа	2	22	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
Раздел 4. Бизнес-модель социального предпринимательства						
4.1.	Бизнес-модель социального предпринимательства	Лекции	3	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
4.2.	Бизнес-модель социального предпринимательства	Практические	3	6	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
4.3.	Бизнес-модель социального предпринимательства	Сам. работа	3	28	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
Раздел 5. Инфраструктура поддержки социального предпринимательства						
5.1.	Инфраструктура поддержки социального предпринимательства	Лекции	3	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
5.2.	Инфраструктура поддержки социального предпринимательства	Практические	3	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
5.3.	Инфраструктура поддержки социального предпринимательства	Сам. работа	3	28	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, 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
В приложении
5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)
В приложении

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
В приложении
Приложения
Приложение 1.  ФОС СоцПредп в ПД_общее_2020.docx

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Н. Я. Калюжнова, Е. П. Огаркова, М. А. Осипов ; под редакцией Н. Я. Калюжной	Социальное предпринимательство: учебное пособие для вузов	Издательство Юрайт, 2021	https://urait.ru/bcode/476173
Л1.2	Е. М. Белый [и др.] ; под редакцией Е. М. Белого	Основы социального предпринимательства : учебное пособие для вузов	Москва : Издательство Юрайт, 2021	https://urait.ru/bcode/476297
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Горфинкель В.Я. - отв. ред., Попадюк Т.Г. - отв. ред.	ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры: Гриф УМО ВО	М.:Издательство Юрайт, 2018	https://biblio-online.ru/book/AD997B4A-8DDF-4C25-A15A-5BA8B6BAEAFA
Л2.2	Е.Н. Сочнева, И.С. Багдасарьян, М.В. Румянцев, Г.Б. Добрецов	Социальное предпринимательство: учебное пособие	СФУ, 2016	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=497700
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название	Эл. адрес		
Э1	Образовательные ресурсы ФГБОУ ВО "Алтайский государственный университет"	https://www.asu.ru/education/resources/		
Э2	Электронно-библиотечная система Издательства Лань	https://e.lanbook.com/		
Э3	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	https://biblioclub.ru/		
Э4	Фонд "Наше будущее"	http://www.nb-fund.ru/		
Э5	Портал "Новый бизнес: социальное предпринимательство"	http://www.nb-forum.ru/		
Э6	ЦИСС НО "Алтайский фонд МСП"	http://www.ciss22.ru/		

Э7	Курс в Moodle "Социальное предпринимательство в профессиональной (управленческой) деятельности	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=6200
----	--	---

6.3. Перечень программного обеспечения

Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), бессрочно
 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

6.4. Перечень информационных справочных систем

Информационная справочная система:
 СПС Консультант Плюс (инсталлированный ресурс АлтГУ или <http://www.consultant.ru/>).
 Профессиональные базы данных:
 1. Профессиональная база данных: электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (<http://elibrary.asu.ru/>);
 2. Профессиональная база данных: научная электронная библиотека elibrary (<http://elibrary.ru>)
 3. Электронная база данных справочной правовой системы ГАРАНТ.

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

Основу дисциплины "Социальное предпринимательство в профессиональной деятельности" составляют лекции, которые представляются систематически в сочетании с практическими занятиями. Аудиторные занятия объединены с самостоятельной внеаудиторной работой студентов над рекомендуемой литературой, заданиями, представленными в данной рабочей программе и фонде оценочных средств, а также заданиями, которые выдаёт преподаватель.
 Основной целью лекционных занятий является формирование у студентов системы компетенций по основным теоретическим аспектам осуществления деятельности в области социального предпринимательства.

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 студентов оценивается по следующим критериям:

- полнота ответов на теоретические вопросы дисциплины;
- правильность ответов на тестовые задания;
- верное решение задач;
- эффективное участие в работе команды при обсуждении проблемных ситуаций;
- использование дополнительных материалов.

Промежуточная аттестация по дисциплине проходит в виде зачета.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Алтайский государственный университет»

Социальное проектирование в профессиональной деятельности 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	4 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_РиСО-2020

Часов по учебному плану	144	Виды контроля по семестрам
в том числе:		зачеты: 6
аудиторные занятия	40	
самостоятельная работа	104	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	3 (5)		3 (6)		Итого	
	Неделя		16			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	6	6	10	10	16	16
Практические	10	10	14	14	24	24
Сам. работа	56	56	48	48	104	104
Итого	72	72	72	72	144	144

Программу составил(и):
к.с.н., доцент, Артюхина В.А.

Рецензент(ы):
к.с.н., доцент, Нагайцев В.В.

Рабочая программа дисциплины
Социальное проектирование 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 30.06.2020 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра социологии и конфликтологии

Протокол от 31.08.2022 г. № 1
Срок действия программы: 2022-2026 уч. г.

Заведующий кафедрой
Нагайцев В.В.к.с.н., доцент

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 31.08.2022 г. № 1
Заведующий кафедрой *Нагайцев В.В.к.с.н., доцент*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	освоение студентами теоретико-методологических основ разработки, реализации и управления социальными проектами; обучение практическим навыкам подготовки и презентации концепции социального проекта, направленного на решение острых социальных проблем.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.ДВ.2.2

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	теоретико-методологические основы и специфику разработки концепции социального проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес-структур
3.2.	Уметь:
3.2.1.	формулировать и обосновывать основные элементы концепции социального проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес-структур
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	практическими навыками разработки и презентации концепции социального проекта и его презентации в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес-структур

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Раздел 1. Теоретико-методологические основы социального проектирования						
1.1.	Содержание понятие «социальный проект» и основные сферы их реализации	Лекции	5	2	ПК-4	Л2.2, Л1.1, Л2.1
1.2.	Содержание понятие «социальный проект» и основные сферы их реализации	Сам. работа	5	28	ПК-4	Л2.2, Л1.1, Л2.1
1.3.	Содержание понятие «социальный проект» и основные сферы их реализации	Практические	5	4	ПК-4	Л2.2, Л1.1, Л2.1
1.4.	Основные принципы и этапы социального проектирования	Лекции	5	2	ПК-4	Л2.2, Л1.1, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.5.	Основные принципы и этапы социального проектирования	Сам. работа	5	4	ПК-4	Л2.2, Л1.1, Л2.1
1.6.	Основные принципы и этапы социального проектирования	Практические	5	4	ПК-4	Л2.2, Л1.1, Л2.1
1.7.	Типология социальных проектов	Лекции	5	2	ПК-4	Л2.2, Л1.1, Л2.1
1.8.	Типология социальных проектов	Сам. работа	5	24	ПК-4	Л2.2, Л1.1, Л2.1
1.9.	Типология социальных проектов	Практические	5	2	ПК-4	Л2.2, Л1.1, Л2.1
Раздел 2. Раздел 2. Технологии разработки социального проекта						
2.1.	Структура и содержание социального проекта	Лекции	6	2	ПК-4	Л2.2, Л1.1, Л2.1
2.2.	Структура и содержание социального проекта	Сам. работа	6	4	ПК-4	Л2.2, Л1.1, Л2.1
2.3.	Структура и содержание социального проекта	Практические	6	2	ПК-4	Л2.2, Л1.1, Л2.1
2.4.	Экспертиза социальных проектов	Лекции	6	2	ПК-4	Л2.2, Л1.1, Л2.1
2.5.	Экспертиза социальных проектов	Сам. работа	6	2	ПК-4	Л2.2, Л1.1, Л2.1
2.6.	Экспертиза социальных проектов	Практические	6	2	ПК-4	Л2.2, Л1.1, Л2.1
2.7.	Методы коллективной работы над социальными проектами	Лекции	6	2	ПК-4	Л2.2, Л1.1, Л2.1
2.8.	Методы коллективной работы над социальными проектами	Сам. работа	6	2	ПК-4	Л2.2, Л1.1, Л2.1
2.9.	Методы коллективной работы над социальными проектами	Практические	6	4	ПК-4	Л2.2, Л1.1, Л2.1
2.10.	Презентация и защита социальных проектов	Практические	6	6	ПК-4	Л2.2, Л1.1, Л2.1
2.11.	Презентация и защита социальных проектов	Сам. работа	6	32	ПК-4	Л2.2, Л1.1, Л2.1
Раздел 3. Раздел 3. Управление социальными проектами						
3.1.	Специфика и основное содержание системы управления социальными проектами	Лекции	6	2	ПК-4	Л2.2, Л1.1, Л2.1
3.2.	Специфика и основное содержание системы управления социальными проектами	Сам. работа	6	4	ПК-4	Л2.2, Л1.1, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
3.3.	Успешные практики и сложности реализации социальных проектов в современной России	Лекции	6	2	ПК-4	Л2.2, Л1.1, Л2.1
3.4.	Успешные практики и сложности реализации социальных проектов в современной России	Сам. работа	6	4	ПК-4	Л2.2, 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
<p>ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ Перечень заданий /вопросов</p> <p>Теоретические вопросы</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сущность понятия социальный проект. 2. Философские аспекты социального проектирования 3. Субъект и объект социального проектирования. 4. Основные концепции социально-проектной деятельности. 5. Принципы разработки социального проекта. 6. Критерии успешного социального проекта. 7. Основные этапы социального проектирования. 8. Жизненный цикл социального проекта. 9. Инновационные и поддерживающие социальные проекты. 10. Основные источники финансирования социальных проектов. 11. Понятие концепции социального проекта. 12. Структура социального проекта. 13. Критерии эффективности социального проекта. 14. Назначение и технология экспертизы социального проекта. 15. Организация эффективной работы команды над проектом. 16. Методы командной работы над проектом. 17. Технология создания эффективной презентации для социального проекта. 18. Управление социальными проектами. 19. Методы и технологии управления социальными проектами. 20. Успешные практики и сложности реализации социальных проектов в современной России. <p>Практические задания</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Оценка значимости реализации социальных проектов в различных сферах для развития общества. 2. Графическое изображение жизненного цикла социального проекта. 3. Описание необычного способа привлечения спонсоров к реализации социального проекта. 4. Формулировка критических суждений о принятых критериях оценки эффективности социальных проектов. 5. Экспертиза социального проекта. 6. Разработка плана коллективной работы над социальным проектом.
<p>5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)</p> <p>не предусмотрено</p>
<p>5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации</p> <p>см. приложение</p>
<p>Приложения</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	Стегний, В. Н.	Социальное прогнозирование и проектирование : учебник для академического бакалавриата	М. : Издательство Юрайт // ЭБС «Юрайт», 2018	www.biblio-online.ru/book/38F67521-FBD4-4CCB-8259-61EA0A271125
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	О. Н. Колесникова	Социальное проектирование и прогнозирование: учеб. пособие	Изд-во АлтГУ, 2014	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/1804
Л2.2	Солодянкина О.В.	Прогнозирование, проектирование и моделирование в социальной работе: учебник и практикум для прикладного бакалавриата	М. : Издательство Юрайт // ЭБС «Юрайт», 2018	www.biblio-online.ru/book/9522632B-DFF5-4970-BAAF-9DA2B4C4CADB
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Курс в Moodle "Социальное проектирование в профессиональной деятельности"		https://portal.edu.asu.ru/course/edit.php?id=3689	
Э2	Курс в Moodle "Социальное проектирование в профессиональной деятельности"		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=3689	
6.3. Перечень программного обеспечения				
Microsoft Office, Exel Microsoft Windows 7-Zip AcrobatReader				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
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

Практическое занятие – это форма работы, где студенты максимально активно участвуют в обсуждении темы. Для того, что практические занятия проходили эффективно и продуктивно, необходимо:

- ознакомиться с планом практического занятия;
 - самостоятельную подготовку к практическому занятию начинать с изучения понятийного аппарата темы;
 - просматривать и изучать все вопросы практического занятия, но один из вопросов исследовать наиболее глубоко, с использованием дополнительных источников (в том числе тех, которые вы нашли самостоятельно);
 - проверять достоверность источников информации, особенно это относится к Internet-ресурсам;
 - при выступлении не просто пересказывать текст учебника, но и выражать свою личностно-профессиональную оценку прочитанного;
 - при возникновении трудностей в процессе подготовки взаимодействовать с преподавателем.
- При оценивании ответа на теоретический вопрос практического занятия преподаватель исходит из критериев, приведенных в пункте 2 ФОСа.

Практическое задание

Выполнение практического задания возможно как на практическом занятии, так и в процессе самостоятельной работы студента. При оценивании практического задания преподаватель исходит из критериев, приведенных в пункте 2 ФОСа.

Творческое задание

Творческое задание предполагает групповую работу и публичное представление подготовленных проектов с дальнейшим их обсуждением, на основе которого оценивается задание. При оценивании творческого задания преподаватель исходит из критериев, приведенных в пункте 2 ФОСа.

Зачет

Студент на зачете отвечает на два теоретических вопроса и выполняет одно практическое задание, предложенных преподавателем из списка (см. пункт 3 ФОСа), соответствующих содержанию формируемых компетенций. Зачет проводится в устной форме. На подготовку и ответ студенту отводится 25 минут. При оценивании ответа преподаватель исходит из критериев, приведенных в пункте 2 ФОСа. Общая оценка за зачет выставляется на основании определения среднего арифметического баллов, полученных за ответ на каждый вопрос.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Алтайский государственный университет»

Технология разработки бизнес-плана в социальном предпринимательстве рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра финансов и кредита
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_РиСО-2020

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

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	4 (8)		Итого	
	Неделя 9			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	16	16	16	16
Практические	24	24	24	24
Сам. работа	77	77	77	77
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	144	144	144	144

Программу составил(и):

д.э.н., профессор, Бочаров Сергей Николаевич; к.э.н., профессор, Бутакова Марина Михайловна

Рецензент(ы):

к.э.н., доцент, Капустян Лариса Анатольевна

Рабочая программа дисциплины

Технология разработки бизнес-плана в социальном предпринимательстве

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 30.06.2020 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра финансов и кредита

Протокол от 18.05.2020 г. № 8

Срок действия программы: 2020-2024 уч. г.

Заведующий кафедрой

д.э.н., профессор Межов Степан Игоревич

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 финансов и кредита

Протокол от 18.05.2020 г. № 8

Заведующий кафедрой *д.э.н., профессор Межов Степан Игоревич*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	<p>Цель дисциплины: ознакомить студентов с теоретическими основами бизнес-планирования, а также обучить технологии и практическим методам составления бизнес-планов инвестиционных проектов</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none">• показать значимость бизнес-планирования в предпринимательской деятельности;• ознакомить с терминологией инвестиционного проектирования;• обучить технологии разработки бизнес-плана;• обучить методам оценки эффективности инвестиционных проектов;• закрепить знания путем самостоятельной разработки бизнес-плана;• привить навыки презентации результатов разработанного бизнес-плана
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.В.ДВ.2.2**

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.	<ul style="list-style-type: none">• основные методы проведения анализа внутреннего и внешнего окружения организации в целях выявления проблем;• нормативные документы, регламентирующие процедуру составления бизнес-плана;• содержание основных разделов бизнес-плана; последовательность составления экономических расчетов для обоснования бизнес-проекта;
3.2.	Уметь:
3.2.1.	<ul style="list-style-type: none">• применять основные виды анализа внешнего и внутреннего окружения организации;• оформлять различные разделы бизнес-плана;• проводить экономические расчеты в бизнес-плане;
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	<ul style="list-style-type: none">• навыками проведения комплексного анализа внешнего и внутреннего окружения организации• навыками оформления бизнес-плана в соответствии с требованиями нормативных документов;• навыками составления бизнес-плана

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. . Содержание и структура бизнес-плана. Технологии разработки бизнес-плана.						
1.1.	Инвестиционная деятельность в социальном предпринимательстве	Лекции	8	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.4
1.2.	Инвестиционная деятельность в социальном предпринимательстве	Практические	8	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.3, Л1.4
1.3.	Инвестиционная деятельность в социальном предпринимательстве	Сам. работа	8	22	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.3, Л1.4
1.4.	Структура бизнес-плана, содержание основных разделов и порядок разработки	Лекции	8	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.3, Л1.4
1.5.	Структура бизнес-плана, содержание основных разделов и порядок разработки	Практические	8	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.3, Л1.4
1.6.	Структура бизнес-плана, содержание основных разделов и порядок разработки	Сам. работа	8	5	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.3, Л1.4
1.7.	Анализ окружения инвестиционного проекта в бизнес- плане	Практические	8	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.3, Л1.4
1.8.	Анализ окружения инвестиционного проекта в бизнес- плане	Лекции	8	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.4
1.9.	Анализ окружения инвестиционного проекта в бизнес- плане	Сам. работа	8	22	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.3, Л1.4
1.10.	Описание продукта в бизнес-плане	Лекции	8	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
1.11.	Описание продукта в бизнес-плане	Практические	8	0	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.3
1.12.	Описание продукта в бизнес-плане	Сам. работа	8	6	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
1.13.	Маркетинговая концепция бизнес-плана	Лекции	8	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
1.14.	Маркетинговая концепция бизнес-плана	Практические	8	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.2, Л2.1, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.15.	Маркетинговая концепция бизнес-плана	Сам. работа	8	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
1.16.	Организационный план	Лекции	8	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1
1.17.	Организационный план	Практические	8	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
1.18.	Организационный план	Сам. работа	8	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
1.19.	Производственный раздел бизнес-плана	Лекции	8	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
1.20.	Производственный раздел бизнес-плана	Практические	8	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
1.21.	Производственный раздел бизнес-плана	Сам. работа	8	6	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
1.22.	Финансовый раздел бизнес-плана	Лекции	8	0	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
1.23.	Финансовый раздел бизнес-плана	Практические	8	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
1.24.	Финансовый раздел бизнес-плана	Сам. работа	8	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
1.25.	Методы оценки эффективности инвестиционных проектов. Риски проекта	Лекции	8	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
1.26.	Методы оценки эффективности инвестиционных проектов. Риски проекта	Практические	8	2	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
1.27.	Методы оценки эффективности инвестиционных проектов. Риски проекта	Сам. работа	8	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л2.1, Л1.3, Л1.4
1.28.	Зачёт	Зачет	8	27	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.1, 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
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.  Технологии разработки бизнес-плана.ФОС.2020.docx

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Петрова Н.	Творческие решения в бизнесе:	М.: Эксмо, 2013	
Л1.2	Дубровин И.А.	Бизнес-планирование на предприятии: учебник для бакалавров	М. : Дашков и К, 2013	http://e.lanbook.com/book/56180
Л1.3	Черняк В.З., Чараев Г.Г.	Бизнес-планирование: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям "Экономика" и "Менеджмент"	М: ЮНИТИ-ДАНА, 2015	http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=114751
Л1.4	Сергеев А.А.	Бизнес-планирование: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры	М.: Издательство Юрайт, 2017	https://www.biblio-online.ru/book/3EEDDFFA-2C28-4D41-94F4-5483EEBC67EB
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Виноградова М.В., Панина З.И., Ларионова А.А., Васильева Л.А.	Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства: учебное пособие	М. : Дашков и К, 2014	http://e.lanbook.com/book/56369
Л2.2	В.З. Черняк, Н.Д. Эриашвили, Е.Н. Барикаев, Ю.Т. Ахвледиани, Н.В.Артемьев	Бизнес-планирование:	М.: Юнити-Дана // ЭБС «Университетская библиотека online», 2015	http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=114751

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"		
	Название	Эл. адрес
Э1	курс	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=4420
Э2	moodle	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7969
6.3. Перечень программного обеспечения		
Microsoft Windows Microsoft Office 7-Zip AcrobatReader		
6.4. Перечень информационных справочных систем		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Информационно-справочная система "Консультант Плюс". 2. Информационно-справочная система "Кодекс". 3. Информационно-справочная система "Гарант". 4. Федеральный портал правовой информации: http://pravo.gov.ru/. Официальный сайт Алтайского края: http://altairegion22.ru/ Министерство экономического развития РФ: http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/macro/prognoz 5. Федеральный портал молодого предпринимателя: http://young.smb.gov.ru. 6. Аналитическое кредитное рейтинговое агентство: https://acra-ratings.ru. 7. Алтайский региональный ресурсный центр: http://www.altay-rrc.ru. 8. Деловая сеть Алтайского края: http://altai.n4.biz. 9. Базы данных сведений о предпринимательских структурах: https://fira.ru. 10. Управление Алтайская края по развитию предпринимательства и рыночной инфраструктуры: http://www.altasmb.ru. 11. Центр поддержки предпринимательства Алтайского края: http://www.altaicpp.ru. 12. Управление Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю и Республике Алтай: http://akstat.gks.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

Изучение данного курса предполагает последовательное выполнение всех заданий по порядку (пройти лекцию, посмотреть термины из глоссария, выполнить задания и тесты). Основная работа проводится на практических занятиях и в форме самостоятельной работы.
Для получения зачета или оценки по экзамену студент должен представить на проверку самостоятельно

разработанный бизнес-план. Образцы и примеры составления разделов представлены в соответствующих темах.

Учебные материалы и вся необходимая информация представлены на образовательном портале Алтайского государственного университета в системе MOODLE по электронному адресу <http://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=453>

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Городское пространство и массовые коммуникации 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	2 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_РиСО-2020

Часов по учебному плану	72	Виды контроля по семестрам
в том числе:		зачеты: 2
аудиторные занятия	28	
самостоятельная работа	44	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (2)		Итого	
	Неделя	14,5		
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	10	10	10	10
Практические	18	18	18	18
Сам. работа	44	44	44	44
Итого	72	72	72	72

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 30.06.2020 протокол № 6.

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

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

Заведующий кафедрой
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.О.1**

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.	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 в контексте парадигм	Практические	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.3, Л2.4, Л2.5
1.2.	Коммуникативные паттерны городского пространства	Практические	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.3, Л2.4, Л2.5
1.3.	Городские сервисы	Практические	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.3, Л2.4, Л2.5
1.4.	Реклама как городское медиа	Лекции	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.3, Л2.4, Л2.5
1.5.	Реклама как городское медиа	Практические	2	4	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.3, Л2.4, Л2.5
1.6.	Умный дизайн и городское пространство	Лекции	2	4	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.3, Л2.4, Л2.5
1.7.	Умный дизайн и городское пространство	Практические	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.3, Л2.4, Л2.5
1.8.	Городское пространство в брендинге территорий	Практические	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.3, Л2.4, Л2.5
1.9.	Ленты городских новостей	Лекции	2	4	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.3, Л2.4, Л2.5
1.10.	Ленты городских новостей	Практические	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.3, Л2.4, Л2.5

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.11.	Городские медиа	Практические	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.3, Л2.4, Л2.5
1.12.	Городские медиа	Сам. работа	2	44	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.3, Л2.4, Л2.5

5. Фонд оценочных средств

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

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=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?

- 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.

- 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?

- 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)

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 теплоэлектроцентрали, 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) воздействию 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, автомобильного.
- 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

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

5.2. 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

1. Ленты столичных новостей на сайтах информационных агентств и городских порталов
Городские ресурсы: основные принципы подачи информации, основные разделы, рубрики

2. Городские сетевые издания, типология, основные особенности и миссия.
3. Городская повестка, гражданские инициативы
4. Аналитические интернет ресурсы и проекты (Центр прикладной урбанистики и др.). Аккаунты городских медиа: специфика, стилистика публикаций, функции.
5. Принципы функционализма и «хорошего дизайна» в городском пространстве.
6. Умный дизайн в городском пространстве.
7. Оптические иллюзии и городская среда (проекты преобразования публичного пространства).
8. 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.

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	Ныrkova, Любовь Михайловна	Система СМИ региона : учебное пособие	Изд-во АлтГУ, 2013	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/857

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

6.1.2. Дополнительная литература

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

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

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

6.3. Перечень программного обеспечения

Microsoft Office 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)

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»

История (история России, всеобщая история)

рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра отечественной истории
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_РиСО-2020

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	2
аудиторные занятия	36		
самостоятельная работа	45		
контроль	27		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (2)		Итого	
	Неделя	14,5		
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.и.н., доц., Колокольцева Н.Ю.

Рецензент(ы):
к.и.н., доцент, Гребенникова Т.Г.

Рабочая программа дисциплины
История (история России, всеобщая история)

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

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 30.06.2020 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра отечественной истории

Протокол от 30.06.2023 г. № 9
Срок действия программы: 2023-2024 уч. г.

Заведующий кафедрой
д.и.н., проф. Демчик Е.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра отечественной истории

Протокол от 30.06.2023 г. № 9
Заведующий кафедрой *д.и.н., проф. Демчик Е.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Целями освоения учебной дисциплины ИСТОРИЯ (история России, всеобщая история) являются формирование у студентов комплексного представления о культурно-историческом своеобразии России, ее месте в мировой и европейской цивилизации; формирование систематизированных знаний об основных закономерностях и особенностях всемирно-исторического процесса, с акцентом на изучение истории России; введение в круг исторических проблем, связанных с областью будущей профессиональной деятельности, выработка навыков получения, анализа и обобщения исторической информации.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.1

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.	движущие силы и закономерности исторического процесса; место человека в историческом процессе, политической организации общества; место России в мировом сообществе, ее взаимосвязи с Западом и Востоком, вклад в мировую цивилизацию, специфические особенности ее развития; важнейшие достижения культуры и системы ценностей, сформировавшиеся в ходе исторического развития
3.2.	Уметь:
3.2.1.	преобразовывать информацию в знание, осмысливать процессы, события и явления в истории России и мировом сообществе в их динамике и взаимосвязи; руководствуясь принципами научной объективности и историзма извлекать уроки из исторических событий и на их основе принимать осознанные решения; понимать и оценивать достижения культуры, зная исторический контекст их создания.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	представлениями о событиях российской и всемирной истории, основанными на принципе историзма; владеть опытом оценки исторических явлений и персоналий, уметь определять свое личностное отношение к ним, обосновывать собственные оценки и суждения; использует исторические знания для характеристики развития современной цивилизации.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Раздел 1. Введение в курс "История».						
1.1.	История в системе социально-гуманитарных наук /Лек/	Лекции	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л2.5, Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
1.2.	История как наука. Сущность, функции и развитие исторического знания. Основные подходы к изучению истории. Понятие исторического времени. Условность периодизации. Понятия «всемирная» и «отечественная» история. Источники по отечественной истории (письменные, вещественные, аудио-визуальные, научно-технические, изобразительные) /Ср/	Сам. работа	2	3	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л2.5, Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
Раздел 2. Раздел 2. Особенности становления государственности в России и мире						
2.1.	Проблема этногенеза восточных славян. Основные этапы становления государственности. Древняя Русь и кочевники. Византийско-древнерусские связи. Особенности социального строя Древней Руси. /Лек	Лекции	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л2.5, Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.2.	Эволюция восточнославянской государственности в XI-XII вв. Социально-политические изменения в русских землях в XIII-XV вв. /Ср/	Сам. работа	2	3	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л2.5, Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.3.	Формирование духовного единства древнерусского общества.	Практические	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л2.5, Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
Раздел 3. Раздел 3. Русские земли в XII – XIII веках. Начало политической раздробленности. Борьба с агрессией в XIII в						
3.1.	Эволюция древнерусской государственности в XI – XII вв. Социально-экономическая и политическая структура	Лекции	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л2.5, Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	русских земель периода политической раздробленности. /Лек/					
3.2.	Внешняя агрессия на Русь XIII в.	Практические	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л2.4
3.3.	Эволюция древнерусской государственности в XI – XII вв. Социально-экономическая и политическая структура русских земель периода политической раздробленности. Формирование различных моделей развития древнерусского общества и государства. /Ср/	Сам. работа	2	3	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л2.5, Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
Раздел 4. Раздел 4. Процесс объединения земель Великороссии и поиск путей упрочения российского государства XIV – XVI вв.						
4.1.	Этапы объединения земель Великороссии. /Лек/	Лекции	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л2.5, Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
4.2.	Иван Грозный: поиск альтернативных путей социально-политического развития России. /Лек/	Лекции	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л2.5, Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
4.3.	Роль православной церкви в объединении земель. Особенности российской государственности на рубеже XV–XVI вв. /Ср/	Сам. работа	2	3	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л2.5, Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
4.4.	Опричнина Ивана Грозного, 1565–1572 гг.	Практические	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л2.5, Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
Раздел 5. Раздел 5. Россия в XVII - XVIII веках в контексте развития европейской цивилизации						
5.1.	Смутное время в России рубежа XVI–XVII вв.	Практические	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л2.5, Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
5.2.	XVIII в. в европейской и мировой истории. Россия и Европа: новые взаимосвязи и различия /Лек/	Лекции	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л2.5, Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
5.3.	Реформы Петра I. Изменение системы управления. Россия в эпоху «дворцовых переворотов».	Сам. работа	2	3	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л2.5, Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
5.4.	«Просвещенный абсолютизм» как феномен развития Европы XVIII в.	Сам. работа	2	3	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л2.5, Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
5.5.	Переход европейской цивилизации от средневековья к Новому времени. Последствия Великих географических открытий и эпохи Возрождения. Реформация и её экономические, политические, социокультурные причины и значение /Ср/	Сам. работа	2	3	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л2.5, Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
5.6.	Эволюция монархии в России в XVII-XVIII вв.: сословно - представительная, самодержавная монархия, абсолютизм /Пр	Сам. работа	2	3	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л2.5, Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
Раздел 6. Раздел 6. Россия и мир в XIX в. Опыт европейской модернизации						
6.1.	Российская империя в XIX в. Правление Александра I и Николая I. Общественная мысль и особенности общественного движения России XIX в. Реформы и реформаторы в России. /Лек/	Лекции	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л2.5, Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
6.2.	Россия во второй половине XIX в. /Лек/	Лекции	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л2.5, Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
6.3.	Общественная мысль и особенности общественного движения России XIX в. Буржуазные реформы 1860 – 1870-х гг. /Ср/	Сам. работа	2	3	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л2.5, Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
6.4.	Внешняя политика России в XIX в. /Ср/	Сам. работа	2	3	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л2.5, Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
6.5.	Декабризм в истории России	Практические	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л2.5, Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
Раздел 7. Раздел 7. Россия и мир в XX – XXI веках.						
7.1.	Российская экономика конца XIX–начала XX	Лекции	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л2.5, Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	вв.: подъемы и кризисы, их причины /Лек/					
7.2.	Русские революции: причины, этапы, итоги	Сам. работа	2	3	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л2.5, Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
7.3.	Советская модернизация. Опыт формирования политической системы. /Лек/	Лекции	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л2.5, Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
7.4.	СССР в 1945 - 1991 гг.	Сам. работа	2	3	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л2.5, Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
7.5.	Современная РФ (1991 - 2012 гг.)	Сам. работа	2	3	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л2.5, Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
7.6.	Международные отношения в начале XX в. Первая мировая война: предпосылки, ход, итоги. /Ср/	Сам. работа	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л2.5, Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
7.7.	Адаптация Советской России на мировой арене. СССР и великие державы. Коминтерн как орган всемирного революционного движения. Антикоминтерновский пакт. /Ср/	Сам. работа	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л2.5, Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
7.8.	Россия в начале XXI века. Политические реформы 2000–2010 гг.: укрепление «вертикали власти», реформа избирательной системы, реформа Конституции. Партийная система и Закон о партиях 2001 г. Экономическое развитие. Национальные проекты. Мировой финансовый и экономический кризис и Россия. Внешняя политика РФ. /Ср/	Сам. работа	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л2.5, Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
7.9.	«Великая российская революция: предпосылки, альтернативы, историческое значение».	Практические	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л2.5, Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
7.10.	Мир после Второй мировой войны. Истоки «холодной войны» (семинар – круглый стол)	Практические	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л2.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
7.11.	СССР в период «перестройки». 1985–1991 гг.	Практические	2	2	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-5.4	Л2.5, Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4

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=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) Законщина

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 внутривластному 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 подчиняться Временному правительству, по почину Государственной Думы возникшему и обличенному всей полнотой власти, впредь до того, в возможно кратчайший срок, на основании всеобщего, прямого, равного и тайного голосования, Учредительное собрание своим решением об образе правления выразит волю народа.»

ОТВЕТ:Михаил Романов

ВОПРОС 2:Прочтите отрывок из сочинения историка В.О. Ключевского, назовите имя князя о котором идет речь:

«Молодость (умер в 39 лет), исключительные обстоятельства, с 11 лет посадившие его на боевого коня, четырехсторонняя борьба с Тверью, Литвой, Рязанью и Ордой, наполнявшая шумом и тревогами его 30-летнее княжение, и более всего великое побоище на Дону положили на него яркий отблеск Александра Невского».

ОТВЕТ:Дмитрий Донской

ВОПРОС 3:Прочтите отрывок из труда историка и напишите имя царя, при котором происходили указанные в отрывке события.

«Но недовольство народа не переходило в общее открытое сопротивление <царю>. Народ, правда, уходил от тяжести государственной жизни целыми массами — в казаки, в Сибирь, даже в Польшу. Однако обаяние грозной личности <царя>, отсутствие самостоятельных общественных союзов, наконец, отсутствие единогодушного 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 сознанный цели. Бунтовщики объявили, что встали за веру, но не против <царя>, а против бояр, воевод и немцев, утеснителей и веры, и народа. Перед бунтом в Астрахани ходили самые нелепые слухи о положении дел в государстве: так, астраханцы спешили выдать замуж дочерей, боясь, что будут присланы казенные женихи-немцы из Казани. Бунт был подавлен... В ... году вспыхнул один бунт среди инородцев (башкир), в другой — на Дону у казаков под предводительством атамана Булавина. Казачье движение было очень серьезно и охватило обширный район: казаки штурмовали неудачно Азов и приближались к Тамбову. Направлялось недовольствие казаков против той государственной опеки, которой с течением времени все более и более подпадали прежде вольные 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 жертвования 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 Англией, нарушая материальное благосостояние дворянства, усиливал в нём ненависть к <...>, и без того возбуждённую его жестоким деспотизмом».
ОТВЕТ:Павел I

ВОПРОС 19:Прочтите отрывок из послания руководителя СССР и укажите его фамилию.

«Советское правительство считает, что нарушение свободы пользования международными водами и международным воздушным пространством – это акт агрессии, толкающий человечество к пучине мировой ракетно-ядерной войны. Поэтому Советское правительство не может дать инструкции капитанам советских судов, следующих на Кубу, соблюдать предписания американских военно-морских сил, блокирующих этот остров... Конечно, мы не будем просто наблюдателями пиратских действий американских кораблей в открытом море. Мы будем тогда вынуждены со своей стороны предпринять меры, которые сочтём нужными и достаточными для того, чтобы оградить свои права».
ОТВЕТ:Хрущёв

ВОПРОС 20:_____ – название крупной операции советских партизан в августе – сентябре 1943 г. во время Великой Отечественной войны по выводу из строя железнодорожных коммуникаций противника на оккупированной территории ряда областей СССР.

ОТВЕТ:«Рельсовая война»

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ.

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

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

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

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

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ УК-5:Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

ВОПРОС 1: Что такое местничество:

- а) иерархический порядок государственных должностей представителями всех сословий
- б) иерархический порядок воинских чинов;
- в) иерархический порядок знатных фамилий по старшинству и знатности родов;
- г) иерархический порядок распределения мест в Государственной Думе.

ОТВЕТ:в

ВОПРОС 2: Как назывался коллектив единомышленников Ивана IV, помогавший ему в проведении реформ 1550-х гг.:

- а) земский собор;
- б) государственный совет;
- в) тайный комитет;
- г) Избранная Рада.

ОТВЕТ:д

ВОПРОС 3: Венская модель системы международных отношений получила название:

- а) «марлезонского балета»;
- б) «концерта Европы»;
- в) «весны народов»;
- г) «Европы без границ».

ОТВЕТ:б

ВОПРОС 4: Кто, по мнению Екатерины II, мог даровать народу «правильные» законы:

- а) сам народ посредством бессословного законодательного органа
- б) дворянство посредством законосовещательного органа
- в) духовенство посредством религиозного воспитания
- г) самодержавное государство в лице просвещенного монарха

ОТВЕТ:г

ВОПРОС 5: С чем связан отказ Екатерины II от политики «просвещенного абсолютизма»:

- а) с массовыми акциями протеста со стороны дворянства
- б) с крестьянским восстанием под предводительством Емельяна Пугачева
- в) с «королевской» революцией во Франции 1770 – 1774 гг.
- г) с войной за независимость в Северной Америке 1775 – 1783 гг.

ОТВЕТ:б

ВОПРОС 6:Реформа управления государственными крестьянами была проведена П.Д. Киселёвым в...:

- а) 1801-1803 гг.
- б) 1837-1841 гг.
- в) 1861-1863 гг.
- г) 1881-1884 гг.

ОТВЕТ:б

ВОПРОС 7:В первой четверти XIX в. с понятием «аракчеевщина» современниками связывали...:

- а) разработку проектов, ограничивших власть царя

- б) ослабление цензурного гнёта, распространение иностранных книг
 - в) возвращение из ссылки тех, кто попал в опалу при Павле I
 - г) создание военных поселений, ужесточение дисциплины в армии
- ОТВЕТ:г

ВОПРОС 8:В Крымской войне 1853-1856 гг. Россия противостояла коалиции государств, в которую входили...

- а) Пруссия, Венгрия, Англия
 - б) Персия, Турция, Англия
 - в) Турция, Англия, Франция
 - г) Франция, Персия, Греция
- ОТВЕТ:в

ВОПРОС 9: Внешнеполитическое событие в период царствования Александра III:

- а) присоединение Средней Азии
 - б) сближение с Францией
 - в) сближение с Германией и Австро-Венгрией
 - г) заключение Сан-Стефанского мира
- ОТВЕТ:а

ВОПРОС 10:С каким министром Временного правительства связан апрельский правительственный кризис 1917 г.:

- а) Гучков;
 - б) Керенский;
 - в) 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: опричина

ВОПРОС 4: Сословно-представительный орган в России в XVI – XVII вв., созываемый по инициативе царя для решения государственно важных вопросов, назывался _____.

ОТВЕТ: Земский собор

ВОПРОС 5: После свержения Василия Шуйского в России у власти находилось боярское правительство, вошедшее в историю под названием _____

ОТВЕТ: семибоярщина

ВОПРОС 6: Прочтите отрывок из сочинения историка В. О. Ключевского и укажите имя русского царя, о котором идёт речь.

«При доброте и мягкости характера это уважение к человеческому достоинству в подданном производило обаятельное действие на своих и чужих и заслужило ему прозвище «тишайшего царя». Иностранцы не могли надивиться тому, что этот царь при беспредельной власти своей над народом, привыкшим к полному рабству, не посягнул ни на чье имущество, ни чью жизнь, ни на чью честь».

ОТВЕТ: Алексей Михайлович

ВОПРОС 7: Система содержания должностных лиц (наместников, волостелей и др.) за счёт местного населения называется _____

ОТВЕТ: кормления

ВОПРОС 8: Служилые люди, составлявшие первое постоянное войско в России в XVI – XVII вв., имевшие на вооружении огнестрельное оружие, назывались _____

ОТВЕТ: стрельцы

ВОПРОС 9: Прочтите отрывок из работы современного историка и напишите имя правителя, к которому он относится.

«На весь XVIII в. и шире – петербургский период русской истории – ложится одна гигантская тень. И пусть он действовал в том направлении, которое вполне определилось при его отце, пусть его реформы были рождены самой логикой исторического развития XVII века... – все равно нельзя отрицать, что именно он стал создателем новой России.»

ОТВЕТ: Петр I

ВОПРОС 10: Прочтите отрывок из записок декабриста Н.И. Лорера и напишите фамилию участника движения декабристов, о котором идет речь.

«...Во всю длину его немногих комнат тянулись полки с книгами, более политическими, экономическими и вообще ученого содержания... Не знаю, чего этот человек не прочел на своем веку на многих иностранных языках. 12 лет писал он свою «Русскую правду»

ОТВЕТ: Пестель Павел

ВОПРОС 11: Прочтите отрывок из труда историка и назовите войну, о завершении которой идет речь в тексте.

«13 февраля 1856 г. в Париже для подведения итогов войны открылся конгресс представителей великих европейских держав. Это был самый грандиозный европейский форум после 1815 г. В работе конгресса принимали участие представители Франции, Англии, России, Австрии, Турции и Сардинии. Позднее были приглашены и представители Пруссии.

Первым актом Парижского конгресса было заключение перемирия с прекращением военных действий. После семнадцати заседаний конгресса, 18 марта, в Париже был подписан мирный договор, главные постановления которого заключались в следующем. Восстанавливается довоенный территориальный статус-кво. В мирное время Турция закрывает Проливы для всех военных судов, независимо от их принадлежности, за исключением стационаров в Стамбуле. Черное море объявляется нейтральным и открытым для торговых судов всех наций. Россия и Турция обязуются не иметь на его берегах военно-морских arsenалов».

ОТВЕТ:Крымская

ВОПРОС 12:Как называлось объединение российских художников, существовавшее в последней трети XIX века, основателями которого были И. Н. Крамской, Г. Г. Мясоедов, Н. Н. Ге и В. Г. Перов?

ОТВЕТ:Товарищество передвижных художественных выставок

ВОПРОС 13:Выборные органы самоуправления, учрежденные земской реформой 1864 года, назывались

ОТВЕТ:земства

ВОПРОС 14:Прочтите отрывок из международного договора и напишите название государства, с которым Россия подписала данный договор.

«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 1918 г., называлось _____ собрание.

ОТВЕТ:Учредительное

ВОПРОС 16:Массовое создание коллективных сельских хозяйств в конце 1920-х – начале 1930-х гг. в СССР, сопровождавшееся ликвидацией единоличных хозяйств, называется _____

ОТВЕТ:коллективизация

ВОПРОС 17:Прочтите отрывок из исторического источника и укажите название международной конференции, о которой идет речь. «Встреча руководителей антигитлеровской коалиции – Ф.Д. Рузвельта (США), У. Черчилля (Великобритания) и И.В. Сталина (СССР) проходила с 4 по 11 февраля 1945 г. На конференции шла речь об окончательной победе над врагом, об устройстве границ в послевоенной Европе. Участники конференции заявили, что их непреклонной целью является уничтожить германский милитаризм и нацизм и создать гарантии того, что «Германия никогда больше не будет в состоянии нарушить мир».

ОТВЕТ:Ялтинская/Крымская

ВОПРОС 18:Резкое обострение международной обстановки в ходе противостояния между СССР и США по поводу размещения ядерных ракет на Кубе получило название " _____ кризис"

ОТВЕТ:Карибский/Кубинский

ВОПРОС 19:Соглашение о создании Содружества Независимых Государств, подписанное руководителями РСФСР, Белоруссии и Украины в декабре 1991 г., ознаменовавшее прекращение существования СССР, по месту подписания получило название _____ соглашение

ОТВЕТ:Беловежское

ВОПРОС 20:Процесс передачи (полной или частичной) государственной или муниципальной собственности (промышленных предприятий, земельных участков, банков, средств транспорта, массовой информации, зданий и т.д.) в частные руки

ОТВЕТ:приватизация

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ.

«Отлично» (зачтено): Ответ полный, развернутый. Вопрос точно и исчерпывающе передан, терминология

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

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

не предусмотрено

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра экзамена по всему изученному курсу.

Тест размещен в разделе «Промежуточная аттестация по дисциплине» онлайн-курса на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ».

Количество заданий в контрольно-измерительном материале (тесте) для промежуточной аттестации, составляет 30 вопросов.

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

«отлично» – верно выполнено 85-100% заданий;

«хорошо» – верно выполнено 70-84% заданий;

«удовлетворительно» – верно выполнено 51-69% заданий;

«неудовлетворительно» – верно выполнено 50% и менее 50% заданий.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Кириллов, В. В.	История России : учебное пособие для академического бакалавриата :	М. : Издательство Юрайт, , 2016	www.biblio-online.ru/book/2403A02B-BA75-4C85-AD78-982A9E6AAB57

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	под ред. В. Н. Разгона	История России XX – начало XXI в.: учеб. пособие	Барнаул : Изд-во АлтГУ, 2013	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/790
Л2.2	Колокольцева, Наталья Юрьевна; Пожарская, Ксения Александровна	Учебная программа курса "История": для бакалавров непрофильных направлений подготовки:	Барнаул: Изд-во АлтГУ, 2015	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/936
Л2.3	науч. ред. и сост. В. А. Скубневский, Т. Н. Соболева	История России (с древнейших времен до конца XIX в.): Курс лекций	Барнаул : Изд-во АлтГУ // ЭБС АлтГУ, 2013 г.	http://elibrary.asu.ru/xmlui/handle/asu/445

Л2.4	Л. Г. Мокроусова, А. Н. Павлова.	История России: учебное пособие для вузов	М. : Издательство Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/D4977FBBF-4F9C-45B2-8A9F-CE9D823E8EDC
Л2.5	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 Moodle		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=2760	
6.3. Перечень программного обеспечения				
<p>Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно); Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно); Chrome (http://www.chromium.org/chromium-os/licenses), (бессрочно); 7-Zip (http://www.7-zip.org/license.txt), (бессрочно); AcrobatReader (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно); ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно); LibreOffice (https://ru.libreoffice.org/), (бессрочно); Веб-браузер Chromium (https://www.chromium.org/Home/), (бессрочно); Антивирус Касперский (https://www.kaspersky.ru/), (до 23 июня 2024); Архиватор Ark (https://apps.kde.org/ark/), (бессрочно); Okular (https://okular.kde.org/ru/download/), (бессрочно); Редактор изображений Gimp (https://www.gimp.org/), (бессрочно)</p>				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
не требуется				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
Помещение для самостоятельной работы	помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Основу теоретического обучения студентов по дисциплине 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 научного мировоззрения, профессионально-значимых свойств и качеств. Лекции по учебной дисциплине проводятся в форме диалога (интерактивные), с использованием презентационных материалов и обсуждением проблемных, узловых, методологически значимых вопросов. Студенты должны аккуратно вести конспект. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю.

При работе с основной и дополнительной литературой целесообразно придерживаться следующих правил: прочитать весь заданный текст в быстром темпе, цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом материале, понять общий смысл прочитанного. Затем прочитать вторично, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом. Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др. Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать. План – это схема прочитанного материала, перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника.

Для успешного освоения материала студентам рекомендуется сначала ознакомиться с учебным материалом, изложенным в лекциях и основной литературе, затем выполнить самостоятельные задания, при необходимости обращаясь к дополнительной литературе. При подготовке к семинару можно выделить 2 этапа: - организационный, - 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 наиболее важная и сложная часть, требующая пояснений преподавателя в процессе контактной работы со студентами. 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, разобраться в иллюстративном материале, задачах. Заканчивать подготовку следует составлением плана (перечня основных пунктов) по изучаемому материалу (вопросу). Такой план позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам и структурировать изученный материал. Целесообразно готовиться к семинарским занятиям за 1- 2 недели до их начала, а именно: на основе изучения рекомендованной литературы выписать в контекст основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий. Студент должен быть готов к контрольным вопросам на каждом учебном занятии.

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	5 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_РиСО-2020

Часов по учебному плану	180	Виды контроля по семестрам
в том числе:		экзамены: 2
аудиторные занятия	72	зачеты: 1
самостоятельная работа	81	
контроль	27	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		1 (2)		Итого	
	19		14,5			
Неделя	19		14,5			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	12	12	14	14	26	26
Практические	22	22	24	24	46	46
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):

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 30.06.2020 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра общей и прикладной филологии, литературы и русского языка

Протокол от 05.06.2023 г. № 8

Срок действия программы: 2023-2024 уч. г.

Заведующий кафедрой

Доронина С.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра общей и прикладной филологии, литературы и русского языка

Протокол от 05.06.2023 г. № 8

Заведующий кафедрой *Доронина С.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Освоение многообразия достижений мировой культуры. Формирование умения использования достижений мировой культуры для создания медиапродукта.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.1

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	Л1.2, Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.2.	Античная мифология	Практические	1	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.3, Л3.1, Л1.1, 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	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.2.	Гомеровский эпос	Практические	1	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.3, Л3.1, Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.3.	Античная драматургия	Практические	1	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.3, Л3.1, Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.4.	Чтение текстов, подготовка к практическим занятиям	Сам. работа	1	16	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	Л1.2, Л3.1, Л1.1, Л2.1, Л2.2
3.2.	Данте и его "Божественная комедия"	Практические	1	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.3, Л3.1, Л1.1, 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	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.1, Л2.1, Л2.2
4.2.	Литература итальянского Возрождения	Практические	1	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.3, Л3.1, Л1.1, Л2.1, Л2.2
4.3.	Ренессанс во французской литературе	Практические	1	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.3, Л3.1, Л1.1, Л2.1, Л2.2
4.4.	Возрождение в Англии	Практические	1	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.3, Л3.1, Л1.1, 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	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.1, Л2.1, Л2.2
5.2.	Драматургия классицизма	Практические	1	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.3, Л3.1, Л1.1, 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	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.2, Л3.1, Л1.1, Л2.1, Л2.2
6.2.	Просвещение в Англии	Практические	1	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.3, Л3.1, Л1.1, Л2.1, Л2.2
6.3.	Английская сатира XVIII века	Практические	1	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.3, Л3.1, Л1.1, Л2.1, Л2.2
6.4.	Немецкое Просвещение	Практические	1	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.3, Л3.1, Л1.1, 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	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.3, Л3.1, Л1.1, Л2.1, Л2.2
7.2.	Творчество Дж. Байрона	Практические	2	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.3, Л3.1, Л1.1, Л2.1, Л2.2
7.3.	Творчество Э. По	Практические	2	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.3, Л3.1, Л1.1, Л2.1, Л2.2
7.4.	Реализм в мировом искусстве	Лекции	2	4	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.3, Л3.1, Л1.1, Л2.1, Л2.2
7.5.	"Человеческая комедия" О. Бальзака	Практические	2	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л3.1, Л1.1, Л2.1, Л2.2
7.6.	Реализм в творчестве Г. Флобера	Практические	2	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л3.1, Л1.1, Л2.1, Л2.2
7.7.	Ш. Бодлер "Цветы зла"	Практические	2	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.3, Л3.1, Л1.1, Л2.1, Л2.2
7.8.	Драматургия символизма	Практические	2	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.3, Л3.1, Л1.1, Л2.1, Л2.2
Раздел 8. XX век						
8.1.	Авангард и его практики	Лекции	2	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.3, Л3.1, Л1.1, Л2.1, Л2.2
8.2.	Эстетика и поэтика модернизма в мировом искусстве	Лекции	2	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.3, Л3.1, Л1.1, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
8.3.	Новеллистика Ф. Кафки	Практические	2	1	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.3, Л3.1, Л1.1, Л2.1, Л2.2
8.4.	У. Фолкнер. «Шум и ярость», техника «потока сознания»	Практические	2	1	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.3, Л3.1, Л1.1, Л2.1, Л2.2
8.5.	Жанр антиутопии в XX веке	Практические	2	3	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.3, Л3.1, Л1.1, Л2.1, Л2.2
8.6.	Театр абсурда	Практические	2	1	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.3, Л3.1, Л1.1, Л2.1, Л2.2
8.7.	Японская литература XX века	Практические	2	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.3, Л3.1, Л1.1, Л2.1, Л2.2
8.8.	Творчество К. Кизи, его кинематографическая рецепция	Практические	2	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.3, Л3.1, Л1.1, Л2.1, Л2.2
8.9.	Новеллы Х.Л. Борхеса	Практические	2	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.3, Л3.1, Л1.1, Л2.1, Л2.2
8.10.	Постмодернизм в мировом искусстве	Лекции	2	2	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л1.3, Л3.1, Л1.1, 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, Л1.1, Л2.1, Л2.2
9.2.	Чтение текстов, подготовка к итоговой аттестации	Сам. работа	2	43	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Л3.1, 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
<p>Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале "Цифровой университет АлтГУ": https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=3727</p> <p>Оценка сформированности компетенции ОПК-3: Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> <p>Примеры заданий закрытого типа:</p> <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 г. Царице морской</p> <p>Ответ: а</p>

Вопрос 2. О какой греческой богине идет речь в этих строках?

...с женами сводит земными богов всеблаженных,
И сыновей они смертных бессмертным богам порождают,
Как и с мужами земными богинь она сводит блаженных.

- а. об Эос
- б. об Афродите
- в. о Деметре
- г. об Афине

Ответ: б

Вопрос 3. По какому случаю Сапфо написала этот гимн?

Эй, потолок поднимайте, –
О Гименей! –
Выше, плотники, выше!
О Гименей!

- а. похороны
- б. свадьба
- в. строительство нового дома

Ответ: б

Вопрос 4. Какой внутренний орган клюет орел, посланный Зевсом?

- а. желудок
- б. легкие
- в. сердце
- г. печень

Ответ: г

Вопрос 4. В храм какого бога греки приходили спать?

- а. Афродиты
- б. Асклепия
- в. Гелиоса

Ответ: б

Вопрос 6. Поворот к готике в Средние века начинается именно с этого искусства:

- а. архитектура
- б. литература
- в. скульптура
- г. живопись
- д. музыка

Ответ: а

Вопрос 7. События Троянской войны происходят именно в эту эпоху:

- а. эгейский или крито-микенский период (III–II тыс. до н. э.)
- б. гомеровский период (XI–IX века до н. э.),
- в. архаический период (VIII–VI века до н. э.)
- г. классический период (V–IV века до н. э.)
- д. эллинистический период (вторая половина IV – середина I века до н. э.)

Ответ: а

Вопрос 8. Крито-микенское искусство сходно с искусством этой древней цивилизации:

- а. Египет
- б. Индия
- в. Китай
- г. Ассирия

Ответ: а

Вопрос 9. Эта бронзовая статуя – один из немногих хорошо сохранившихся греческих подлинников.

- а. «Аполлон Бельведерский»
- б. «Дельфийский возничий»
- в. «Ника Самофракийская»
- г. «Венера Милосская»

Ответ: б

Вопрос 10. С точки зрения современной науки:

- а. миф возникает из ритуала
- б. ритуал возникает из мифа
- в. миф и ритуал взаимосвязаны

Ответ: в

Вопрос 11. Этот ученый считал мифы особой стадией в развитии мышления человека:

- а. Люсьен Леви-Брюль (1857–1938)
- б. Клод Леви-Стросс (1908–2009)
- в. Бронислав Малиновский (1884–1942)
- г. Елеазар Мелетинский (1918–2005)

Ответ: а

Вопрос 12. Чьи изображения преобладают в первобытных наскальных рисунках?

- а. животных
- б. людей
- в. богов
- г. растений

Ответ: а

Вопрос 13. Кто из перечисленных драматургов вошел в историю литературы как «отец комедии»?

- а. Эсхил
- б. Аристофан
- в. Еврипид
- г. Софокл

Ответ: б

Вопрос 14. Укажите верную последовательность рифм в терцинах:

- а. aba bcb cdc ded e
- б. aab bbc ccd dde e
- в. aaa bbb ccc ddd
- г. abc abc def def

Ответ: а

Вопрос 15. Сколько лет было Данте, когда он встретил Беатриче Портинари?

- а. около 9
- б. около 14
- в. около 20
- г. около 30

Ответ: а

Примеры заданий закрытого типа:

1. К какой партии принадлежал Данте?

Ответ: белые гвельфы

2. Укажите название города, из которого Данте был изгнан за свою политическую деятельность:

Ответ: Флоренция

3. Назовите имя «музы» и тайной возлюбленной итальянского поэта Данте Алигьери.

Ответ: Беатриче

4. Назовите город, где нашел своей последний приют и был похоронен Данте.

Ответ: Равенна

5. Каково первоначальное (авторское) название «Божественной комедии» Данте? Укажите название без кавычек.

Ответ: Комедия

6. Этим словом у Данте обозначается первый круг ада, где находятся некрещеные младенцы и

добродетельные нехристиане:

Ответ: лимб

7. Этот поэт сопровождает Данте в его путешествии по аду:

Ответ: Вергилий

8. Как называется историческая область в Италии, административным центром которой является город Флоренция.

Ответ: Тоскана

9. Как называется книга Данте, написанная вскоре после смерти Беатриче и посвященная его любви к ней? Укажите название книги без кавычек.

Ответ: Новая Жизнь

10. Этот жанр Данте определяет как «поэтическое произведение среднего стиля с устрашающим началом и благополучным концом, написанное на народном языке»:

Ответ: комедия

11. Назовите фамилию самого известного переводчика «Божественной комедии» на русский язык:

Ответ: Лозинский

12. Кому принадлежит эпитет «божественная» в названии произведения Данте?

Ответ: Боккаччо

13. Назовите главное произведение Вергилия (без кавычек):

Ответ: Энеида

14. Кто сопровождает Данте в раю?

Ответ: Беатриче

15. Кто сопровождает Данте в «Чистилище»?

Ответ: Вергилий

16. Его туловище зажато камнем и льдом, а ноги, торчащие в пустой пещере, обращены к южному полушарию, где, прямо над его ступнями, встает из океанских волн гора Чистилища.

Ответ: Люцифер

17. Волчица, от которой ты в слезах,
Всех восходящих гонит, утесняя,
И убивает на своих путях;

Она такая лютая и злая,
Что ненасытно будет голодна,
Вслед за едой еще сильнее алкая.

Со всяческою тварью случена,
Она премногих соблазнит, но славный
Нагрянет ..., и кончится она.

Какой зверь победит волчицу?

Ответ: пес

18. «...В досужий час читали мы однажды
О Ланчелоте сладостный рассказ;
Одни мы были, был беспечен каждый.

Над книгой взоры встретились не раз,
И мы бледнели с тайным содроганьем;
Но дальше повесть победила нас.

Чуть мы прочли о том, как он лобзаньем
Прильнул к улыбке дорогого рта,

Тот, с кем навек я скована терзаньем,

Поцеловал, дрожа, мои уста.
И книга стала нашим Галеотом!
Никто из нас не дочитал листа».

Назовите имя рассказчицы.

Ответ: Франческа

19. На какой горе живут греческие боги?

Ответ: Олимп

20. Кто является главным греческим богом?

Ответ: Зевс

Критерии оценивания. Каждое задание оценивается 1 баллом.
"зачтено" - верно выполнено 50% заданий; "не зачтено" - верно выполнено 50% или менее 50% заданий.

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

Не предусмотрены.

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра зачета или экзамена (для обучающихся, не получивших зачет по результатам текущей успеваемости по всему изученному курсу). Тест размещен в разделе «Промежуточная аттестация по дисциплине» онлайн-курса на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ».

Количество заданий в контрольно-измерительном материале (тесте) для промежуточной аттестации, составляет 30.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом.

Для зачета: «зачтено» – верно выполнено более 50% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 50% или менее 50% заданий.

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

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
ЛП.1	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
ЛП.2	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
ЛП.3	Руднев, В.Н.	Эстетика. История мировой литературы	М. ; Берлин : Директ-Медиа, , 2015	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363409

		и искусства : учебное пособие:		
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 библиотекаelibrary(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,	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)

Аудитория	Назначение	Оборудование
	курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	
Учебная аудитория	для проведения занятий всех видов (дисциплинарной, междисциплинарной и модульной подготовки), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проекта (работы), проведения практики	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
Помещение для самостоятельной работы	помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Текущий контроль осуществляется на практических занятиях.

Промежуточная аттестация проводится по результатам работы студентов на практических занятиях.

Аттестационные испытания проводятся преподавателем, ведущим лекционные занятия по данной дисциплине, или преподавателями, ведущими практические и лабораторные занятия (кроме устного экзамена). Присутствие посторонних лиц в ходе проведения аттестационных испытаний без разрешения ректора или проректора не допускается (за исключением работников университета, выполняющих контролирующие функции в соответствии со своими должностными обязанностями). В случае отсутствия ведущего преподавателя аттестационные испытания проводятся преподавателем, назначенным письменным распоряжением по кафедре (структурному подразделению).

Инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, имеющие нарушения опорно-двигательного аппарата, допускаются на аттестационные испытания в сопровождении ассистентов-сопровождающих.

Во время аттестационных испытаний обучающиеся могут пользоваться программой учебной дисциплины, а также с разрешения преподавателя справочной и нормативной литературой.

Оценка результатов устного аттестационного испытания объявляется обучающимся в день его проведения. При проведении письменных аттестационных испытаний или компьютерного тестирования – в день их проведения или не позднее следующего рабочего дня после их проведения.

Результаты выполнения аттестационных испытаний, проводимых в письменной форме, форме итоговой контрольной работы или компьютерного тестирования, должны быть объявлены обучающимся и выставлены в зачётные книжки не позднее следующего рабочего дня после их проведения. уемых компетенций. Зачет проводится в устной форме. На ответ студенту отводится 15 минут.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

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	4 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_РиСО-2020

Часов по учебному плану	144	Виды контроля по семестрам
в том числе:		экзамены: 1
аудиторные занятия	34	
самостоятельная работа	83	
контроль	27	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		Итого	
	Неделя 19			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	16	16	16	16
Практические	18	18	18	18
Сам. работа	83	83	83	83
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	144	144	144	144

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

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

Рабочая программа дисциплины
История рекламы и связей с общественностью

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

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 30.06.2020 протокол № 6.

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

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

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

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

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

1. Цели освоения дисциплины

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

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.О.1**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

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

4. Структура и содержание дисциплины

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

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	обществе. Протоформы связей с общественностью в Древнем мире Конфессиональная, политическая реклама в античности. Регулирование рекламы в античности					
1.2.	Реклама и связи с общественностью в западноевропейской средневековой культуре. Периоды западноевропейского средневековья. Институционализированные и фольклорные формы рекламы. Способы регулирования устной рекламы. Религиозная реклама. Реклама в позднем средневековье. Связи с общественностью в Средневековье: донаторство, меценатство и др	Лекции	1	2		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.3.	Зарождение рекламы в Древнем мире или протореклама. Реклама в античном обществе. Реклама и СО в западноевропейской средневековой культуре. Реклама в России: от Средневековья к Новому времени.	Практические	1	2		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.4.	Выполнение самостоятельной работы по теме "Формы проторекламы и СО"	Сам. работа	1	29		Л2.1, Л2.2, Л2.3
Раздел 2. История и развития рекламы и связей с общественностью в эпоху развития печати						
2.1.	Изобретение типографского станка как фактор развития рекламы в Западной Европе Ранняя европейская печатная реклама. Рекламная функция типографских эмблем и экслибрисов. Информационные бюро Европы 17 в. как прообраз комплексного (рекламного и СО)	Лекции	1	2		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3


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

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	афиши, плаката и вывески. Плакатное творчество рубежа XIX—XX веков. Фотореклама в начале XX века в России. Промышленные, сельскохозяйственные, научные и художественные выставки в России в XIX - начале XX века.					
2.4.	Развитие рекламы и СО в XIX веке в европейских странах. Этапы становления и развития связей с общественностью в Америке XIX-XX веков: «эра манипулирования» и «эра информирования». «Декларация о принципах» А. Ли как прообраз этического кодекса СО. «Эра убеждения» Э. Бернайза	Практические	1	2		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.5.	Российская изобразительная реклама в XIX - начале XX века. Реклама в российской прессе в XIX - начале XX века. протоформы связей с общественностью в российской прессе в XIX - начале XX века.Связи с общественностью в России в XIX - начале XX. Журналистика и связи с общественностью: формы взаимодействия. Жанры публицистики и PR-жанры в «Северной пчеле» Ф. В. Булгарина и Н. И. Греча	Практические	1	2		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.6.	Выполнение комплексной самостоятельной работы ко второму разделу	Сам. работа	1	26		Л2.1, Л2.2, Л2.3
Раздел 3. История и развития рекламы и связей с общественностью в эпоху информационной революции в России и за рубежом						
3.1.	Реклама и связи с общественностью в советское время. Плакатная реклама во времена НЭПа: Маяковский В., Родченко	Лекции	1	4		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	А. Социальная и государственная реклама и пропаганда в Великую Отечественную войну. Послевоенная реклама СССР. Реклама в России в перестройку. Политическая и социальная реклама 90-ых. Зарубежная реклама и СО во второй половине XX века. Организация и расцвет рекламных агентств в США. Современная российская и зарубежная реклама и СО в эпоху цифровых медиа и Интернета					
3.2.	Занятие-дискуссия на тему "Существовала ли советская реклама".	Практические	1	2		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3
3.3.	Связи с общественностью в России и за рубежом конца XX - нач. XXI века	Практические	1	2		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3
3.4.	Развитие печатной, радио-рекламы в XX-XI вв. за рубежом. Возникновение и развитие ТВ-рекламы. Реклама конца XX- нач. XXI в.в. за рубежом	Практические	1	4		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3
3.5.	История возникновения и развития известных зарубежных и российских брендов	Практические	1	4		Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3
3.6.	Подготовка докладов-презентаций по зарубежной рекламе и СО XX-XI вв	Сам. работа	1	28		Л2.1, Л2.2, Л2.3

5. Фонд оценочных средств

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

См. приложение
Приложения
Приложение 1.  FOS Istoria reklamy i PR++.docx

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Ученова, Виктория Васильевна	История рекламы : учеб. для вузов	М. : ЮНИТИ-[ДАНА], , 2008.	
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Трушина, Л.Е.	История отечественной и зарубежной рекламы : учебник	М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016	URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453360
Л2.2	Евстафьев, В.А	История российской рекламы: современный период : учебное пособие	М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», , 2017	URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450739
Л2.3	Девлетов, О.У	История отечественной рекламы за 150 лет (1840–1990): учебное пособие для студентов вузов	М. ; Берлин : Директ-Медиа, , 2016	URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429705
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название	Эл. адрес		
Э1	История рекламы и связей с общественностью	adindex.ru, sostav.ru, advertology.ru		
Э2	Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета	http://elibrary.asu.ru/		
Э3	Научная электронная библиотека elibrary	http://elibrary.ru		
Э4	Курс	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=2404		
6.3. Перечень программного обеспечения				
Microsoft Office Microsoft Windows 7-Zip AcrobatReader				
6.4. Перечень информационных справочных систем				

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

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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

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

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

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

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

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

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

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

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

руководствоваться графиком самостоятельной работы,

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

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

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

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Общая и 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	5 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_РиСО-2020

Часов по учебному плану	180	Виды контроля по семестрам
в том числе:		экзамены: 2
аудиторные занятия	66	зачеты: 1
самостоятельная работа	87	
контроль	27	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		1 (2)		Итого	
	Неделя		14,5			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	12	12	16	16	28	28
Практические	18	18	20	20	38	38
Сам. работа	42	42	45	45	87	87
Часы на контроль	0	0	27	27	27	27
Итого	72	72	108	108	180	180

Программу составил(и):
к.филол.н., доцент, Валулина Е.В.

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

Рабочая программа дисциплины
Общая и 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 30.06.2020 протокол № 6.

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

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

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

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

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

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	<p>Осмысление теоретических и практических сведений о риторике, овладение навыками различных жанров речей, а также наиболее эффективными риторическими технологиями. Для данного курса характерна практическая направленность: студентам предстоит освоить разные риторические технологии создания речей с учетом аудитории, что позволит выпускнику уверенно себя ощущать в профессиональной и его профессиональной сфере деятельности.</p> <ul style="list-style-type: none">• развитие умений продуцирования риторически правильно построенных монологических устных и письменных текстов разных жанров• развитие коммуникативных способностей и психологической готовности эффективно взаимодействовать с партнером по общению;• развитие стремления выработать собственный риторический имидж.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.1

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

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
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-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.	Основные принципы социальной ответственности, используемые в своей профессиональной деятельности; основных функций языка, разновидностей речевой деятельности в рыночной среде; основные принципы деловой коммуникации в устной и письменной формах; основные принципы построения целей и способы их решения; правовые нормы, регламентирующие профессиональную деятельность в области рекламы и PR.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам ответственности; эффективно выстраивать коммуникацию на языковом уровне в зависимости от цели и сферы применения (в том числе выступления перед аудиторией, даже на иностранном языке); выделять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	жанрами и средствами официального, делового и научного стилей нормами современного русского литературного языка; использовать языковые (вербальные и невербальные) средства для достижения контакта с аудиторией; навыками постановки четких целей, путей их достижения.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Риторика как наука и искусство						
1.1.	Понятие риторики. Предмет и задачи риторики. История красноречия.	Лекции	1	4	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.2.	Роды и виды красноречия.	Практические	1	4	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.3.	Роды и виды красноречия.	Сам. работа	1	10	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.4.	Разделы классической риторики.	Лекции	1	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3,	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
					ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	
1.5.	Особенности классической риторики	Практические	1	4	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.6.	Особенности классической риторики	Сам. работа	1	10	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.7.	Целевые установки речи. Общая и частная целевые установки. Типы речи согласно общим целевым установкам.	Лекции	1	4	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.8.	Типы речи согласно общим целевым установкам.	Сам. работа	1	12	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.9.	Особенности целевых установок	Практические	1	6	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.10.	Ритуальная, провокационная, императивная и убеждающая речь.	Лекции	1	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.11.	Виды речевой деятельности	Практические	1	4	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.12.	Виды речевой деятельности	Сам. работа	1	10	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2


Раздел 2. Этические и психологические аспекты риторики

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.1.	Основные типы коммуникабельности людей.	Лекции	2	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.2.	Эго-состояния и речевое общение (модель Э. Берна). Виды трансактов.	Практические	2	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.3.	Эго-состояния и речевое общение (модель Э. Берна). Виды трансактов.	Сам. работа	2	6	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.4.	Нравственность и нравственные барьеры личности. Нравственные постулаты общения. Ложь как одна из коммуникативных функций.	Лекции	2	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.5.	Нравственные постулаты общения.	Практические	2	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.6.	Принципы делового этикета.	Лекции	2	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.7.	Нравственные постулаты общения.	Сам. работа	2	7	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.8.	Речевой этикет: приветствие, обращение, представление, служебная субординация.	Практические	2	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.9.	Речевой этикет: приветствие, обращение, представление,	Сам. работа	2	6	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	служебная субординация.				7.2, УК-2.4, УК-4.4	
2.10.	Оратор и аудитория. Типы аудиторий. Взаимодействие оратора и аудитории.	Лекции	2	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.11.	Вербальные и невербальные средства достижения контакта с аудиторией.	Практические	2	4	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
2.12.	Вербальные и невербальные средства достижения контакта с аудиторией.	Сам. работа	2	6	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
Раздел 3. Логика ораторской речи						
3.1.	Теория аргументации. Логические основы убеждения.	Лекции	2	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.2.	Коммуникативные особенности выдвижения тезиса. Аргументация.	Практические	2	4	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.3.	Особенности аргументации	Сам. работа	2	6	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.4.	Виды демонстрации аргументов.	Лекции	2	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.5.	Основы полемического мастерства.	Практические	2	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
3.6.	Основы полемического мастерства.	Сам. работа	2	6	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.7.	Особенности публичного выступления	Лекции	2	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.8.	Основные особенности публичного выступления	Практические	2	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.9.	Подготовка к публичному выступлению	Сам. работа	2	4	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
Раздел 4. Публичные выступления						
4.1.	Виды публичных выступлений.	Лекции	2	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
4.2.	Виды планов публичных выступлений.	Практические	2	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
4.3.	Виды публичных выступлений.	Сам. работа	2	4	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
4.4.	Итоговый контроль	Экзамен	2	27	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, УК-2.4, УК-4.4	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
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_Общая и профессиональная риторика в рекламной и PR деятельности_2022.docx

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Александров, Д.Н.	Риторика, или Русское красноречие : учебное пособие	ЭБС «Университетская библиотека online», 2015	biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117682
Л1.2	Кузнецов, И.Н.	Риторика, или Ораторское искусство : учебное пособие	ЭБС «Университетская библиотека online», 2015	biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117680
Л1.3	Костромина, Е.А.	Риторика: учебное пособие	ЭБС «Университетская библиотека online», 2014	biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272558
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Виноградова С.М., Силин И.С.	РИТОРИКА. Учебник и практикум для академического бакалавриата: Гриф УМО ВО	М.:Издательство Юрайт, 2018	https://biblio-online.ru/book/720A3B90-CF3A-47E3-8BFD-568CA3300C7E
Л2.2	Ивин А. А.	Риторика: Учебники и учебные пособия для ВУЗов	Директ-Медиа, 2017	http://biblioclub.ru/index.php?page=book_read&id=474287
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название	Эл. адрес		
Э1	Клуб специалистов PR	www.pr-club.com		
Э2	Сайт библиотеки АлтГУ	www.ib.asu.ru		

Э3	Электронно-библиотечная система издательства "Лань"	https://e.lanbook.com/
Э4	Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека online"	http://biblioclub.ru/
Э5	Курс "Общая и профессиональная риторика в рекламной и PR деятельности"	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=1763
6.3. Перечень программного обеспечения		
<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)
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица
320Л	медиа-тека, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную

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

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции и практические занятия, а также самостоятельную работу. В промежуточной аттестации курса выставляется зачет, а изучение курса завершается экзаменом. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой. Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

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

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, 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.

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»

Политология

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	2 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_РиСО-2020

Часов по учебному плану	72	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты:	6
аудиторные занятия	28		
самостоятельная работа	44		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	3 (6)		Итого	
	16			
Неделя	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	12	12	12	12
Практические	16	16	16	16
Сам. работа	44	44	44	44
Итого	72	72	72	72

Программу составил(и):
Ст. преподаватель, Д.А. Казанцев

Рецензент(ы):
к.пол.н., доцент, Асеева Татьяна Анатольевна

Рабочая программа дисциплины
Политология

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 30.06.2020 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра философии и политологии

Протокол от 02.06.2022 г. № 10
Срок действия программы: 2022-2023 уч. г.

Заведующий кафедрой
Черданцева 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 философии и политологии

Протокол от 02.06.2022 г. № 10
Заведующий кафедрой *Черданцева И.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Целью курса является формирование у студентов системных знаний о политической сфере общественной жизни, о механизме реализации властных решений, о политических системах и режимах, о демократии и гражданском обществе, о многообразии политических процессов международного, странового и регионального уровня, их предпосылках и последствиях, особенностях протекания их в России и ее регионах.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.О.1**

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
-------	--

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	Основные понятия политической науки, традиции российской политики; основные интерпретации политики и власти, особенности ее реализации в России и ее регионах; государственное устройство РФ и особенности ее регионов; типы и свойства политических режимов; значение демократии и гражданского общества для человека, региона и страны; особенности протекания процессов демократизации, политической модернизации, политического менеджмента, элитообразования и партогенеза, характер их протекания в современной России и ее регионах.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	применять политические теории для анализа и интерпретации политических процессов в современной России и ее регионах; использовать знания и методологический инструментарий политологии для осмысления политических проблем и процессов регионального и российского масштаба; оценивать влияние международных процессов и геополитических факторов на политику в регионах.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	исследования макро- и микрополитических процессов в современной России и ее регионах с использованием методов сравнительной политологии, институционального подхода, осмысления тенденций и последствий данных процессов с точки зрения современных политологических теорий; анализа взаимовлияния региональных и международных процессов; отбора оптимальных методов анализа политических процессов в современной России на региональном уровне.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Введение в политологию						
1.1.	Основные этапы становления политической науки	Лекции	6	2		Л2.4, Л2.5, Л1.1, Л2.1, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.2.	Основные этапы становления политической науки	Сам. работа	6	2		Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л2.1, Л1.3
1.3.	Американская политологическая школа	Сам. работа	6	2		Л2.4, Л2.5, Л1.2, Л2.1, Л1.3
1.4.	Политическая наука в России:эволюция и специфика	Сам. работа	6	2		Л2.4, Л2.6, Л1.2, Л2.1, Л1.3
Раздел 2. Политика и ее социальные основы						
2.1.	Социальные группы как субъекты и объекты политики	Сам. работа	6	2		Л2.3, Л2.4, Л1.2, Л2.1, Л1.3
2.2.	Политика как общественное явление	Лекции	6	2		Л2.3, Л2.5, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
2.3.	Политические лидеры	Сам. работа	6	4		Л2.4, Л1.2, Л2.1, Л1.3
2.4.	Политические элиты	Практические	6	2		Л2.3, Л2.7, Л1.1, Л1.2, Л2.1
2.5.	Политика как сфера общества	Сам. работа	6	2		Л2.4, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3
2.6.	Политические элиты в России	Сам. работа	6	2		Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л2.1, Л1.3
2.7.	Гражданское общество	Сам. работа	6	4		Л2.5, Л1.2, Л1.3
Раздел 3. Формирование и функционирование политической власти						
3.1.	Политическая власть	Лекции	6	2		Л2.4, Л2.6, Л1.2, Л2.1, Л1.3
3.2.	Политическая система общества	Сам. работа	6	2		Л2.4, Л1.2, Л2.1, Л1.3
3.3.	Политические режимы. Демократия	Лекции	6	2		Л2.5, Л2.6, Л1.2, Л1.3
3.4.	Политические режимы:авторитаризм и тоталитаризм	Практические	6	6		Л2.3, Л2.5, Л2.6, Л1.1, Л1.2, Л2.2
3.5.	Избирательные системы	Практические	6	2		Л2.7, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3
Раздел 4. Политические институты						
4.1.	Государство как политический институт	Сам. работа	6	3		Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
4.2.	Государство	Практические	6	2		Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л1.3
4.3.	Политические партии и партийные системы	Практические	6	2		Л2.4, Л2.6, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3
4.4.	Общественно-политические движения и организации	Сам. работа	6	4		Л2.4, Л2.6, Л1.2, Л2.1, Л1.3
Раздел 5. Личность и неинституциональные основания политики						
5.1.	Основные идеологии современности	Сам. работа	6	3		Л2.4, Л1.1, Л2.1, Л1.3
5.2.	Политическая культура	Сам. работа	6	2		Л2.4, Л2.5, Л1.2, Л2.1, Л1.3
Раздел 6. Политические процессы						
6.1.	Конфликты и кризисы	Сам. работа	6	2		Л2.4, Л2.5, Л1.2, Л2.1, Л1.3
6.2.	Политическая модернизация и демократизация	Лекции	6	2		Л2.4, Л2.5, Л1.1, Л2.1, Л1.3
6.3.	Модернизация и в России	Сам. работа	6	2		Л2.5, Л2.7, Л1.1, Л1.2, Л2.1
6.4.	Международные политические процессы	Сам. работа	6	2		Л2.4, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3
6.5.	Роль России в международных политических процессах.	Сам. работа	6	2		Л2.4, Л2.5, Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.3
6.6.	Политический менеджмент и технологии	Лекции	6	2		Л2.4, Л2.6, Л1.1, Л2.1, Л1.3
6.7.	Политический менеджмент и политическое управление в России	Сам. работа	6	2		Л2.3, Л1.1, Л2.1, Л1.3
6.8.	Процесс принятия политических решений	Практические	6	2		Л1.1, Л2.1, Л1.3

5. Фонд оценочных средств

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

Рабочая программа дисциплины обеспечена фондом оценочных средств для проведения текущего и промежуточного контроля. Фонд включает практические задания, вопросы к экзамену, вариант тестовых 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

ФОС находится в отдельном приложении и хранится на кафедре

Приложения

Приложение 1.  [8. Политология \(22-23\).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	В. П. Пугачев	Политология: [учебник]	М.: АСТ, [2010]	
Л1.2	Мухаев Р. Т.	Политология: учебник	Москва: Юнити-Дана, 2017	https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=691568
Л1.3	Отв. ред. В.Д. Первалов	Политология : учебник	М.: Норма; Инфра-М, 2013	

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Соловьев А.И.	Политология. Политическая теория. Политические технологии.: учеб. для вузов. 2-е изд., перераб. и доп.	М. : Аспект Пресс, 2010	
Л2.2	Ачкасов В. А	Мировая политика и международные отношения : учебник для вузов	Аспект Пресс, 2011	
Л2.3	под ред. М. А. Василика	Политология: учеб. для вузов	М.: Гардарики, 2000	

Л2.4	И. А. Василенко	Политология: учебник	М.: Юрайт, 2011	
Л2.5	К. С. Гаджиев	Политология: учебник	М.: Издательство Юрайт // ЭБС Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/0EF53660-8133-4D34-8097-AEE9D984937E
Л2.6	Ачкасов В.А.	Сравнительная политология: учеб. для вузов	М.: Аспект Пресс, 2011	
Л2.7	Лавриненко В.Н.	Политология: учеб. для бакалавров	М.: Юрайт, 2011	

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

	Название	Эл. адрес
Э1	научная электронная библиотека, содержащая рефераты и полные тексты научных статей и публикаций	http://elibrary.ru
Э2	электронный каталог библиотеки АлтГУ	http://www.lib.asu.ru/app/slasu/resource=library
Э3	электронный каталог Российской государственной библиотеки	http://www.rsl.ru/ru/s97/s339/
Э4	портал журнала «Полис»	http://www.politstudies.ru/
Э5	портал Российской ассоциации политической науки	http://www.rapn.ru/
Э6	ЭБС Юрайт	
Э7	ЭУМК	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7157

6.3. Перечень программного обеспечения

Microsoft Windows
Microsoft Office
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
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	
Помещение для самостоятельной работы	помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Аудиторные и внеаудиторные (самостоятельные) формы учебной работы студента имеют своей целью приобретение им целостной системы знаний по политологии. К его услугам лекционный курс, ориентированный на выяснение кардинальных, стержневых проблем данной учебной дисциплины. Используя лекционный материал, доступные учебники или учебные пособия, дополнительную литературу, проявляя творческий подход, студент готовится к практическим занятиям, рассматривая их как пополнение, углубление, систематизация своих теоретических знаний. Ряд тем учебного курса полностью переносится на самостоятельную работу. Как правило, это темы, которые хорошо освещены в учебных пособиях и не представляют больших трудностей в их самостоятельном освоении, например, "Политическое лидерство", "Международные политические процессы", "Конфликты и кризисы" и др. Студент должен прийти в ВУЗ с полным пониманием того, что самостоятельное овладение знаниями является главным, определяющим. Высшая школа лишь создает для этого необходимые условия. Самостоятельная работа студента начинается с внимательного ознакомления с «Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования» по направлению 41.03.02 Регионоведение России. Изучение каждой темы следует начинать с внимательного ознакомления с набором вопросов. Они ориентируют студента, показывают, что он должен знать по данной теме. Вопросы темы как бы накладываются на соответствующую главу избранного учебника или учебного пособия. В итоге должно быть ясным, какие вопросы темы программы учебного курса, и с какой глубиной раскрыты в данном учебном материале, а какие вообще опущены. Содержанием самостоятельной работы студентов являются следующие ее виды:

- изучение понятийного аппарата дисциплины;
- изучение тем самостоятельной подготовки по учебно-тематическому плану;
- работа над основной и дополнительной литературой;
- работу над статьями ведущих политических теоретиков и аналитиков;
- изучение вопросов для самоконтроля (самопроверки);
- самоподготовка к практическим и другим видам занятий;
- самостоятельная работа студента в библиотеке;
- изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет;
- консультация преподавателя дисциплины.

Особое место отводится самостоятельной проработке студентами отдельных разделов и тем по изучаемым дисциплинам. Такой подход вырабатывает у студентов инициативу, стремление к увеличению объема знаний, выработке умений и навыков всестороннего овладения способами и приемами профессиональной деятельности.

Изучение тем самостоятельной подготовки по учебно-тематическому плану проводится в соответствии настоящим учебно-методическим комплексом. Изучение вопросов очередной темы требует глубокого усвоения теоретических основ курса, раскрытия сущности основных категорий политической науки, проблемных тем, таких как "Политическая власть", "Политическая модернизация и демократизация". Требуется творческое отношение и к самой программе учебного курса. Вопросы, составляющие ее содержание, обладают разной степенью важности. Есть вопросы, выполняющие функцию логической связки содержания темы и всего курса, имеются вопросы описательного или разъяснительного характера.

Все эти вопросы не составляют сути понятийного, концептуального содержания темы, но необходимы для целостного восприятия изучаемых проблем.

Проработка лекционного курса является одной из важных активных форм самостоятельной работы.

Совершенно недостаточно только слушать лекции. Важно студенту понять, что лекция есть своеобразная творческая форма самостоятельной работы. Надо пытаться стать активным соучастником лекции: думать, сравнивать известное с вновь получаемыми знаниями, войти в логику изложения материала лектором, по возможности вступать с ним в мысленную полемику, следить за ходом его мыслей, за его аргументацией, находить в ней кажущиеся вам слабости. Во время лекции можно задать лектору вопрос.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Профессиональное деловое общение 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_РиСО-2020

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	7
аудиторные занятия	42		
самостоятельная работа	39		
контроль	27		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	4 (7)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	16	16	16	16
Практические	26	26	26	26
Сам. работа	39	39	39	39
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
д.филол. н., Профессор, Халина Н.В.

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

Рабочая программа дисциплины
Профессиональное деловое общение 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 30.06.2020 протокол № 6.

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

Протокол от 17.06.2022 г. № 11
Срок действия программы: 2022-2026 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 17.06.2022 г. № 11
Заведующий кафедрой *д.социол.н., профессор Ковалева А.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Целью изучения данной дисциплины является помочь студенту сформировать представление об основных принципах делового общения; научить студентов анализировать и использовать принципы делового общения в соответствующих ситуациях; уметь применять теоретические знания к анализу конкретных ситуаций и материалов; уметь проводить презентации, переговоры, выступления; писать деловые письма; эффективно участвовать в организации и проведении мероприятий делового характера.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.О.1**

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
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 с 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-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	Владет 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 нормы устной и письменной речи русского языка (и иностранного языка), а также правила вступления в коммуникацию для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия в сфере делового общения; особенности и закономерности создания эффективной коммуникации; особенности внутренней и внешней коммуникации организации
3.2.	Уметь:
3.2.1.	Умеет использовать нормы устной и письменной речи русского языка (и иностранного языка), а также правила вступления в коммуникацию для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия в рамках делового общения; создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации; устанавливать нужные деловые связи, находить поддержку и союзников
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	Владеет навыками владения устной и письменной речью русского языка (и иностранного языка), а также правила вступления в коммуникацию для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; навыками установления доверительного контакта и диалога, убеждению и поддержке людей; налаживать внутреннюю и внешнюю коммуникации в организации.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Раздел 1. Профессиональные и бизнес коммуникационные процессы в рекламном и PR дискурсах						
1.1.	Бизнес коммуникации: Определение, виды. Методы, функции	Лекции	7	3	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК- 1.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3
1.2.	Эффективность бизнес коммуникации, решаемые БК проблемы	Практические	7	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК- 1.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3
1.3.	Методы бизнес коммуникации. Техники эффективной бизнес коммуникации.	Практические	7	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК- 1.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3
1.4.	Методы бизнес коммуникации. Техники эффективной бизнес коммуникации.	Сам. работа	7	4	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК- 1.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.5.	Вокальное сознание как основа устной деловой коммуникации	Практические	7	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3
1.6.	Понятие барьеров общения. Основные виды барьеров	Сам. работа	7	4	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3
1.7.	Вокальное сознание как основа устной деловой коммуникации	Практические	7	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3
1.8.	Основные принципы рекламы и связей с общественностью. Реклама&PR &Маркетинг: различие	Лекции	7	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3
1.9.	Основные принципы рекламы и связей с общественностью. Реклама&PR &Маркетинг: различие	Практические	7	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3
1.10.	Основные принципы рекламы и связей с общественностью. Реклама&PR &Маркетинг: различие	Сам. работа	7	3	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3
Раздел 2. Раздел 2. Формирование коммуникативного профессионализма специалиста в области рекламной и PR деятельности						
2.1.	Профессиональное общение./ коммуникативные основания, планирование сообщений, Межличностные коммуникации, визуальная коммуникация	Лекции	7	3	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3
2.2.	Коммуникационный менеджмент как основа организации деловых коммуникаций	Практические	7	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.3.	Коммуникационный менеджмент как основа организации деловых коммуникаций	Сам. работа	7	10	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3
2.4.	Лидерство: ценностный менеджмент в деловой и профессиональной коммуникации	Практические	7	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3
2.5.	Особенности создания эффективной презентации	Сам. работа	7	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3
2.6.	Эмоциональный интеллект рг специалиста и специалиста по рекламной деятельности	Практические	7	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3
2.7.	Управление человеческими ресурсами	Практические	7	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3
2.8.	Этика профессионального поведения руководителя	Сам. работа	7	4	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3
2.9.	Профессиональная коммуникация на рабочем месте	Практические	7	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3
2.10.	Профессиональная коммуникация на рабочем месте	Сам. работа	7	4	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3
2.11.	Деловые переговоры и культура медиации. Интеркультурная специфика	Лекции	7	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.12.	Деловые переговоры и культура медиации. Интеркультурная специфика	Практические	7	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3
2.13.	Особенности конструктивной критики	Сам. работа	7	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3
2.14.	Виртуальный офис	Практические	7	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3
2.15.	Электронная бизнес коммуникация	Лекции	7	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3
2.16.	Электронный профессионализм	Практические	7	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3
2.17.	Типы электронной профессиональной коммуникации. Электронный этикет	Лекции	7	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3
2.18.	Документационное обеспечение делового общения	Лекции	7	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3
2.19.	Документационное обеспечение делового общения	Сам. работа	7	6	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л1.2, Л1.3
2.20.	Итоговый контроль	Экзамен	7	27	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, УК-2.4, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, 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

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ УК - 2.1.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

1. Недобросовестная реклама является та, которая:

- а) дискредитирует юридических и физических лиц, не пользующихся рекламным товаром;
- б) не содержит соответствующих сведений о товаре;
- в) порочит государственные символы.

Ответ: а

2. Федеральный антимонопольный орган ...

- а) выдает лицензию на осуществление какой-либо деятельности;
- б) не обязан информировать рекламоателя о нарушении закона о рекламе;
- в) направляет материалы о прекращении лицензии.

Ответ: в

3. При нарушении законодательства о рекламе органы саморегулирования могут:

- а) предъявлять иски в суд в интересах потребителя, чьи права нарушены;
- б) потребовать возмещение денежного ущерба с рекламопроизводителя;
- в) обратиться в федеральный антимонопольный орган.

Ответ: а

4. С помощью каких средств осуществляется контрреклама:

- а) разрешенных Федеральным антимонопольным органом;
- б) тех же, что и ненадлежащая реклама;
- в) по выбору рекламоателя.

Ответ: б

5. Рекламораспространитель несет ответственность за:

- а) оформление, подготовку рекламы;
- б) содержание рекламы;
- в) время, место и средства размещения рекламы.

Ответ: в

6. Реклама с помощью которой рекламоатель (рекламопроизводитель, рекламораспространитель) умышленно вводит в заблуждение потребителя рекламы называется:

- а) заведомо ложной;
- б) скрытой;
- в) неэтичной.

Ответ: а.

7. Реклама, которая оказывает на осознаваемое потребителем воздействие на его восприятие путем использования специальных видеовставок и иными способами, является:

- а) недобросовестная реклама;
- б) недостоверная реклама;
- в) скрытая реклама.

Ответ: в

8. Размер рекламы, используемый в виде «бегущей строки» не должен превышать:

- а) 2% площади кадра;
- б) 7% площади кадра;
- в) 10% площади кадра.

Ответ: б)

9. В периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, реклама не должна превышать:

- а) 40% объема одного периодического издания;
- б) 7% объема одного периодического издания;
- в) 25% объема одного периодического издания.

Ответ: б

10. В случае разглашения сведений, составляющих коммерческую тайну причиненные убытки подлежат возмещению:

- а) федеральным антимонопольным органом;
- б) налоговой;
- в) наказывает виновного в разглашении.

Ответ: а

11. Кто должен хранить материалы, содержащие рекламу после распространения:

- а) рекламодатель;
- б) рекламопроизводитель и рекламораспространитель;
- в) все вышеперечисленные.

Ответ: в

12. Целями настоящего Федерального Закона являются:

- а) защита от недобросовестной конкуренции в области рекламы;
- г) введение в заблуждение потребителей рекламы;
- в) посягательство на общественные интересы, принципы ценности и морали.

Ответ: а

13. Федеральный антимонопольный орган осуществляет контроль:

- а) за соблюдение Основного закона;
- б) за соблюдение законодательств РФ «О рекламе»;
- в) за соблюдением основных обязанностей по отношению к потребителям

Ответ: б

14. В целях настоящего ФЗ принимаются следующие основные понятие:

- а) реклама, недобросовестная реклама, авторское право, рекламодатель, рекламораспространитель;
- б) реклама, ненадлежащая реклама, рекламодатель, рекламораспространитель, потребители рекламы;
- в) реклама, рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламораспространитель, потребитель рекламы, ненадлежащая реклама, контрреклама.

Ответ: в

15. Законодательство РФ о рекламе состоит:

- а) из настоящего ФЗ;
- б) из нормативно-правовых актов;
- в) из настоящего ФЗ и принятых в соответствии с ним иных федеральных законов.

Ответ: в

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

1. Какие санкции к нарушителям Кодекса могут применить совета по этике и профессиональным стандартам PRSA?

Ответ: Исключить из общества

2. При каких обстоятельствах согласно профессиональному Кодексу член IPRA не должен представлять интересы одной из конфликтующих или соперничающих сторон?

Ответ: Без согласия на то всех заинтересованных сторон.

3. На какие законодательные акты в России должен опираться каждый работник сферы рекламы и связей с общественностью?

Ответ:

- Федеральный Закон «Об информации, информатизации и защите информации». Он регулирует сбор, хранение, использование и распространение информации о личной жизни, также стоит на страже личной тайны, семейной тайны, тайны переписки, телефонных переговоров, почтовых, телеграфных и иных сообщений физического лица;
- Гражданский кодекс РФ (ч. 4) Гл. 70 «Авторское право» охраняет авторские права на пресс-релизы, статьи, доклады, слоганы и иное, созданные сотрудниками PR-подразделений в порядке выполнения служебных обязанностей, они являются их собственностью, а права на их использование принадлежат работодателю;
- Гражданский кодекс РФ (ч. 4) Гл. 76 Права на средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий. В PR-сфере важны все аспекты, в том числе и способ придания индивидуальности организации, ее товарам и услугам. Здесь не обойтись без хорошо запоминающегося фирменного знака, при разработке которого необходимо помнить положения данного Закона, который содержит ряд правовых норм, запрещающих использование знаков, аналогичных запатентованным;
- Федеральный Закон «О рекламе»;
- Федеральный Закон «О средствах массовой информации» от 27 декабря 1991 г. (№ 2124-1);
- Федеральный Закон «О рынке ценных бумаг» от 22 апреля 1996 г. (№ 39-ФЗ);
- Федеральный Закон «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» от 22 марта 1991 г. (№ 948-1).

4. Какой международный кодекс регламентирует правовой и этический аспекты деятельности работника сферы рекламы и связей с общественностью?

Ответ: Международный кодекс рекламной практики Международной Торговой Палаты

5. Что собой представляет деловое общение в рекламной и PR деятельности?

Ответ: Деловое общение в рекламе и связях с общественностью, как и общение в целом, это сложный и многогранный процесс, который может выступать одновременно и как процесс взаимодействия индивидов, и как информационный процесс, и как отношение партнеров друг к другу, и как процесс взаимовлияния.

6. Чему должны соответствовать принимаемые специалистом по PR решения?

Ответ: принимаемые решения должны удовлетворять одновременно общественным интересам, интересам клиента, должны соответствовать этическому кодексу их профессиональной организации; соответствовать личным ценностям.

7. Какие организации имеют профессиональные кодексы?

Ответ: Общество связей с общественностью Америки (PRSA) и Международная ассоциация специалистов, занятых в сфере деловой коммуникации (IABC).

8. Какие документы являются значимыми для российских специалистов в рекламе и связях с общественностью?

Ответ: Декларация профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью (Декларация РАСО); Хартия принципов сотрудничества и конкуренции на российском рынке услуг по связям с общественностью (Хартия 11-ти).

9. В качестве чего выступают этические нормы, присущие сфере рекламы и связей с общественностью?

Ответ: этические нормы, присущие сфере рекламы и связей с общественностью, выступают в роли регулятора отношений в коллективе и учреждениях, а также способствуют установлению доверия к личности или организации среди общественности.

10. Что включают для специалистов по общественным взаимодействиям в сфере рекламы и связей с общественностью этические ориентиры включают?

Ответ: Профессионал в области рекламы и связей с общественностью поддерживает профессиональные отношения, основанные на честности и надежной информации. Профессионал в рекламе и связях с общественностью стремится защитить целостность процесса общественной политики и политической системы. Профессионал в рекламе и связях с общественностью понимает взаимосвязь интересов бизнеса и более широких общественных интересов

11. Какие аспекты PR деятельности отражает "Кодекс профессиональной этики Российских журналистов"

Ответ: этические.

12. Что не может регулироваться нормами права в PR сфере?

Ответ: . Результаты PR акций

13. В каком виде существуют профессиональные стандарты поведения специалистов PR?

Ответ: Существуют в виде кодексов профессионального поведения

14. Чьей задачей является информирование общественности по вопросам изменения законодательства ?

Ответ: государственного PR

15. Что не является задачей государственного PR?

Ответ: Информирование о ценах на товары и услуги в регионе

16. Какая организация имеет статус официального консультанта ООН по проблеме стратегических коммуникаций в мире ?

Ответ: IPRA

17. . Где и когда приняты Минимальные стандарты качества (МСК) разработаны Международным институтом качества связей с общественностью и приняты?

Ответ: в июне 1997 г. в Хельсинки

18. Кто может аннулировать результаты выборов?

Ответ: судебный орган

19 Какое профессиональное объединение ежегодно вручает Премию «За лучший вклад в улучшение взаимопонимания в мире» ?

Ответ: IPRA

20. Что такое социальные нормы?

Ответ: правила, установленные в обществе и регулирующие человеческое поведение

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ УК - 2.2.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

1. Каковы главные задачи информационно-правовых систем в России?

1. ликвидация правовой неграмотности граждан

2. вытеснение с информационного рынка России ИПС зарубежного производства

3. построении общенациональной правовой информационной системы, охватывающей все регионы, высшие государственные органы власти и управления

4. обеспечение правовой безопасности бизнеса

Ответ: 3

2. К источникам правовой информации не относят ...

1. информационно-правовые системы
2. печатные издания (средства массовой информации)
3. правовые сайты и страницы в сети Интернет
4. художественную литературу
5. телевидение и радио
6. специализированные семинары, конференции

Ответ: 4

3. Каковы общие сроки доставки обновленной правовой информации до пользователя?

1. от 3 дней
2. от 5 дней
3. от 10 дней
4. от 15 дней

Ответ: 3

4. Какие информационно-правовые системы разработаны государственными организациями и компаниями?

1. Эталон-плюс
2. Гарант
3. КонсультантПлюс
4. Кодекс

Ответ: 1

5. MS Access поддерживает следующие типы полей ...

1. логический
2. текстовый
3. числовой
4. финансовый
5. дата/время

Ответ: 1, 2, 3, 4, 5.

6. База данных MS Access – это совокупность взаимосвязанных...

1. документов
2. таблиц
3. файлов
4. диаграмм

Ответ: 2

7. Основным источником получения информации для включения ее в информационные банки системы Консультант Плюс являются:

1. органы власти и управления на основании договоров об информационном обмене;
2. официальные источники публикаций;
3. любые СМИ;
4. сотрудники органов власти и управления на основе личных контактов.

Ответ: 1.

8. Основным источником получения информации для включения ее в информационные банки системы Консультант Плюс являются:

1. органы власти и управления на основании договоров об информационном обмене;
2. официальные источники публикаций;
3. любые СМИ;
4. сотрудники органов власти и управления на основе личных контактов.

Ответ: 1

9. Каждому документу из информационного банка соответствует только одно значение в словаре следующих полей:

1. «Когда получен» и «Поиск по статусу»;
2. «Поиск по статусу» и «Вид документа»;
3. «Вид документа» и «Номер»;
4. «Номер» и «Когда получен».

Ответ: 1

10. Следующий документ является нормативным правовым актом:

1. телетайпограмма ФТС РФ;
2. приговор суда;
3. Конституция РФ;
4. устав организации.

Ответ: 3.

11. Следующий правовой акт: Приказ Минсельхоза РФ от 12.09.2007 № 516 (ред. от 26.11.2007) «О II летней Универсиаде высших учебных заведений Минсельхоза России» является:

1. нормативным правовым актом;
2. ненормативным актом общего характера;
3. правоприменительным актом;
4. актом официального разъяснения.

Ответ: 2

12. Системой общеобязательных социальных норм, охраняемых силой государственного принуждения, обеспечивающего юридическую регламентацию общественных отношений в масштабе всего общества, является:

1. Уголовный кодекс РФ;
2. право;
3. федеральный закон;
4. ведомственные акты.

Ответ: 2

13. Одним из необходимых условий для вступления в силу федерального закона является:

1. объявление по радио о его принятии;
2. объявление по телевидению о его принятии;
3. опубликование в «Парламентской газете»;
4. постановление Конституционного суда РФ о его вступлении в силу.

Ответ: 3

12. Обязательными условиями вступления в силу нормативных правовых актов министерства или ведомства, затрагивающих права и интересы граждан, являются:

1. регистрация в Министерстве юстиции РФ и публикация в официальном источнике публикации;
2. регистрация в Министерстве юстиции РФ и внесение его в информационный банк СПС Консультант Плюс;
3. регистрация в Министерстве юстиции РФ и публикация в любом средстве массовой информации;
3. 4. указание в самом акте порядка вступления в сил.

Ответ: 1

14. Следующий документ является нормативным правовым актом:

1. договор аренды;
2. решение суда;
3. федеральный закон;
4. доверенность на ведение судебного дела.

Ответ: 3

15. Следующий кодекс не входит в систему нормативных правовых актов РФ:

1. Бюджетный кодекс РФ;
2. Кодекс корпоративного поведения;
3. Земельный кодекс РФ;
4. Градостроительный кодекс РФ.

Ответ: 2.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

1. Чьей задачей является создание и эффективное использование национальных информационных ресурсов ?

Ответ: государственной информационной политики

2. В чьи задачи входит подготовка граждан к жизни и работе в информационном обществе?

Ответ: государственной информационной политики

3. Что не относится к информации индивидуально-правового характера, имеющей юридическое значение?

Ответ: приговор суда

4. Что не является субъектом PR?

Ответ: общество

5. Что является основным передачи информации в PR коммуникациях?

Ответ: средства массовой информации

6. Что не может регулироваться нормами права в PR сфере?

Ответ: Результаты PR акций

7. В какой форме принимаются Поправки к Конституции РФ?

Ответ: законов РФ о поправках к Конституции РФ;

8. Чем является Гражданский кодекс РФ?

Ответ: федеральным законом

9. С какого момента Федеральные законы, устанавливающие новые налоги и сборы, вступают в силу:
Ответ: с не ранее 1 января года, следующего за годом их принятия, но не ранее одного месяца со дня их официального опубликования.
10. В каком виде существуют профессиональные стандарты поведения специалистов PR?
Ответ: в виде кодексов профессионального поведения
11. Кем являются акционеры компании?
Ответ: целевой аудиторией для избирательной компании руководителя предприятия
12. Что не входит в судебную систему РФ ?
Ответ: третейские суды
13. В течение какого срока согласно Федеральному закону от 14.06.1994 г. № 5-ФЗ «О порядке опубликования и вступления в силу федеральных конституционных законов, федеральных законов, актов палат Федерального Собрания» все законы после подписания Президентом РФ подлежат опубликованию?
Ответ: 7 дней
14. Чем является справочная правовая система является?
Ответ: эффективным средством распространения правовой информации
15. В каком году появилась СПС Консультант Плюс появилась?
Ответ: 1992 году
16. Что является основным источником получения информации для включения ее в информационные банки системы Консультант Плюс?
Ответ: органы власти и управления на основании договоров об информационном обмене.
17. Каким образом можно Получить информацию о полном количестве документов в информационных банках системы Консультант Плюс ?
Ответ: пункта меню «Сервис / Статистика»;
18. В чем состоит Основное назначение Правового навигатора?
Ответ: получить информацию по конкретной правовой проблеме
19. Если информационный банк давно не пополнялся, то о чем это свидетельствует?
Ответ: программа выдает сообщение с перечнем информационных банков, предупреждая об опасности использования устаревшей информации, и предложение обратиться в обслуживающий центр.
20. Какова максимальная частота обновления информации в информационных банках по федеральному законодательству в системе Консультант Плюс, установленной у пользователя?
Ответ: ежедневно.

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ УК - 2.3.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

1. Комплекс инженерно-консультационных услуг коммерческого характера по подготовке и обеспечению непосредственно процесса производства, обслуживанию сооружений, эксплуатации хозяйственных объектов и реализации продукции:
а) инжиниринг б) консалтинг
в) франчайзинг
Ответ а
2. Анализ и оценка экономической эффективности организационных структур может проводиться с использованием методологии:
а) сетевого планирования
б) попроцессного учета затрат ABC/ABM в) организации технологических и управленческих процессов
Ответ: б
3. Штрафы за несоблюдением законодательно установленных нормативов относятся к ... функции государственного управления:
а) регулирующей
б) контролирующей +
в) нормативно-методической
Ответ б
4. Генеральная цель проекта, четко выраженная причина его существования — это его:
а) концепция
б) миссия +
в) стратегия
Ответ б
5. Области применения концепции открытого проекта становятся большие экономические, социальные и социально-экономические проекты ... уровня:
а) районного
б) государственного +

в) муниципального

Ответ: б

6. Областями применения концепции открытого проекта становятся большие экономические, социальные и социально-экономические проекты ... уровня:

а) муниципального

б) местного

в) межгосударственного +

Ответ: в

7. ... является неким эмбрионом, зерном, латентно содержащим в себе концепцию проекта, получающим из внешней среды необходимые ресурсы и вырастающим в результате этого в иерархическую, «древовидную» структуру:

а) цель +

б) средство

в) желание

Ответ: а

8. Вероятность будет определена объективно, в том случае если:

а) поступит достаточно информации для того, чтобы прогноз оказался статистически достоверным +

б) при определении вероятности будут использованы научные методы

в) будут произведены дополнительные исследования

Ответ: а

9. Как правило, одного лишь суждения будет недостаточно для принятия решения:

а) когда ситуация не дает достаточно информации

б) когда ситуация уникальна или очень сложна +

в) когда ситуация довольно проста

Ответ: б

10. Вероятность неуплаты заемщиком основного долга и процентов, причитающихся кредитору, представляет собой такой риск:

а) процентный

б) банкротства

в) кредитный +

Ответ: в

11. . Как называется отношение числа появлений случайного события к общему числу наблюдений:

а) частота +

б) дисперсия

в) вероятность

Ответ: а

12. Результат реализации определенной последовательности шагов или действий, подобных тем, что предпринимаются при решении математического уравнения:

а) жесткое решение

б) незапрограммированное решение

в) запрограммированное решение +

Ответ: в

13. Необходимость соблюдения четкой причинно-следственной связи общественного развития, преемственность, непротиворечивость развития:

а) всесторонняя обоснованность решения

б) согласованность решения с принятыми ранее решениями +

в) необходимая полнота содержания решения

Ответ: б

14. Как называется противоречивость, неточность, неполноценность исходной информации; неоднозначность целей, способов их достижения и последствий принимаемых решений:

а) вероятность

б) случайность

в) неопределенность +

Ответ: в

15. Как называют совокупность элементов организации, необходимых для решения и обеспечения выполнения управленческих задач:

а) системой управления +

б) органом управления

в) аппаратом управления

Ответ: а

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

1. Почему работодатели, как правило, придают большое значение опыту при найме на работу?
ответ: суждение на основе опыта является основой множества повседневных управленческих решений
2. Как называются риски, связанные с убытком по причине задержки платежей, отказа от платежа в период транспортировки товара, непоставки товара?
Ответ: транспортными
3. Теорема Неймана говорит....
Ответ: о существовании решений в смешанных стратегиях
4. В чем особенность оптимальных решений, полученных с учетом и без учета дисконтирования?
Ответ: могут различаться +
5. Что часто используется в качестве обобщенного критерия?
Ответ: сумма отдельных показателей
6. В задаче о продуктивном наборе критерием оптимальности являются требования.....
Ответ: минимальной цены
7. В задаче о продуктивном наборе критерием оптимальности являются требования.....
Ответ: максимальной калорийности
8. Поведение марковского процесса на долгосрочном горизонте планирования характеризует его ... от начального состояния системы
Ответ: независимость
9. Графическое решение игры — это нахождение решения игры посредством....
Ответ: представления данных в виде линий на координатной плоскости
10. В каких случаях используется метод компромиссов?
Ответ: в задачах многокритериальной оптимизации
11. Что является численным выражением предпочтения:
Ответ: полезность
12. Кем принимаются интуитивные решения в организациях ?
Ответ: представителями высшего эшелона власти
13. Что означает то, что принятое решение не должно ни отставать, ни опережать потребности и задачи социально-экономической системы?
Ответ: своевременность решения
14. К каким функциям относятся Прогнозирование, организация, регулирование, координация, стимулирование, контроль риска в риск-менеджменте?
Ответ: субъекта управления
15. На что заставляет опираться руководителя учет фактора времени в некоторых случаях ?
Ответ: суждение или даже интуицию
16. Что изначально определяет действия человека и влияет на принимаемые им решения его?
Ответ: система ценностей
17. Все виды рисков, связанные с конкурентной инвестицией, относятся к таким каким видам? рискам:
Ответ: несистематическим
18. Как называются проблемы, в которых не всегда просматриваются условия, факторы, причинно-следственные связи?
Ответ: слабо структурированные проблемы
19. Какая область соответствует состоянию, когда в результате деятельности фирма рискует частью или всей величиной чистой прибыли?
Ответ: минимального риска
20. Каким образом определяется строгое соблюдение субъектом управления тех прав и полномочий, которые ему предоставлены высшим уровнем управления?
Ответ: полномочность решения

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

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. Кузнецов	Общая и профессиональная педагогика : учебник и практикум для прикладного бакалавриата	М. : Издательство Юрайт, 2020	www.biblio-online.ru/book/37288DC1-4074-4EAC-BD6C-468AE95C7F3B
Л1.2	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
Л1.3	Зельдович, Б. З.	Медиаменеджмент:	, 2020	https://www.biblio-online.ru/bcode/457060
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	К.В. Балдин, С.Н. Воробьев, В.Б. Уткин.	Управленческие решения : учебник	М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017., 2020	https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=573213
Л2.2	Филинов-Чернышев, Н. Б.	Разработка и принятие управленческих решений : учебник и практикум для вузов	М. Издательство Юрайт, 2017, 2018	www.biblio-online.ru/book/B67EEE48-5249-427A-9FB4-E7895DAF9336.
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	Деловое общение- сайт для Вашего бизнеса		http://business.ru/index.php?dn=communication	
Э6	курс Профессиональное деловое общение в рекламной и PR-деятельности		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=6630	
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);				

<p>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)
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)
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 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»

Речевая культура специалиста 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_РиСО-2020

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	19		
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	20	20	20	20
Практические	22	22	22	22
Сам. работа	66	66	66	66
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
к.филол.н., доцент, Качесова И.Ю.

Рецензент(ы):
к.филол.н., доцент, Комиссарова Л.М.

Рабочая программа дисциплины
Речевая культура специалиста 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 30.06.2020 протокол № 6.

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

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

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

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

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

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	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.О.1

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)
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

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	1	2	ОПК-1, УК-4	Л1.1
1.2.	Функции языка и речи.	Практические	1	2	ОПК-1, УК-4	Л1.1
1.3.	Способы организации языковой и речевой структуры: иерархия и поле.	Лекции	1	2	ОПК-1, УК-4	Л1.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.4.	Морфологический, лексический и синтаксический уровни языковой системы.	Практические	1	2	ОПК-1, УК-4	Л1.1
1.5.	Самостоятельная работа	Сам. работа	1	26	ОПК-1, УК-4	Л1.1
Раздел 2. Нормативный аспект культуры речи.						
2.1.	Понятие о норме и её значении.	Лекции	1	2	ОПК-1, УК-4	Л1.1
2.2.	Норма как сложное динамическое и одновременно статическое явление. Норма и кодификация.	Практические	1	2	ОПК-1, УК-4	Л1.1
2.3.	Причины изменения норм.	Практические	1	2	ОПК-1, УК-4	Л1.1
2.4.	Морфологические нормы русского литературного языка.	Практические	1	2	ОПК-1, УК-4	Л1.1
2.5.	Лексические нормы русского литературного языка.	Практические	1	2	ОПК-1, УК-4	Л1.1
2.6.	Языковая норма и аномалия	Лекции	1	2	ОПК-1, УК-4	Л1.1
2.7.	Причины возникновения языковых и речевых аномалий.	Практические	1	2	ОПК-1, УК-4	Л1.1
2.8.	Самостоятельная работа	Сам. работа	1	16	ОПК-1, УК-4	Л1.1
Раздел 3. Вариативность как принцип формирования культуры речи.						
3.1.	Вариативность как принцип формирования культуры речи.	Лекции	1	2	ОПК-1, УК-4	Л1.1
3.2.	Языковая игра как намеренное нарушение языковых норм.	Практические	1	2	ОПК-1, УК-4	Л1.1
3.3.	Самостоятельная работа	Сам. работа	1	8	ОПК-1, УК-4	Л1.1
Раздел 4. Адаптивность как принцип формирования культуры речи.						
4.1.	Адаптивность как принцип формирования культуры речи.	Лекции	1	2	ОПК-1, УК-4	Л1.1
4.2.	Функционирование языковых знаков в речи. Прагматика языкового знака.	Лекции	1	2	ОПК-1, УК-4	Л1.1
4.3.	Условия выбора языкового знака	Лекции	1	2	ОПК-1, УК-4	Л1.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
4.4.	Условия выбора языкового знака: фактор говорящего, фактор адресата, фактор ситуации, дискурсивный фактор.	Практические	1	2	ОПК-1, УК-4	Л1.1
4.5.	Самостоятельная работа	Сам. работа	1	8	ОПК-1, УК-4	Л1.1
4.6.	Анализ условий выбора языкового знака в зависимости от условий ситуации. Коммуникативные барьеры.	Практические	1	2	ОПК-1, УК-4	Л1.1
4.7.	Анализ условий выбора языкового знака	Лекции	1	2	ОПК-1, УК-4	Л1.1
4.8.	Особенности порождения и понимания текста в зависимости от типа дискурса.	Практические	1	2	ОПК-1, УК-4	Л1.1
4.9.	Типы речевой культуры и прагматика языкового существования.	Лекции	1	2	ОПК-1, УК-4	Л1.1
4.10.	Самостоятельная работа	Сам. работа	1	8	ОПК-1, УК-4	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_Речевая культура специалиста в рекламе и связях с общественностью_2021_2-3.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	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-8 3DD-9B0638DBBCAF
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека online"		http://biblioclub.ru/	
Э2	Электронно-библиотечная система издательства "Лань"		https://e.lanbook.com/	
Э3	Сайт библиотеки АлтГУ		www.ib.asu.ru	
Э4	Курс "Речевая культура специалиста в рекламе и связях с общественностью"		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=2553	
6.3. Перечень программного обеспечения				
Microsoft Windows Microsoft Office 7-Zip AcrobatReader				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com) Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/) Научная электронная библиотека elibrary (http://elibrary.ru)				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
320Л	медиаотека, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;
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	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)

Аудитория	Назначение	Оборудование
	консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	

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. 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»

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_РиСО-2020

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 15			
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 30.06.2020 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра философии и политологии

Протокол от 01.06.2023 г. № 9
Срок действия программы: 2023-2024 уч. г.

Заведующий кафедрой
Черданцева Инна Владимировна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра философии и политологии

Протокол от 01.06.2023 г. № 9
Заведующий кафедрой *Черданцева Инна Владимировна*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	<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.1**

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-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-1.4, УК-5.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	мировоззрения. Типы мировоззрения: мифологическое, религиозное, философское, научное.					
1.2.	Предмет философии. Место и роль философии в культуре. Структура философского знания. Функции философии. Структура философского знания. Границы научного и философского знания. Отношения философии и религии. Понятие культуры. Место и роль философии в культуре. Понятие мировоззрения. Структура мировоззрения. Типы мировоззрения: мифологическое, религиозное, философское, научное.	Сам. работа	4	4	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-1.4, УК-5.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
1.3.	Проблема генезиса древнеиндийской философской мысли. Природные условия Индии. Социально-экономический строй и культура рабовладельческого общества древней Индии. Этапы развития древнеиндийской философии. Ортодоксальные и неортодоксальные философские течения и школы. Специфические черты философии древней Индии. Проблема генезиса и развития китайской философской мысли. Вопрос о происхождении школ. Специфические черты древнекитайской философии. Географические и экономические условия древнего Китая. Особое отношение к сельскому хозяйству. Идеализация природы. Специфика семейной системы.	Лекции	4	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-1.4, УК-5.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	Место философии в древнекитайской цивилизации, ее отношение к искусству и поэзии. Проблемы китайской философии, специфика форм их выражения.					
1.4.	<p>Проблема генезиса древнеиндийской философской мысли. Природные условия Индии. Социально-экономический строй и культура рабовладельческого общества древней Индии. Этапы развития древнеиндийской философии. Ортодоксальные и неортодоксальные философские течения и школы. Специфические черты философии древней Индии.</p> <p>Проблема генезиса и развития китайской философской мысли. Вопрос о происхождении школ. Специфические черты древнекитайской философии. Географические и экономические условия древнего Китая. Особое отношение к сельскому хозяйству. Идеализация природы. Специфика семейной системы.</p> <p>Место философии в древнекитайской цивилизации, ее отношение к искусству и поэзии. Проблемы китайской философии, специфика форм их выражения.</p>	Сам. работа	4	6	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-1.4, УК-5.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
1.5.	<p>Место Конфуция в китайской философии. «Лунь юй» о личности Конфуция. Специфика этико-политического учения Конфуция. Учение о небе как высшем духовном существе и</p>	Лекции	4	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-1.4, УК-5.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	<p>нравственном начале, идея мировой закономерности. Значение и смысл этических категорий справедливости («и») и гуманности («жэнь»), принципы «чжун» и «шу». Нравственный идеал и образ жизни совершенномудрого. Учение о благородном муже. Категория «вэнь» (культура, цивилизация) в конфуцианстве. Этапы истории даосизма. Первый этап даосизма: учение Ян Чжу. Ранние даосы и отшельники. Фундаментальные идеи Ян Чжу, представленные в «Дао Дэ цзине» и «Чжуан-цзы». Второй этап даосизма: Лао-цзы. Философские смыслы Дао. Принцип разворачивания Дао в мир. Категории простоты и естественности, принцип пустоты. Проблема достижения совершенства. Концепция «у вэй» («недеяние») как основа политической доктрины. Третий этап даосизма: Чжуан-цзы. Путь к достижению относительного счастья. Ограниченный взгляд. Знание высшего уровня и проблема абсолютного счастья. Методология мистицизма.</p>					
1.6.	<p>Место Конфуция в китайской философии. «Лунь юй» о личности Конфуция. Специфика этико-политического учения Конфуция. Учение о небе как высшем духовном существе и нравственном начале, идея мировой закономерности. Значение и смысл этических категорий</p>	Сам. работа	4	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-1.4, УК-5.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	<p>справедливости («и») и гуманности («жэнь»), принципы «чжун» и «шу». Нравственный идеал и образ жизни совершенномудрого. Учение о благородном муже. Категория «вэнь» (культура, цивилизация) в конфуцианстве. Этапы истории даосизма. Первый этап даосизма: учение Ян Чжу. Ранние даосы и отшельники. Фундаментальные идеи Ян Чжу, представленные в «Дао Дэ цзине» и «Чжуан-цзы». Второй этап даосизма: Лао-цзы. Философские смыслы Дао. Принцип разворачивания Дао в мир. Категории простоты и естественности, принцип пустоты. Проблема достижения совершенства. Концепция «у вэй» («недеяние») как основа политической доктрины. Третий этап даосизма: Чжуан-цзы. Путь к достижению относительного счастья. Ограниченный взгляд. Знание высшего уровня и проблема абсолютного счастья. Методология мистицизма.</p>					
1.7.	<p>Специфика культурного развития Востока и Запада как фактор многообразия философских учений. Философия Древнего Востока. основополагающие принципы древнеиндийской философии. Основные школы и направления древнеиндийской философии. Философия Древнего Китая, ее основные черты и особенности. Основные школы древнекитайской философии.</p>	Практические	4	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-1.4, УК-5.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.8.	Специфика культурного развития Востока и Запада как фактор многообразия философских учений. Философия Древнего Востока. Основополагающие принципы древнеиндийской философии. Основные школы и направления древнеиндийской философии. Философия Древнего Китая, ее основные черты и особенности. Основные школы древнекитайской философии.	Сам. работа	4	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-1.4, УК-5.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
Раздел 2. Особенности классического западноевропейского типа мышления.						
2.1.	Понятие Нового времени и его временные рамки. Специфика социально-исторических условий эпохи и ее ценностно-мировоззренческих ориентаций. Специфика проблематики нововременной философии. Особое место философии Нового времени в истории философии. Главные направления нововременной философии.	Лекции	4	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-1.4, УК-5.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
2.2.	Понятие Нового времени и его временные рамки. Специфика социально-исторических условий эпохи и ее ценностно-мировоззренческих ориентаций. Специфика проблематики нововременной философии. Особое место философии Нового времени в истории философии. Главные направления нововременной философии.	Сам. работа	4	6	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-1.4, УК-5.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
2.3.	Исторические предпосылки возникновения новых методов познания.	Лекции	4	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3,	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	Ф.Бэкон о переходе от умозрения к опытному знанию. Идолы разума – причины заблуждений в процессе познания. Индукция как путь познания истины. Рационализм Р.Декарта. Правила постижения истины сомневающимся умом. Методологическое сомнение Декарта. Отношение индукции и дедукции. Интуиция и ее роль в процессе познания.				УК-1.4, УК-5.4	
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-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-1.4, УК-5.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
2.5.	Философские взгляды Ф. Бэкона в работе «Новый Органон» Учение об идолах: обоснование основных предрассудков, затемняющих свет истины. Характеристика индуктивного метода познания.	Практические	4	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-1.4, УК-5.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
2.6.	Философские взгляды Ф. Бэкона в работе «Новый Органон» Учение об идолах: обоснование основных предрассудков, затемняющих свет истины. Характеристика индуктивного метода познания.	Сам. работа	4	6	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-1.4, УК-5.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.7.	<p>Общая характеристика философии Просвещения. Социально-политические и идейные предпосылки Просвещения. Деизм, механицизм и антиисторизм французских философов XVIII в. Возможность познания мира и природы. Сенсуализм и рационализм деятелей Просвещения. Общество и закономерности природы. Решающая роль знаний и наук (прежде всего естественных) для исправления социальных отношений и нравов. Вера в разум и прогресс. Критика церкви, религии и феодального строя. Детерминированность человеческого сознания и воли объективным миром. Концепция неизменности «человеческой природы». Критическая направленность философии Ф.М.Вольтера. Вольтер (Франсуа Мари Аруэ). Жизненный путь. Борьба против клерикализма и приверженность ньютоновской механике, локковскому сенсуализму и деизму. Переход к пантеистическим воззрениям. Обоснование существования бога как гаранта социального порядка. Сенсуализм. Механистически-материалистический подход к психофизической проблеме и допущение свободы воли человека.</p>	Лекции	4	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-1.4, УК-5.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
2.8.	<p>Общая характеристика философии Просвещения. Социально-</p>	Сам. работа	4	8	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3,	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	<p>политические и идейные предпосылки Просвещения. Деизм, механицизм и антиисторизм французских философов XVIII в. Возможность познания мира и природы. Сенсуализм и рационализм деятелей Просвещения. Общество и закономерности природы. Решающая роль знаний и наук (прежде всего естественных) для исправления социальных отношений и нравов. Вера в разум и прогресс. Критика церкви, религии и феодального строя. Детерминированность человеческого сознания и воли объективным миром. Концепция неизменности «человеческой природы». Критическая направленность философии Ф.М.Вольтера. Вольтер (Франсуа Мари Аруэ). Жизненный путь. Борьба против клерикализма и приверженность ньютоновской механике, локковскому сенсуализму и деизму. Переход к пантеистическим воззрениям. Обоснование существования бога как гаранта социального порядка. Сенсуализм. Механистически-материалистический подход к психофизической проблеме и допущение свободы воли человека.</p>				УК-1.4, УК-5.4	
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-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3,	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	<p>воля и представление. Априорные формы представления: пространство, время, каузальность, деление мира на субъект и объект познания. Воля как иррациональная основа мира. Основные характеристики воли. Ступени объективации воли. «Война всех против всех». Проблема освобождения человека от воли к жизни и поиск путей освобождения. Созерцание «идей» как объектов искусства, этика сострадания, аскетический образ жизни. Философия Фр. Ницше. Периоды творчества Фр. Ницше, основные произведения. Учение о «дионисийском» и «аполлоническом» началах мира и культуры. Проблема интерпретации факта. «Становление», «жизнь» как основные онтологические категории, «воля к власти», идея «вечного возвращения». «Смерть Бога» и критика морали, программа переоценки религиозных и моральных ценностей. Ницше и нигилизм. «Последний человек» и идеал «сверхчеловека».</p>				УК-1.4, УК-5.4	
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-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-1.4, УК-5.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	воли. «Война всех против всех». Проблема освобождения человека от воли к жизни и поиск путей освобождения. Созерцание «идей» как объектов искусства, этика сострадания, аскетический образ жизни. Философия Фр. Ницше. Периоды творчества Фр. Ницше, основные произведения. Учение о «дионисийском» и «аполлоническом» началах мира и культуры. Проблема интерпретации факта. «Становление», «жизнь» как основные онтологические категории, «воля к власти», идея «вечного возвращения». «Смерть Бога» и критика морали, программа переоценки религиозных и моральных ценностей. Ницше и нигилизм. «Последний человек» и идеал «сверхчеловека».					
3.3.	Философия Ф. Ницше (работа «Антихристианин») Жизнь и творчество Ф. Ницше. Критика Ницше христианской морали. Обоснование жизни как проявления воли к власти	Практические	4	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-1.4, УК-5.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
3.4.	Философия Ф. Ницше (работа «Антихристианин») Жизнь и творчество Ф. Ницше. Критика Ницше христианской морали. Обоснование жизни как проявления воли к власти	Сам. работа	4	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-1.4, УК-5.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
3.5.	Феноменология М. Хайдеггера. Критика классической метафизики и принципы экзистенциально-феноменологического анализа. Переход от	Лекции	4	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-1.4, УК-5.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	представления к пред- стоянию вещи. Категориальная «четверица» и пластика языка у М. Хайдеггера. Язык как «дом бытия» Проблема ничто и «говорящего молчания». Со-временное и со- пространственное измерение человеческого бытия. Проблематика «Бытия и времени». Идея «усредненной понятливости» категории бытия и проблема «герменевтического круга». «Es-sentia» и «Existentia» «Dasein» и «Das Man».					
3.6.	Феноменология М. Хайдеггера. Критика классической метафизики и принципы экзистенциально- феноменологического анализа. Переход от представления к пред- стоянию вещи. Категориальная «четверица» и пластика языка у М. Хайдеггера. Язык как «дом бытия» Проблема ничто и «говорящего молчания». Со-временное и со- пространственное измерение человеческого бытия. Проблематика «Бытия и времени». Идея «усредненной понятливости» категории бытия и проблема «герменевтического круга». «Es-sentia» и «Existentia» «Dasein» и «Das Man».	Сам. работа	4	4	УК-1.1, УК- 1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК- 5.2, УК-5.3, УК-1.4, УК- 5.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
3.7.	Социокультурные предпосылки и философские основания неклассической философии, а также ее основные особенности. Научная революция	Лекции	4	2	УК-1.1, УК- 1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК- 5.2, УК-5.3, УК-1.4, УК- 5.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	начала XX века и философия науки. З.Фрейд и возникновение психоанализа. Позитивизм и его исторические формы					
3.8.	Социокультурные предпосылки и философские основания неклассической философии, а также ее основные особенности. Научная революция начала XX века и философия науки. З.Фрейд и возникновение психоанализа. Позитивизм и его исторические формы	Сам. работа	4	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-1.4, УК-5.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
3.9.	Философия Х. Ортега-и-Гассета (работа «Восстание масс»). Главные характеристики массы. Социальные предпосылки формирования массы. Роль либерализма в формировании массы. Насилие как средство самопрезентации масс. Тоталитарное сознание и тоталитарный режим – причина и следствие.	Практические	4	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-1.4, УК-5.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
3.10.	Философия Х. Ортега-и-Гассета (работа «Восстание масс»). Главные характеристики массы. Социальные предпосылки формирования массы. Роль либерализма в формировании массы. Насилие как средство самопрезентации масс. Тоталитарное сознание и тоталитарный режим – причина и следствие.	Сам. работа	4	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-1.4, УК-5.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
3.11.	Человек абсурдный в работе А. Камю «Бунтующий человек». Основные определения абсурда. Формы проявления чувства абсурда. Основные	Практические	4	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-1.4, УК-5.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	исходы (следствия) абсурда.					
3.12.	Человек абсурдный в работе А. Камю «Бунтующий человек». Основные определения абсурда. Формы проявления чувства абсурда. Основные исходы (следствия) абсурда.	Сам. работа	4	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-1.4, УК-5.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
3.13.	Проект постчеловеческого будущего Ф. Фукуямы. Проблемы в развитии биотехнологий революции. Взаимосвязь между религиозными убеждениями и развитием биотехнологий. Ключевые изменения природы человека.	Практические	4	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-1.4, УК-5.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
3.14.	Проект постчеловеческого будущего Ф. Фукуямы. Проблемы в развитии биотехнологий революции. Взаимосвязь между религиозными убеждениями и развитием биотехнологий. Ключевые изменения природы человека.	Сам. работа	4	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-1.4, УК-5.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
Раздел 4. Учение о бытии и познании						
4.1.	Бытие и небытие. Проблема ничто в истории философии. Концепция бытия и небытия у Парменида. Небытие как проблема схоластики. Небытие и простое отрицание. Решение проблемы небытия в формальной логике. Диалектическая версия проблемы ничто. Феноменологическая версия проблемы небытия. Экзистенциальная версия проблемы небытия. Понятие субстанции. Типы субстанциальной	Лекции	4	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-1.4, УК-5.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	<p>онтологии. Субстанция как единая первооснова качественного многообразия мира. Понятие субстанциальной основы бытия в истории философии. Категории субстанциальной онтологии.</p>					
4.2.	<p>Бытие и небытие. Проблема ничто в истории философии. Концепция бытия и небытия у Парменида. Небытие как проблема схоластики. Небытие и простое отрицание. Решение проблемы небытия в формальной логике. Диалектическая версия проблемы ничто. Феноменологическая версия проблемы небытия. Экзистенциальная версия проблемы небытия. Понятие субстанции. Типы субстанциальной онтологии. Субстанция как единая первооснова качественного многообразия мира. Понятие субстанциальной основы бытия в истории философии. Категории субстанциальной онтологии.</p>	Сам. работа	4	4	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-1.4, УК-5.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
4.3.	<p>Постановка проблемы человека в экзистенциализме Ж.-П. Сартра (работа «Экзистенциализм – это гуманизм»). Принципиальное различие в оценке сущности и существования в экзистенциализме и предшествующих ему философских школах и направлениях. Свобода, забота, тревога, выбор, ответственность в экзистенциализме.</p>	Практические	4	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-1.4, УК-5.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
4.4.	<p>Постановка проблемы человека в экзистенциализме Ж.-П. Сартра (работа «Экзистенциализм – это гуманизм»).</p> <p>Принципиальное различие в оценке сущности и существования в экзистенциализме и предшествующих ему философских школах и направлениях. Свобода, забота, тревога, выбор, ответственность в экзистенциализме.</p>	Сам. работа	4	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-1.4, УК-5.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4
4.5.	<p>Учение об истине. Онтологическое и гносеологическое измерения истины. Истина как истинное бытие. Истина как отношение к бытию. Истина как экзистенциальное переживание бытия. Социально-этическое измерение истины: правда и кривда. Классические концепции истины (корреспондентская, семантическая, конвенциональная, априористская), ее парадоксы и критика. Неклассические концепции истины (когерентная, прагматистская, диалектико-материалистическая, волюнтаристская, экономическая). Проблема критериев истины: «внутреннее совершенство и внешнее оправдание» (логические, эмпирические, практические, теоретические и др. аспекты). Парадокс Нельсона. Истина как оценка знания; истина как состояние, как акт и как процесс. Соотношение истины и</p>	Лекции	4	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-1.4, УК-5.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	мнения, истины и веры, истины и заблуждения, истины и познавательной ошибки. Истина и истинность. Истина как ценность.					
4.б.	Учение об истине. Онтологическое и гносеологическое измерения истины. Истина как истинное бытие. Истина как отношение к бытию. Истина как экзистенциальное переживание бытия. Социально-этическое измерение истины: правда и кривда. Классические концепции истины (корреспондентская, семантическая, конвенциональная, априористская), ее парадоксы и критика. Неклассические концепции истины (когерентная, прагматистская, диалектико-материалистическая, волюнтаристская, экономическая). Проблема критериев истины: «внутреннее совершенство и внешнее оправдание» (логические, эмпирические, практические, теоретические и др. аспекты). Парадокс Нельсона. Истина как оценка знания; истина как состояние, как акт и как процесс. Соотношение истины и мнения, истины и веры, истины и заблуждения, истины и познавательной ошибки. Истина и истинность. Истина как ценность.	Сам. работа	4	4	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, УК-1.4, УК-5.4	Л2.3, Л2.4, Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.3, Л1.4

5. Фонд оценочных средств

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

Оценочные материалы для текущего контроля размещены в онлайн-курсе Курс: Философия (универсальное ядро) (asu.ru) на образовательном портале

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

Тестовые задания (выбор одного ответа)

1. Ключевой категорией в философии А. Шопенгауэра является

1. воля
2. либидо
3. парадигма
4. экзистенция
5. вещь-в-себе

2. Философия А. Бергсона относится к направлению

1. философия жизни
2. философия Просвещения
3. неопозитивизм
4. аналитическая философия
5. структурализм

3. Кто из родоначальников философии первым назвал себя «философом», т.е. любящим мудрость, испытывающим к ней влечение?

1. Фалес;
2. Будда;
3. Гераклит;
4. Пифагор;

4. Какие из перечисленных школ, сформировавшихся в течение эпического периода древнеиндийской философии, отрицали авторитет вед?

1. веданта;
2. буддизм;
3. йога;
4. ньяя

5. Кто считается основателем джайнизма?

1. Конфуций;
2. Будда;
3. Махавира Вардхамана;
4. Кришна;

6. Определите содержание важнейшего философского понятия древнекитайской философии – сяо:

1. сыновняя почтительность и почитание старшего брата;
2. гуманность, милосердие, человечность;
3. совершенный, благородный человек;
4. ритуал, церемония, этикет;

7. Представителем экзистенциальной философии является:

1. Ж.-П. Сартр
2. О. Конт
3. З. Фрейд
4. Г. Риккерт

8. Важнейшей категорией в философии Ф. Ницше является:

1. воля к власти
2. экзистенция
3. парадигма
4. деконструкция
5. понимание

9. Важнейшей работой М. Хайдеггера является

1. «Бытие и время»
2. «Бытие и ничто»
3. «Истина и метод»
4. «Логико-философский трактат»

10. Мыслитель, полагавший, что человек движим, прежде всего, сексуальными инстинктами:

1. Г.В.Ф. Гегель;
2. Ф. Ницше;
3. З. Фрейд;
4. Ж.-П. Сартр.

11. Понятие общественно-экономической формации принадлежит:
1. позитивизму;
 2. марксизму;
 3. фрейдизму;
 4. экзистенциализм
12. Философ – представитель направления «философия жизни»:
1. А. Бергсон;
 2. И. Кант;
 3. Г.В.Ф. Гегель;
 4. Р. Декарт.
13. Впервые понятие «бытие» в философии использовал:
1. 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. Основанная 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.Кafka;
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 «четверница» и пластика языка у М. Хайдеггера. Язык как «дом бытия» Проблема ничто и «говорящего молчания».
20. Идея «усредненной понятливости» категории бытия в философии М. Хайдеггера и проблема «герменевтического круга». «Essentia» и «Existentia» «Dasein» и «Das Man».
21. Социокультурные предпосылки и философские основания неклассической философии, а также ее основные особенности.
22. Научная революция начала XX века и философия науки.
23. З.Фрейд и возникновение психоанализа.
24. Позитивизм и его исторические формы.
25. Бытие, сущее и существующее: критический анализ.
26. Субстанция как единая первооснова качественного многообразия мира. Понятие субстанциальной основы бытия в истории философии.
27. Человеческая жизнь как экзистенция. Феноменологические концепции бытия.
28. Знание и познание. Понятия субъекта и объекта познания.
29. Понятие истины. Абсолютная истина. Относительность истины. Абстрактная и конкретная истины.
30. Критерии истинности знаний.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Гуревич П.С.	Философия: учебник для академического бакалавриата	Издательство Юрайт,, 2021	https://urait.ru/book/filosophiya-475529
Л1.2	Родзинский Д. Л.	Философия: учебное пособие для академического бакалавриата	М. : Издательство Юрайт, 2021	https://urait.ru/book/filosophiya-472382
Л1.3	Ивин А. А., Никитина И. П.	ФИЛОСОФИЯ. Учебник для академического бакалавриата: Гриф УМО ВО	М.:Издательство Юрайт, 2019	https://biblio-online.ru/book/54A6E2E0-CE4B-4DB5-9B81-03BBA71B54B3

Л1.4	Светлов, В. А.	Философия : учебное пособие для вузов	Издательство Юрайт, 2020	https://biblio-online.ru/bcode/453120
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Гриненко, Г. В.	История философии в 2 ч. Часть 1. От древнего мира до эпохи просвещения : учебник для академического бакалавриата	М. : Издательство Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/6ABD6C1A-A2C5-4F9B-B75D-802C7016B0E5
Л2.2	Гриненко, Г. В.	История философии в 2 ч. Часть 2. : учебник для академического бакалавриата	М. : Издательство Юрайт, , 2018	https://urait.ru/bcode/470524
Л2.3	Бессонов Б.Н.	История философии: Учебное пособие	М : Издательство Юрайт, 2018	http://www.biblio-online.ru/book/DD2FBCA9-239B-42C9-AC53-9C9CEAD9941C?
Л2.4	Лебедев С.А.	Философия науки : Учебное пособие	М.:ЮРАЙТ, 2018	www.biblio-online.ru/book/96CAA82F-C430-46E9-B517-257F5DA6567A.
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название	Эл. адрес		
Э1	Сайт «Философия без границ»	http://platonanet.org.ua/		
Э2	Журнал «Вопросы философии»	http://vphil.ru/		
Э3	Библиотека по философии	http://lib.ru/FILOSOF/		
Э4	Сайт «Философы древности»	http://www.philosoma.ru/		
Э5	Институт философии РАН: философия в России	www.philosophy.ru		
Э6	Научная электронная библиотека ФГБОУ ВПО «АлтГУ»	http://www.lib.asu.ru		
Э7	ЭБС АлтГУ	http://elibrary.asu.ru/		
Э8	ЭБС «Лань»	http://www.e.lanbook.com		
Э9	Университетская библиотека ONLINE	http://www.biblioclub.ru		
Э10	ЭБС издательства «Юрайт»	https://www.biblio-online.ru/		
Э11	Научная электронная библиотека	http://www.elibrary.ru		
Э12	Курс на ЕОП	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=4023		
6.3. Перечень программного обеспечения				
MS Office 10: Word, Excel, PowerPoint Microsoft Windows				

7-Zip
AcrobatReader

6.4. Перечень информационных справочных систем

Сайт «Философия без границ». Режим доступа: <http://platonanet.org.ua/>
Журнал «Вопросы философии». Режим доступа: <http://vphil.ru/>
Библиотека по философии. Режим доступа: <http://lib.ru/FILOSOF/>
Сайт «Философы древности». Режим доступа: <http://www.philosoma.ru/>
Институт философии РАН: философия в России (www.philosophy.ru)
LIBRARY.RU Информационно-справочный портал при поддержке Министерства культуры РФ (<http://www.library.ru/>)
<http://www.lib.asu.ru> – Научная электронная библиотека ФГБОУ ВПО «АлтГУ»;
<http://elibrary.asu.ru/> - ЭБС АлтГУ;
<http://www.e.lanbook.com> – ЭБС «Лань»;
<http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека ONLINE;
<https://www.biblio-online.ru/> - ЭБС издательства «Юрайт»;
<http://www.elibrary.ru> – Научная электронная библиотека.
Электронная библиотека по философии: <http://rilosof.historic.ru>;
Интернет-библиотека Института философии РАН <http://www.philosophy.ru/library/library.html>
Электронная база данных «Scopus» (<http://www.scopus.com>)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
Помещение для самостоятельной работы	помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов.

В процессе освоения данного курса студенты должны усвоить его категориальный аппарат. Для наиболее эффективного усвоения материала в процессе изучения курса особое место уделяется развитию творческих способностей студентов. Учебный процесс ориентируется на саморазвивающуюся личность, которая стремится к самопознанию и принятию самостоятельных решений.

Самостоятельная работа студентов проводится с целью:

1. закрепления знаний обучающегося по изучаемой дисциплине;
2. углубления и расширения общекультурного уровня студента;
3. формирования умений подбирать и использовать научную, справочную и др. литературу;
4. развития познавательных способностей студента, а также его творческого потенциала;
5. формирования навыков научно-исследовательской работы.

Для достижения указанных целей студент должен решать следующие задачи:

1. изучить рекомендованную литературу, уделяя особое внимание первоисточникам;
2. выполнять предлагаемые задания;
3. выполнять требования, предъявляемые преподавателем при подготовке к практическим занятиям.

Методическое описание порядка проведения (процедуры) оценивания усвоенных компетенций в процессе практических занятий.

Практическое занятие проводится по оригинальному философскому источнику. Студенту для прочтения и анализа предлагается не более 30 страниц текста, а также учебная литература для оптимального его усвоения. Предлагаемые в плане практического занятия контрольные вопросы детализируют основные вопросы практического занятия и помогают студенту подготовить ответы на них. Основные вопросы практического занятия формулируются по оригинальному источнику и предполагают его анализ и аргументированную критику, а не комментирование или пассивное воспроизведение. Практическое занятие проходит в форме диалога и полилога. После ответа предлагаются дополнения, задаются вопросы на углубление материала, обсуждаются спорные моменты, расставляются необходимые акценты. Для формирования и закрепления умений и навыков студентам предлагается решение практических заданий по теме занятия. За практическое занятие студент по 4-балльной шкале может получить оценку «удовлетворительно», «хорошо» или «отлично» либо при условии отличного ответа на основной вопрос и решении практического задания, либо в случае непрерывного участия в работе практического занятия. По итогам практических занятий, при условии постоянной работы на них, студент может по 4-балльной шкале получить оценку «удовлетворительно», «хорошо» или «отлично» (медианная оценка), которая учитывается при проведении зачета.

Методическое описание порядка проведения (процедуры) оценивания усвоенных компетенций на зачете.

Студент может сдать зачет либо по итогам практических занятий, либо по вопросам к зачету в исключительно дистанционной форме.

По итогам практических занятий, студент может по 4-балльной шкале оценку «удовлетворительно», «хорошо» или «отлично», что соответствует оценке «зачтено».

По вопросам к зачету в исключительно дистанционной форме. В вопросы к зачету включены теоретические и практические вопросы по тематике курса. Данные вопросы определяют для студентов те основные дидактические единицы курса, которые будут вынесены на зачет и в рамках которых будут предложены теоретические и практические задания, соответствующие тематике и структуре курса, направленные на реализацию содержания формируемых компетенций.

Зачет в дистанционной форме проводится в электронном курсе «Философия (универсальное ядро)», размещенном на Едином образовательном портале АлтГУ <https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=4023>.

Контрольно-измерительный материал зачета включает 2 типа заданий: тестирование и индивидуальное практическое задание в виде эссе, требующее развернутого и аргументированного ответа с опорой на изученные в течение семестра философские концепции и источники.

Тест включает 20 конкретных теоретических и практических заданий по всем разделам курса, соответствующих списку общих вопросов к зачету. На ответ на вопросы теста студенту отводится 30 минут. По итогам тестирования студент может получить от 50 до 100 баллов, что соответствует оценке «зачтено», либо от 0 до 49 баллов, что соответствует оценке «не зачтено».

На выполнение индивидуального практического задания в форме эссе студенту отводится 30 минут. По итогам выполнения этого задания студент может получить от 50 до 100 баллов, что соответствует оценке «зачтено», либо от 0 до 49 баллов, что соответствует оценке «не зачтено».

Общий порядок проведения процедур оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций определены в «Положении о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования в ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный университет» от 29.09.2017, №1181/п.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Экономика рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра экономики и эконометрики
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_РиСО-2020

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 15			
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):
кандидат экономических наук, доцент, Кузнецова О.В.

Рецензент(ы):
кандидат экономических наук, Доцент, Деркач Н.О.

Рабочая программа дисциплины
Экономика

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 30.06.2020 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра экономики и эконометрики

Протокол от 02.07.2022 г. № 9
Срок действия программы: 2022-2023 уч. г.

Заведующий кафедрой
д-р. экон. наук, профессор Е.Е.Шваков

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 02.07.2022 г. № 9
Заведующий кафедрой *д-р. экон. наук, профессор Е.Е.Шваков*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	<ol style="list-style-type: none">1. Овладение студентами базовым понятийным аппаратом экономики как сферы деятельности;2. Формирование основ экономического мышления, адекватного требованиям современного развития;3. Выработку навыков общего анализа основных экономических процессов на микро и макроуровнях, а также на уровне международной экономики;4. Формирование представлений студентов об основах, целях, роли предпринимательской деятельности в современной экономике, ее экономической, социальной, технологической составляющих;5. Уяснение роли государства в развитии экономики национальной, в частности, в направлении стимулирования, обеспечения стабильных условий предпринимательской деятельности
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.О.1**

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
-------	---

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	основные категории и законы развития экономической системы, основные экономические понятия, раскрывающие содержание экономической деятельности и их взаимосвязь; цели, законы, показатели экономической деятельности на микро- макро- и мировом уровне; основные субъекты системы экономических отношений и их экономические интересы; и ее роль в развитии экономики; актуальные проблемы и тенденции развития современной рыночной экономики; роль государства в экономике на разных уровнях экономической системы; сущность, виды, содержание предпринимательской деятельности (включая аспекты социального предпринимательства); принципы маркетинга; основы менеджмента; этапы создания и обоснования бизнес-проектов.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	использовать знания экономики при оценке экономических процессов и явлений, применять теоретические знания для анализа хозяйственных проблем микро и макроуровней; выделять актуальные проблемы современной экономики, оценивать состояние и тенденции развития национальной и мировой экономики; видеть связи экономики, политики, социальной и духовной сфер в жизни общества; рассчитывать и сопоставлять важнейшие экономические показатели деятельности на микро и макроуровнях, на уровне мировой экономики; уметь использовать экономические знания для участия в разработке проектов в сфере предпринимательской деятельности (социального предпринимательства), осуществлении необходимых расчетов по их обоснованию.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	Навыками применения экономических знаний в своей жизнедеятельности, использования основных экономических категорий в оценке состояния и тенденций развития экономики на разных ее уровнях; оценки содержания и целей и проблем экономической политики государства; самостоятельного анализа актуальных проблем современной рыночной экономики на всех ее уровнях: микро, макро и международном; выделения социальных

	аспектов экономического развития на уровне предприятия и национальной системы; расчета и анализа основных экономических показателей на уровне предприятия и национальной экономики; понимания процессов хозяйственной практики предприятий, формировании бизнес-идеи и элементов бизнес-проектов в области социального предпринимательства.
--	---

4. Структура и содержание дисциплины


Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Введение в экономику						
1.1.	Экономика как система и как наука. Потребности и ресурсы, их виды. Проблема выбора в экономике. Цели экономического развития. Типы хозяйственных систем, их характеристика. Собственность и ее виды.	Лекции	4	4	ОПК-5	Л2.3, Л1.1, Л2.2, Л1.2
1.2.	Рыночная экономика как система, ее субъекты и их интересы. Виды рынков, их взаимосвязь. Деньги, их сущность и функции. Конкуренция, ее сущность, виды и ее роль в экономике. Дефекты рыночной системы. Монополия и ее последствия. Государство в экономике - причины вмешательства. Хозяйственные системы стран их специфика.	Практические	4	4	ОПК-5	Л2.3, Л1.2
1.3.	Структура экономики как системы. Этапы развития экономических систем. Цели экономического развития. Связи экономики, политики, социальной и духовной сфер. Эволюция рыночной экономики. Типы хозяйственных систем, критерии их классификации. Общая характеристика экономик отдельных стран (по выбору студента)	Сам. работа	4	10	ОПК-5	Л2.3, Л1.1, Л1.2
Раздел 2. Основы экономического поведения участников хозяйственной деятельности						
2.1.	Рынок благ, его участники и основные характеристики. Цена товара. Спрос и предложение как факторы ценообразования. Государство на рынке благ. Основы потребительского поведения домашних хозяйств. Фирма как субъект экономики, ее цели. Виды фирм. Выручка и	Лекции	4	4	ОПК-5	Л2.3, Л1.1, Л2.2, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	прибыль. Принцип максимизации прибыли. Типы рыночных структур. Монополия, ее виды и антимонопольное регулирование. Рынок труда. Заработная плата и ее виды и факторы изменения. Рынок капитала. Процентная ставка, ее виды и факторы изменения. Рынок земли. Рента, ее виды. Доходы домашних хозяйств и их распределение. Дифференциация доходов, ее показатели и факторы.					
2.2.	Рынок. Спрос и предложение. Факторы изменения спроса и предложения, их влияние на цены товаров. Эластичность спроса. Фирма. Издержки и их виды. Выручка и прибыль. Источники прибыли. Рынок труда. Заработная плата. Рынок капитала. Ссудный процент. Процентная ставка и инвестиции. Рынок земли. Рента. Распределение доходов. Неравенство. Внешние эффекты и общественные блага.	Практические	4	4	ОПК-5	Л2.2, Л1.2
2.3.	Рынок. Спрос и предложение. Факторы спроса и предложения. Эластичность спроса и ее влияние на выручку продавцов. Выручка, издержки и прибыль фирм. Рынок труда. его виды. Заработная плата. Факторы изменения заработной платы. Рынок капитала. Процентная ставка и инвестиции. Рынок земли. Рента. Общее благосостояние. Распределение доходов. Неравенство. Бедность и способы борьбы с ней. Внешние эффекты и общественные блага.	Сам. работа	4	16	ОПК-5	Л2.3, Л1.1, Л2.2, Л1.2
Раздел 3. Основы функционирования национальной экономики						
3.1.	Национальная экономика как целое. Кругооборот доходов и продуктов. Основные макроэкономические показатели. Индексы цен. Номинальные и реальные величины. Основные	Лекции	4	8	ОПК-5	Л2.3, Л1.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	макроэкономические проблемы. Безработица ее виды и последствия. Инфляция и ее виды и последствия. Экономические циклы, их виды и фазы. Платежные баланс, его состояние. Равновесие в макроэкономике - общий подход. Инвестиции, их виды. Стабилизационная политика государства. Цели, инструменты, модели и проблемы государственного регулирования. Основы денежно-кредитной и финансовой политики.					
3.2.	Основные макроэкономические проблемы, пути их решения. Проблемы экономики РФ. Деньги и денежное обращение. Банковская система. Денежно-кредитная политика. Экономический рост и развитие. Государственный бюджет. Доходы и расходы бюджета. Финансовая политика. Международные экономические отношения. Внешняя торговля и торговая политика. Миграция капитала и рабочей силы. Платежный баланс. Валютный курс, факторы его изменения.	Практические	4	4	ОПК-5	Л2.3, Л1.1, Л1.2
3.3.	Стабилизационная политика государства. Потребление и сбережения. Инвестиции. Государственные расходы и налоги. Эффект мультипликатора. Бюджетно-налоговая политика. Деньги и их функции. Банковская система. Денежно-кредитная политика. Экономический рост и развитие. Международные экономические отношения. Внешняя торговля и торговая политика. Платежный баланс. Валютный курс, факторы его изменения.	Сам. работа	4	16	ОПК-5	Л2.3, Л1.1, Л2.2, Л1.2
Раздел 4. Основы предпринимательской деятельности.						
4.1.	Понятие предпринимательской	Лекции	4	4	ОПК-5	

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	<p>деятельности, ее специфика. Направления и сферы предпринимательской деятельности. Виды бизнеса. Социальное предпринимательство. Функции предпринимательской деятельности в экономике. Организационные формы бизнеса. Цели предпринимательской деятельности. Эффективность предпринимательской деятельности, ее показатели и пути повышения. Государственное регулирование и поддержка предпринимательства, ее цели и инструменты (федеральные и региональные аспекты). Маркетинг в деятельности предприятий. Роль менеджмента в развитии фирмы.</p>					
4.2.	<p>Бизнес-проект, его содержание и этапы разработки. Участники и ресурсы бизнес-проекта. Планирование предпринимательской деятельности. Механизмы государственной поддержки предпринимательства. Бизнес-идея в сфере социального предпринимательства, ее обоснование и разработка. Поддержка социального предпринимательства, ее инструменты на федеральном и региональном уровне.</p>	Практические	4	4	ОПК-5	Л2.1
4.3.	<p>Предпринимательская деятельность, ее экономические и социальные аспекты. Поиск бизнес-идеи в сфере социального предпринимательства на основе маркетинговых оценок. Предварительное экономическое обоснование бизнес-проекта. Выбор и расчет основных показателей бизнес-проекта.</p>	Сам. работа	4	30	ОПК-5	

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
см.приложение
5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)
см. приложение
5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
см. приложение
Приложения
Приложение 1.  ФОС. новый.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	Николаева И.П.	Экономическая теория: учебник для бакалавров	М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2019	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573438
Л1.2	В. Я. Иохин	Экономическая теория : учебник для академического бакалавриата	М. : Издательство Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/59277FF2-897D-4404-931B-B25A74A6D92F
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	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
Л2.2	Рыбина З.В.	Экономика: учебное пособие	М.: Берлин: Директ-Медиа, 2017	http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=450634&sr=1
Л2.3	Гребенников П. И.	Экономика : учебник	М.: Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/D55C6954-C1D5-4B31-9C5F-F595181A9B94
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название	Эл. адрес		
Э1	Федеральная служба государственной статистики РФ	www.gks.ru		
Э2	Официальный сайт Алтайского края	www.altairegion22.ru		
Э3	Международный валютный фонд-	http://www.imf.org		

Э4	Организация экономического сотрудничества и развития-	http://www.oecd.org
Э5	Мировой банк –	http://www.world-bank.org
Э6	Экономика	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=9023
6.3. Перечень программного обеспечения		
Microsoft Windows Microsoft Office 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
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

<p>Методические рекомендации для освоения дисциплины и самостоятельной работы студентов</p> <p>Работа студентов над курсом предполагает как аудиторную, так и внеаудиторную формы. Аудиторная работа студентов складывается из работы на лекционных и семинарских занятиях.</p> <p>На лекциях необходимо внимательно прослушивать лекционный материал, вести записи основных положений лекции - в письменном (бумажном) или электронном виде. В конце лекции можно задать вопросы по прочитанному преподавателем материалу для более полного усвоения спорных и сложных вопросов. Целесообразно ПЕРЕД лекциями прочитать соответствующие теме лекции главы из учебников, чтобы иметь возможность более полно и глубоко воспринимать материалы лекций.</p>

На семинарских (практических) занятиях рекомендуется проявлять позитивную активность, принимать участие в дискуссиях, задавать вопросы, высказывать свое мнение при обсуждении тех или иных вопросов тем, конкретных ситуаций, выступать с докладами, участвовать в решении задач, в обсуждении бизнес идей в рамках разрабатываемых проектов, отвечать на поставленные преподавателем вопросы. При этом необходимо вести записи, расширяющие знания студентов по соответствующим темам, накапливая материал для успешной сдачи зачета. Для лучшей организации работы целесообразно иметь две тетради (или их электронный аналог - для лекций и для практических занятий). Необходимо сохранять эти тетради не только до момента сдачи зачета, но и до окончания ВУЗа.

К аудиторным занятиям необходимо готовиться. Для этого существует самостоятельная внеаудиторная работа. Она включает в себя работу в библиотеках, дома с учебниками и пособиями, обращение к электронным ресурсам сети интернета. Результаты самостоятельной работы могут приобретать форму личных записей (в тетради) или существовать в виде электронных заметок, фиксирующих основные наработки студента. В электронном виде следует по возможности сохранять написанные доклады, рефераты, отдельные текстовые фрагменты, таблицы, графики, рисунки, результаты решения задач и проч., помогающих уяснить соответствующие темы семинаров. Существенную роль в изучении курса играет постоянное еженедельное отслеживание текущих экономических новостей, позволяющих расширить экономический кругозор студентов, заинтересовать их изучением экономических процессов и дающих возможность постоянно актуализировать содержание семинарских занятий и обеспечивающих непосредственную связь теории и практики. Следует также отметить, что часть самостоятельной работы направлена на изучение вопросов к зачету, которые не были раскрыты ни в лекционном, ни в практическом курсе вследствие недостатка времени для аудиторной работы. Значительная часть проектной деятельности в области социального предпринимательства также осуществляется самостоятельно.

В результате изучения дисциплины бакалавр должен:

- усвоить содержание основной учебной литературы и лекций по курсу;
- познакомиться и научиться анализировать научные статьи и другие источники при работе по темам рефератов и докладов;
- научиться самостоятельно использовать теоретические модели для оценки тех или иных ситуаций в экономике;
- приобрести навыки решения различных задач, иллюстрирующих важнейшие положения экономической науки, и навыки разработки бизнес-идей и их обоснования;
- быть готовым к участию в обсуждении проблем экономики на семинарских занятиях, используя ;
- выработать навыки ведения научно-исследовательской работы при подготовке докладов, рефератов;
- приобрести навыки публичных выступлений, создания презентаций, умения вести дискуссию, отстаивать свою точку зрения, приводя необходимые аргументы.

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	14 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_РиСО-2020

Часов по учебному плану	504	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	4, 6
аудиторные занятия	186	зачеты:	2
самостоятельная работа	264		
контроль	54		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		1 (2)		2 (3)		2 (4)		3 (5)		3 (6)		Итого	
	Неделя		14,5		18		15		17		16			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Практические	36	36	36	36	36	36	26	26	26	26	26	26	186	186
Сам. работа	36	36	36	36	36	36	55	55	82	82	19	19	264	264
Часы на контроль	0	0	0	0	0	0	27	27	0	0	27	27	54	54
Итого	72	72	72	72	72	72	108	108	108	108	72	72	504	504

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 30.06.2020 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра лингвистики, перевода и иностранных языков

Протокол от 12.05.2023 г. № 8

Срок действия программы: 2023-2024 уч. г.

Заведующий кафедрой

к.филол.н., доцент Саланина Ольга Сергеевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра лингвистики, перевода и иностранных языков

Протокол от 12.05.2023 г. № 8

Заведующий кафедрой *к.филол.н., доцент Саланина Ольга Сергеевна*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Языковой материал иностранного и родного языков рассматривается как средство реализации речевого общения, при его отборе осуществляется функционально-коммуникативный подход. Наряду с практической целью – обучением общению и переводу – курс иностранного языка в неязыковом вузе ставит образовательные и воспитательные цели. Достижение образовательных целей означает расширение кругозора студентов, повышение уровня их общей культуры и образования, а также культуры мышления, общения и речи. Реализация воспитательного потенциала иностранного языка проявляется в готовности специалистов содействовать налаживанию межкультурных и научных связей, представлять свою страну на международных конференциях и симпозиумах, относиться с уважением к духовным ценностям других стран и народов.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.2

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
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.	<ul style="list-style-type: none"> - 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; - понимать высказывания и поддержать краткий разговор на изучаемом языке в различных ситуациях общения; - читать короткие тексты, найти конкретную, легко предсказуемую информацию в простых текстах повседневного общения: в рекламах, проспектах, меню, расписаниях; - писать письма личного характера, писать простые связные тексты на знакомые или интересующие темы.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	<ul style="list-style-type: none"> - орфографической, орфоэпической, лексической и грамматической нормами изучаемого языка; - владеть политически корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранном языках; - обладать навыками перевода текстов с иностранного языка на русский и с русского на иностранный; - навыками работы со словарем и другой справочной литературой.

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.	Практические	1	18	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, 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	18	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, 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,	Практические	1	18	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1,	Л1.1, Л1.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	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.				ОПК-1.2, УК-4.4	
2.2.	Выполнение лексико-грамматических упражнений. Аудирование. Modern technologies in communication. The rules of a good conversation./ Modalverben. Das Perfekt	Сам. работа	1	18	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, 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.	Практические	2	18	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, 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	2	18	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, 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.	Практические	2	18	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, 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	18	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, 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	Практические	3	18	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	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.					
5.2.	The United States of America. The history of the USA. Australia. Выполнение лексико-грамматических упражнений. Аудирование./ Das Plusquamperfekt	Сам. работа	3	18	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, 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	Практические	3	18	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, 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	3	18	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, 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.	Практические	4	26	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, 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	4	55	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, 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:	Практические	5	26	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1,	Л1.1, Л1.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	тезисы, сообщения. Inventions and innovations. Conditional Mood. Subjunctive Mood./Die Ausbidung in Russland und Deutschland im Vergleich.				ОПК-1.2, УК-4.4	
8.2.	Interviewing as a part of admission process. Higher education in Russia. Passing exams.Выполнение лексико-грамматических упражнений. Аудирование./ Der Konjunktiv	Сам. работа	5	82	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, УК-4.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3
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.	Практические	6	26	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, 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	6	19	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, 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

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)

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 (английский язык)

- 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

8. 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) --; --; --; --
9. 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
10. She was tired, because she _____ all day.
 a) has been traveling; b) had been traveling; c) had been traveled; d) had traveled
11. 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
12. 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.

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

ОПК-1: Способен осуществлять эффективную коммуникацию в мультикультурной профессиональной среде на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) на основе применения понятийного аппарата по профилю деятельности

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

CAN, COULD, BE ABLE TO, MAY, MIGHT(positive, negative)

1. So far I _____(find) anyone who saw this man in the neighborhood.

a) haven't found

b) wasn't able to find

c) haven't been able to find

Ответ: c

2. _____ you cook, I wonder?

- a) can
- b) may
- c) could

Ответ: a

3. I _____ print the party invitations if you fix the printer.

- a) can
- b) will be able to
- c) am able

Ответ: b

4. In youth we _____ make mistakes.

- a) were able
- b) may
- c) could not

Ответ: b

5. Where is Mary? – I am not sure. She _____ (stay) at a hotel.

- a) is able to stay
- b) might have stayed
- c) may be staying

Ответ: c

6. Where was Tom at 8 p.m. yesterday? – Have no idea. He _____ (be) at the library.

- a) may be
- b) could have been
- c) was able to be

Ответ: b

7. Might I speak to the manager? – Certainly you _____.

- a) might
- b) may
- c) are able

Ответ: b

8. You've woken up Timmy! You _____ (speak) not so loudly!

- a) could speak
- b) were able to speak
- c) could have spoken

Ответ: c

9. You say you love animals. You _____ (feed) your cat regularly then!

- a) may
- b) could
- c) are able

Ответ: b

10. You say your picture? You _____ (paint) it! You can't draw a straight line!

- a) couldn't paint
- b) were not able to paint
- c) couldn't have painted

Ответ: c

11. Не может быть, что ей везет в жизни!

- a) She couldn't be so lucky!
- b) She may not be so lucky!
- c) She is not able to be so lucky!

Ответ: a

12. Неужели он купил машину?

- a) Could he buy a car?
- b) Was he able to buy a car?
- c) Could he have bought a car?

Ответ: c

13. Неужели я не заперла дверь?

- a) Could I have failed to lock the door?
- b) Was I able not to lock the door?
- c) Couldn't I lock the door?

Ответ: a

14. Это был ужасный день. Я чуть было не сломала ногу.

- a) It was a horrible day. I could break my leg.
b) It was a horrible day. could have broken my leg.
c) It was a horrible day. could have broken my leg.

Ответ: с

15. Несколько минут назад я видела его в гараже. Возможно, он меняет колеса. – Да не может он менять их с самого утра.

- a) I saw him in the garage some minutes ago. He may be changing the tires. - He can't have been changing the tires since morning.
b) I saw him in the garage some minutes ago. He may be changing the tires. - He can't be changing the tires since morning.
c) I saw him in the garage some minutes ago. He may be changing the tires. - He may not change the tires since morning.

Ответ: b

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. Не успел последний пассажир сесть в поезд, как он тронулся.

Ответ: Hardly had the last passenger boarded the train, when it started/

2. Они подружатся, когда лучше узнают друг друга.

Ответ: They will make friends whtn they learn each other better.

3. Я не знаю, когда вернутся родители.

Ответ: I don't know when his parents will come back.

4. Полицию вызывали? – Ее вызвали десять минут назад.

Ответ: have you called the police? - We have called them 10 minutes ago.

5. Мне на день рождения обещали компьютер.

Ответ: I have been promised a computer for my birthday.

6. Я знаю Питера очень хорошо, мы с ним знакомы со школы.

Ответ: I know Peter very well. We have been acquainted since schooldays.

7. Я никогда не слышала такой лжи.

Ответ: I have never heard such lie.

8. Когда мы приехали на вокзал, поезд уже ушел.

Ответ: When we arrived at the station, the train had gone.

9. Мы приехали на вокзал и стали искать справочное бюро (information desk).

Ответ: We arrived at the station and began to look for the information desk.

10. Она опытная медсестра (nurse). Она работает в больнице уже восемь лет.

Ответ: She is an experienced nurse. She has been working at the hospital for 8 years.

11. Продавщица не видела, что покупательница на нее смотрит.

Ответ: The sailsperson didn't see that the customer was looking at her.

12. О нем с тех пор ничего не было слышно.

Ответ: He hasn't been heard of since that time.

13. На словарь Хорнби (Hornby) часто ссылаются.

Ответ: Hornby's dictionary is often referred to.

14. Ключ ищут, но пока безуспешно.

Ответ: The key has been looked for but in vain.

15. Если что-то будет разбито, вам придется платить.

Ответ: If something is broken, you will have to pay.

16. Эта одежда вам мала.

Ответ: These clothes are too small for you.

17. Мои родители, также как и сестра, учителя.

Ответ: My parents as well as my sister are teachers.

18. Вот Том и Питер.

Ответ: Here is Peter and Tom.

19. Двадцать минут закончились.

Ответ: Twenty minutes is over.

20. Ни Джон, ни его брат не женаты.

Ответ: Niether John, nor his brother is married.

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.

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)

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.

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.

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)

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.

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.

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 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

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.

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

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

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 4 и 6 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:

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. придираться
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)

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:

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)

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> Аудиокниги
<http://www.eslgold.com> Аутентичный материал для чтения: тексты, статьи, новости
<http://www.splcenter.org> Развитие навыков письменной речи

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Помещение для самостоятельной работы	помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ

Аудитория	Назначение	Оборудование
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 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»

Компьютерные технологии и информатика 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	4 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_РиСО-2020

Часов по учебному плану	144	Виды контроля по семестрам
в том числе:		экзамены: 3
аудиторные занятия	56	зачеты: 2
самостоятельная работа	61	
контроль	27	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (2)		2 (3)		Итого	
	14,5		18			
Неделя	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	10	10	6	6	16	16
Лабораторные	20	20	20	20	40	40
Сам. работа	42	42	19	19	61	61
Часы на контроль	0	0	27	27	27	27
Итого	72	72	72	72	144	144

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

Рецензент(ы):
директор ИП "Василенко" (+WEB актуальные Интернет-решения), Василенко И.А.

Рабочая программа дисциплины
Компьютерные технологии и информатика 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 30.06.2020 протокол № 6.

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

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

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

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

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

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	<p>Целями освоения учебной дисциплины Компьютерные технологии и информатика в рекламе и связях с общественностью являются:</p> <ul style="list-style-type: none">- ознакомление студентов с технологией обработки информации на компьютере как необходимым базисом применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и иных коммуникационных продуктов;- формирование представлений о возможностях различного современного технического оборудования и программного обеспечения при решении задач в профессиональной деятельности;- овладение учащимися навыками использования цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на различных этапах создания рекламных текстов и (или) иных коммуникационных продуктов. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none">- ознакомление студентов с современными техническими и программными средствами решения задач в рекламной и PR-деятельности;- получение практических навыков применения в профессиональной деятельности современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения;- получение представления об отборе и управлении аппаратным и программным обеспечениями в профессиональной деятельности;- выработка навыков применения в профессиональной деятельности: пакета офисных программ, графических редакторов (Adobe Photoshop, CorelDraw и (или) др.), создания презентаций в специализированных программах и онлайн (Ms PowerPoint, Prezi.com), навыков html-верстки и (или) ведения сайтов при помощи cms-систем.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.О.2**

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.	необходимые для осуществления профессиональной деятельности современное техническое оборудование и программное обеспечение; основные характеристики компьютеров, компьютерных сетей и глобальной сети Интернет и методы работы в них; основы работы в компьютерных приложениях; теоретические основы, необходимые для осознанного выбора и применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения при создании коммуникационных продуктов.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	использовать на всех этапах создания текстов рекламы и (или) иных коммуникационных продуктов (в том числе в сети Интернет) современные цифровые устройства и компьютерные приложения; отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками применения пакета офисных программ, графических редакторов (Adobe Photoshop, CorelDraw и (или) др.), создания презентаций в специализированных программах и онлайн (Ms PowerPoint, Prezi.com), навыками html-верстки и (или) ведения сайтов при помощи cms-систем, необходимыми в профессиональной деятельности на этапах создания текстов рекламы и (или) иных коммуникационных продуктов.


4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Теоретические основы компьютерных технологий и информатики, знание которых необходимо для самоорганизации и самообразования с помощью информационно-коммуникационных технологий.						
1.1.	Общая характеристика IT-технологий и информационных процессов (лекция)	Лекции	2	4	ОПК-6	Л1.1
1.2.	Общая характеристика IT-технологий и информационных процессов	Сам. работа	2	8	ОПК-6	Л1.1
1.3.	Информационное общество и его «компьютеризация» (лекция)	Лекции	2	2	ОПК-6	Л1.1
1.4.	Общая характеристика компьютеров, компьютерной среды и компьютерных приложений (лекция)	Лекции	2	4	ОПК-6	Л1.1, Л1.2
1.5.	Общая характеристика компьютеров, компьютерной среды и компьютерных приложений	Сам. работа	2	8	ОПК-6	Л1.1, Л1.2
1.6.	Виды компьютерных устройств и их состав	Лабораторные	2	2	ОПК-6	Л1.1, Л1.2, Л2.1
Раздел 2. Применение приложений пакета Microsoft Office (Word, Excel) для решения стандартных задач в профессиональной деятельности						
2.1.	Текстовый редактор Word: создание служебной и рабочей ПР-документации.	Лабораторные	2	8	ОПК-6	Л1.3, Л2.1
2.2.	Текстовый редактор Word: создание служебной и рабочей ПР-документации.	Сам. работа	2	8	ОПК-6	Л1.3, Л2.1
2.3.	Табличный редактор Excel: создание служебной и рабочей ПР-документации	Лабораторные	2	8	ОПК-6	Л1.3, Л2.1
2.4.	Табличный редактор Excel: создание служебной и рабочей ПР-документации	Сам. работа	2	12	ОПК-6	Л1.3, Л2.1
2.5.	Microsoft PowerPoint – средство создания слайдовых презентаций	Лабораторные	2	2	ОПК-6	Л1.3, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.6.	Microsoft PowerPoint – средство создания слайдовых презентаций	Сам. работа	2	6	ОПК-6	Л1.3, Л2.1
2.7.	Создание презентаций on-line: Prezi.com	Лабораторные	3	2	ОПК-6	Л1.3, Л2.1
2.8.	Создание презентаций on-line: Prezi.com	Сам. работа	3	3	ОПК-6	Л1.3, Л2.1
Раздел 3. Применение программ создания медиаконтента для решения стандартных задач в профессиональной деятельности						
3.1.	Adobe Photoshop – профессиональный пакет обработки растровых изображений	Лабораторные	3	6	ОПК-6	Л2.2, Л1.3
3.2.	Adobe Photoshop – профессиональный пакет обработки растровых изображений	Сам. работа	3	2	ОПК-6	Л2.2, Л1.3
3.3.	CorelDraw – профессиональный пакет создания и обработки векторной графики	Лабораторные	3	6	ОПК-6	Л2.2, Л1.3
3.4.	CorelDraw – профессиональный пакет создания и обработки векторной графики	Сам. работа	3	2	ОПК-6	Л2.2, Л1.3
3.5.	Разработка рекламных буклета и плаката	Лабораторные	3	2	ОПК-6	Л2.2, Л1.3
3.6.	Разработка рекламных буклета и плаката	Сам. работа	3	4	ОПК-6	Л2.2, Л1.3
Раздел 4. Сетевые компьютерные технологии, знание которых необходимо для самоорганизации и самообразования с помощью информационно-коммуникационных технологий						
4.1.	Компьютерные сети и Интернет	Лекции	3	4	ОПК-6	Л1.1, Л1.2
4.2.	Проверка работоспособности КС	Лабораторные	3	2	ОПК-6	Л2.2, Л1.2, Л1.3
4.3.	Html – язык гипертекста. Верстка сайта на языке html	Лекции	3	2	ОПК-6	Л1.1
4.4.	Верстка сайта на языке html	Лабораторные	3	1	ОПК-6	Л2.2, Л1.3
4.5.	Верстка сайта на языке html	Сам. работа	3	2	ОПК-6	Л2.2, Л1.3
4.6.	CMS – выбор, размещение на хостинге, первоначальная настройка	Лабораторные	3	1	ОПК-6	Л2.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
4.7.	CMS – выбор, размещение на хостинге, первоначальная настройка	Сам. работа	3	6	ОПК-6	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
См. приложение
5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)
См. приложение
5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
См. приложение
Приложения
Приложение 1.  ФОС Компьютерные технологии и информатика в рекламе и связях с общественностью_2022_3-4.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	Р.Г. Хисматов, Р.Г. Сафин, Д.В. Тунцев, Н.Ф. Тимербаев	Современные компьютерные технологии: учебное пособие	Казань : Издательство КНИТУ, 2014	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428016
Л1.2	Ю.М. Платонов, Ю.Г. Уткин, М.И. Иванов	Информатика: учебное пособие	М. : Альтаир : МГАВТ, 2014	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429784
Л1.3	Грошев А.С., Заляков П.В.	Информатика: учебное пособие	М. : ДМК Пресс, 2015	http://e.lanbook.com/book/69958
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Аникин Д.В.	Компьютерные технологии в связях с общественностью. Часть 1.: практикум : учеб. пособие	Барнаул : Изд-во АлтГУ, 2013	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/205

Л2.2	Хроленко А.Т.	Современные информационные технологии для гуманитария: практ. руководство	Флинта // ЭБС "Лань", 2007	https://e.lanbook.com/book/2504
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название	Эл. адрес		
Э1	Сайт библиотеки АлтГУ	www.lib.asu.ru ;		
Э2	Электронно-библиотечная система издательства "Лань"	www.e.lanbook.com ;		
Э3	Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека online"	www.biblioclub.ru .		
Э4	Курс в Мудл	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=3973		
6.3. Перечень программного обеспечения				
Microsoft Office Microsoft Windows 7-Zip AcrobatReader				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
1.Издание о высоких технологиях С-news (http://www.cnews.ru/) 2.Интернет-портал журнала «Советник» (http://www.sovetnik.ru) 3.Информационно-консалтинговый центр по электронному бизнесу (www.e-commerce.ru) 4.Исследовательская компания Monitoring.ru (http://www.monitoring.ru) 5.Международный пресс-клуб (http://www.pr-club.com) 6.Портал www.subscribe.ru 7.Региональный общественный центр интернет технологий РОЦИТ (http://www.rocit.ru) 8.Рекламный портал Состав (www.sostav.ru) 9.Рекламный портал ADME.RU (www.adme.ru) 10.Система статистики SpyLog (http://www.spylog.ru) 11.Система статистики LiveInternet (http://www.liveinternet.ru/) 12.Фонд «Общественное мнение» (http://www.fom.ru) 13.UMI-CMS (www.umi-cms.ru) 14.1С-bitrix.ru (www.bitrix.ru) 15.Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) 16.«КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) 17.Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com) 18.Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/) 19.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	Учебная мебель на 16 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1шт.; системный блок: IntelCore 2 DuoE7400 -17 шт.; сервер: системный блок: AquariusIntelPentiumD;

Аудитория	Назначение	Оборудование
	и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	монитор: Acer V173 B -16 шт.; монитор: Acer V193W 1 шт.; телевизор Samsung
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)
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 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, 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.

Лабораторное занятие — это форма организации обучения, представляющая собой аудиторную самостоятельную практическую и исследовательскую работу студентов с целью углубления и закрепления теоретических знаний, развития навыков самостоятельного экспериментирования и творчества под руководством преподавателя и по его заданию. Лабораторное занятие позволяет сформировать у студентов практические умения и навыки обращения с оборудованием и программным обеспечением, владение которыми составляет часть профессиональной практической подготовки.

Лабораторная работа как вид учебного занятия проводится в специально оборудованных учебных лабораториях (компьютерных классах). Продолжительность - два академических часа. Необходимыми структурными элементами лабораторной работы, помимо самостоятельной деятельности студентов, являются инструктаж, проводимый преподавателем, а также проверка и обсуждение им итогов выполнения лабораторной работы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по

дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др.; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

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

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

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Цифровые 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_РиСО-2020

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	3
аудиторные занятия	30		
самостоятельная работа	51		
контроль	27		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (3)		Итого	
	Неделя 18			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	12	12	12	12
Практические	18	18	18	18
Сам. работа	51	51	51	51
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	108	108	108	108

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

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

Рабочая программа дисциплины
Цифровые 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 30.06.2020 протокол № 6.

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

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

Заведующий кафедрой
Ковалева Алла Владимировна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

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

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Цель - ознакомление обучающихся со стратегиями и технологиями цифровой коммуникации. Задачи обучения: познакомить с основными понятиями в сфере цифровой коммуникации; дать знания о сети Интернет как основе развития цифровых коммуникаций; использовать стратегии цифровой коммуникации в соответствии с задачами профессиональной деятельности; развить навыки делового и межличностного общения в цифровой среде; познакомить с технологиями цифрового маркетинга; сформировать представление о правилах цифрового этикета.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.2

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.	- основные характеристики коммуникационных процессов в цифровой среде; - стратегии цифровой коммуникации; - основные возможности сети Интернет для делового и межличностного общения; - основы цифрового маркетинга; - правила цифрового этикета.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	- использовать интернет-технологии в коммуникационной практике; - выбирать стратегию цифровой коммуникации в соответствии с задачами профессиональной деятельности; - использовать инструменты цифрового маркетинга; - соблюдать правила цифрового этикета; - решать задачи профессиональной деятельности на основе цифровой коммуникации; - выбирать техническое оборудование и программное обеспечение для цифровой коммуникации.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	- навыками деловых и межличностных коммуникаций в цифровой среде; - технологиями цифрового маркетинга; - навыками использования технологий цифровой коммуникации в профессиональной деятельности; - навыками применения современных цифровых устройств и программного обеспечения при создании коммуникационного продукта.


4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Основы цифровых коммуникаций						

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.1.	Основные понятия в сфере цифровой коммуникации	Лекции	3	2	ОПК-6	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.2.	Основные понятия в сфере цифровой коммуникации	Практические	3	2	ОПК-6	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.3.	Основные понятия в сфере цифровой коммуникации	Сам. работа	3	10	ОПК-6	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.4.	Интернет как основа развития цифровых коммуникаций	Лекции	3	2	ОПК-6	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.5.	Интернет как основа развития цифровых коммуникаций	Практические	3	2	ОПК-6	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.6.	Интернет как основа развития цифровых коммуникаций	Сам. работа	3	10	ОПК-6	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.7.	Технологии общения в интернете	Лекции	3	2	ОПК-6	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.8.	Технологии общения в интернете	Практические	3	4	ОПК-6	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.9.	Технологии общения в интернете	Сам. работа	3	0	ОПК-6	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.10.	Стратегии цифровой коммуникации в интернете	Лекции	3	2	ОПК-6	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.11.	Стратегии цифровой коммуникации в интернете	Практические	3	2	ОПК-6	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.12.	Стратегии цифровой коммуникации в интернете	Сам. работа	3	10	ОПК-6	Л2.1, Л1.1, Л1.2
Раздел 2. Виды и технологии цифровых коммуникаций						
2.1.	Деловые коммуникации в цифровой среде	Лекции	3	1	ОПК-6	Л2.1, Л1.1, Л1.2
2.2.	Деловые коммуникации в цифровой среде	Практические	3	2	ОПК-6	Л2.1, Л1.1, Л1.2
2.3.	Деловые коммуникации в цифровой среде	Сам. работа	3	6	ОПК-6	Л2.1, Л1.1, Л1.2
2.4.	Межличностная интернет-коммуникация	Лекции	3	1	ОПК-6	Л2.1, Л1.1, Л1.2
2.5.	Межличностная интернет-коммуникация	Практические	3	2	ОПК-6	Л2.1, Л1.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.6.	Межличностная интернет-коммуникация	Сам. работа	3	6	ОПК-6	Л2.1, Л1.1, Л1.2
2.7.	Цифровой маркетинг	Лекции	3	1	ОПК-6	Л2.1, Л1.1, Л1.2
2.8.	Цифровой маркетинг	Практические	3	2	ОПК-6	Л2.1, Л1.1, Л1.2
2.9.	Цифровой маркетинг	Сам. работа	3	6	ОПК-6	Л2.1, Л1.1, Л1.2
2.10.	Цифровой этикет	Лекции	3	1	ОПК-6	Л2.1, Л1.1, Л1.2
2.11.	Цифровой этикет	Практические	3	2	ОПК-6	Л2.1, Л1.1, Л1.2
2.12.	Цифровой этикет	Сам. работа	3	3	ОПК-6	Л2.1, Л1.1, Л1.2
2.13.	Итоговый контроль	Экзамен	3	27	ОПК-6	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. приложения
5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)
см. приложения
5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
см. приложения
Приложения
Приложение 1.  ФОС_Цифровые коммуникации_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	Шпаковский, В.О.	Интернет-журналистика и Интернет-реклама:	, 2018	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493883
Л1.2	Катаев, А.В.	Интернет-маркетинг:	, 2018	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499687

6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Шарков Ф.И.	Интерактивные электронные коммуникации (возникновение "Четвертой волны"): учебное пособие	М.: Дашков и Ко, 2017.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454124
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Сайт библиотеки АлтГУ		www.lib.asu.ru ;	
Э2	Электронно-библиотечная система издательства "Лань"		www.e.lanbook.com ;	
Э3	Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека online"		www.biblioclub.ru .	
Э4	Курс в Moodle "Цифровые коммуникации"		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7158	
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
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,	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	
Помещение для самостоятельной работы	помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)

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

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

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

руководствоваться графиком самостоятельной работы,

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

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

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

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

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Безопасность жизнедеятельности рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра техносферной безопасности и аналитической химии
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_РиСО-2020

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	19		
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	18	18	18	18
Практические	18	18	18	18
Сам. работа	72	72	72	72
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
кандидат хим. наук, Доцент, Харнутова Елена Павловна

Рецензент(ы):
кандидат биолог. наук, Доцент, Яценко Е.С.

Рабочая программа дисциплины
Безопасность жизнедеятельности

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

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 30.06.2020 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра техносферной безопасности и аналитической химии

Протокол от 29.06.2023 г. № 9
Срок действия программы: 2023-2024 уч. г.

Заведующий кафедрой
Темерев Сергей Васильевич

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра техносферной безопасности и аналитической химии

Протокол от 29.06.2023 г. № 9
Заведующий кафедрой *Темерев Сергей Васильевич*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	- способствовать развитию профессиональной компетенции студентов посредством формирования мышления безопасного типа и здоровьесберегающего поведения; - подготовки студентов к упреждающим комплексным действиям по защите жизни и здоровья от опасностей природного, техногенного и социального характера.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.3

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
УК-8.1	Знает терминологию, предмет безопасности жизнедеятельности личности, общества и государства, источники, причины их возникновения, детерминизм опасностей; методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций; сущность и содержание чрезвычайных ситуаций, их классификацию, поражающие факторы чрезвычайных ситуаций; основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий и способы применения современных средств поражения, основные меры по ликвидации их последствий; технику безопасности и правила пожарной безопасности
УК-8.2	Способен разрабатывать алгоритм безопасного поведения при опасных ситуациях природного, техногенного и пр. характера; использовать приемы первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций
УК-8.3	Имеет опыт использования основных средств индивидуальной и коллективной защиты для сохранения жизни и здоровья граждан; планирования обеспечения безопасности в конкретных техногенных авариях и чрезвычайных ситуациях; оказания первой помощи пострадавшим в условиях опасных и чрезвычайных ситуаций

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	терминологию, предмет безопасности жизнедеятельности личности, общества и государства, источники, причины их возникновения, детерминизм опасностей; методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций; сущность и содержание чрезвычайных ситуаций, их классификацию, поражающие факторы чрезвычайных ситуаций; основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий и способы применения современных средств поражения, основные меры по ликвидации их последствий; технику безопасности и правила пожарной безопасности.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	разрабатывать алгоритм безопасного поведения при опасных ситуациях природного, техногенного и пр. характера; использовать приемы первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	опытом использования основных средств индивидуальной и коллективной защиты для сохранения жизни и здоровья граждан; планирования обеспечения безопасности в конкретных техногенных авариях и чрезвычайных ситуациях; оказания первой помощи пострадавшим в условиях опасных и чрезвычайных ситуаций.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Теоретические основы безопасности жизнедеятельности						
1.1.	Безопасность жизнедеятельности как наука. Понятийный аппарат, предмет, задачи, методы. История развития БЖД	Лекции	1	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.2.	Опасности и чрезвычайные ситуации. Анализ риска и управление рисками обитания»	Сам. работа	1	10	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.3.	Основные положения и принципы обеспечения безопасности. Понятийный аппарат, предмет, задачи, методы.	Практические	1	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.4.	Внеаудиторная самостоятельную работа: изучение дополнительной литературы и выполнение контрольного теста по разделу.	Сам. работа	1	10	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
Раздел 2. Негативные факторы техносферы и их воздействие на человека						
2.1.	Взаимодействие в системе: «Человек - среда обитания». Негативные факторы техносферы и их воздействие на человека. Классификация опасных и вредных факторов. Воздействие негативных факторов на человека и защита от них.	Лекции	1	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
2.2.	Безопасность труда. Физиология труда.	Практические	1	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
2.3.	Чрезвычайные ситуации биолого-социального характера	Лекции	1	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
2.4.	Внеаудиторная самостоятельную работа: изучение дополнительной литературы и выполнение контрольного теста по разделу.	Сам. работа	1	10	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 3. Классификация чрезвычайных ситуаций и причины их возникновения						
3.1.	Классификация ЧС и причины их возникновения.	Лекции	1	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
3.2.	Первая доврачебная медицинская помощь	Практические	1	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
3.3.	Первая доврачебная медицинская помощь	Лекции	1	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	
3.4.	Внеаудиторная самостоятельную работа: изучение дополнительной литературы и выполнение контрольного теста по разделу.	Сам. работа	1	10	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
Раздел 4. Защита населения и территорий от чрезвычайных ситуаций						
4.1.	ЧС техногенного происхождения. ЧС природного происхождения.	Лекции	1	1	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
4.2.	Защита населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного происхождения.	Практические	1	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
4.3.	Защита населения и территорий от чрезвычайных ситуаций техногенного характера.	Практические	1	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
4.4.	Биосоциальные чрезвычайные ситуации.	Лекции	1	1	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
4.5.	Безопасность жизнедеятельности в чрезвычайных ситуациях социально-психологического характера.	Практические	1	1	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
4.6.	Биологические опасности и защита от них.	Практические	1	1	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
4.7.	ЧС экологического характера.	Лекции	1	1	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
4.8.	Экологические чрезвычайных ситуаций.	Практические	1	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
4.9.	Изучение и оценка экологической обстановке в Алтайском крае.	Сам. работа	1	10	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
4.10.	Защита населения в чрезвычайных ситуациях. РСЧС и гражданская оборона.	Лекции	1	1	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
4.11.	Защита населения в ЧС. РСЧС и гражданская оборона. Средства индивидуальной, коллективной и медицинской защиты.	Практические	1	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
4.12.	Внеаудиторная самостоятельную работа: изучение дополнительной литературы и выполнение контрольного теста по разделу.	Сам. работа	1	10	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
Раздел 5. Первая помощь как составляющая основ безопасности жизнедеятельности						
5.1.	Определение неотложных состояний пострадавших и правила оказания первой помощи при чрезвычайных ситуациях.	Лекции	1	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
5.2.	Первая помощь.	Практические	1	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
5.3.	Здоровый образ жизни, воздействие на организм вредных привычек.	Сам. работа	1	4	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
5.4.	Внеаудиторная самостоятельную работа: изучение дополнительной литературы и выполнение контрольного теста по разделу.	Сам. работа	1	4	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
Раздел 6. Управление безопасностью жизнедеятельности						
6.1.	Управление безопасностью жизнедеятельности. Нормативно-правое регулирование вопросов в области охраны труда и охраны окружающей среды.	Лекции	1	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
6.2.	Место безопасности в системе потребностей современного человека.	Сам. работа	1	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
6.3.	Внеаудиторная самостоятельную работа:	Сам. работа	1	2	УК-8.1, УК-8.2, УК-8.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	изучение дополнительной литературы и выполнение контрольного теста по разделу. Выполнение итогового теста по курсу.					

5. Фонд оценочных средств

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

- 1) Безопасность жизнедеятельности - это...
- +область научных знаний, охватывающая теорию и практику защиты человека от опасных и вредных факторов;
 - область научных знаний, охватывающая только теорию защиты человека от опасных и вредных факторов;
 - область научных знаний, охватывающая только практику защиты человека от опасных и вредных факторов;
- 2) Главная аксиома БЖД –
- любая деятельность потенциально безопасна;
 - любая деятельность всегда опасна;
 - любая деятельность безопасна;
 - +любая деятельность потенциально опасна
- 3) Опасные изменения состояния суши, воздушной среды, гидросферы и биосферы по сфере возникновения относятся к ... ЧС
- социальным;
 - +экологическим;
 - биологическим;
 - техногенным;
- 4) Количество стадий развития ЧС:
- три;
 - семь;
 - +пять;
 - четыре;
- 5) Метод А - это:
- адаптация человека к соответствующей среде и повышение его защищенности (включает снабжение человека средствами индивидуальной защиты, профессиональный отбор, обучение, психологическое воздействие) ;
 - нормализация ноксосферы путем исключения опасности (включает средства коллективной защиты) ;
 - +пространственное и (или) временное разделение гомосферы и ноксосферы (включает дистанционное управление, автоматизацию, роботизацию)
- 6) Какие явления относятся к геологическим ЧС?
- +сели;
 - бури;
 - землетрясения;
 - +оползни
- 7) Какие явления относятся к геофизическим ЧС?
- +землетрясения;
 - +извержение вулканов;
 - оползни;
 - обвалы;
- 8) На территории России наиболее разрушительными являются -
- +наводнения;
 - +штормовые ветры;
 - +землетрясения;
 - +лесные пожары

9) Условная величина, характеризующая общую энергию упругих колебаний, вызванных землетрясением

-

эпицентр землетрясения;

очаг землетрясения;

шкала Рихтера;

+магнитуда землетрясения

10) Причина возникновения землетрясений -

усиление химических процессов в недрах земли;

разрывы в земной коре;

+столкновение тектонических плит;

деятельность человека

11) Наиболее частый путь передачи особо опасных инфекций:

гемотранфузионный (при переливании крови);

+воздушно-капельный;

половой;

трансмиссивный (при укусах насекомых)

12) Очаг биологического поражения - это

территория, в пределах которой распространены биологические средства, опасные для людей, животных и растений;

+территория, в пределах которой произошло массовое поражение людей, животных и растений. Очаг может образовываться как в зоне биологического заражения, так и за ее границами в результате распространения инфекционных заболеваний

13) Зона биологического действия - это

+территория, в пределах которой распространены биологические средства, опасные для людей, животных и растений;

территория, в пределах которой произошло массовое поражение людей, животных и растений. Очаг может образовываться как в зоне биологического заражения, так и за ее границами в результате распространения инфекционных заболеваний

14) Широкое распространение инфекционной болезни у людей - это:

эпифитотия;

+эпидемия;

панфитотия;

эпизоотия

15) Эпифитотия - это:

массовый падеж скота вследствие распространения особо опасных болезней;

+массовое инфекционное заболевание сельскохозяйственных растений;

резкое увеличение численности вредителей растений, сопровождающееся массовой гибелью сельскохозяйственных культур и снижением продуктивности;

массовое и быстрое распространение острозаразных болезней у людей, значительно превышающее обычный ежегодно регистрируемый уровень, характерный для данной территории

16) ЧС, происхождение которых связано с техническими объектами, называются:

+техногенными;

экономическими;

антропогенными;

экологическими

17) Одна из самых серьезных опасностей при пожаре -

огонь;

высокая температура;

+ядовитый дым;

боязнь высоты;

18) Газ, который представлен в воздухе в большем процентном выражении:

+азот;

кислород;

углекислый газ;

аргон

19) Зонами чрезвычайной экологической ситуации являются

+участки территории, на которых в результате хозяйственной или иной деятельности происходят устойчивые отрицательные изменения в окружающей среде, состоянии естественных экологических систем, генетических фондов растений и животных;

такие территории, на которых в результате хозяйственной или иной деятельности произошли глубокие необратимые изменения окружающей природной среды, повлекшие за собой существенное ухудшение

здоровья населения, нарушение природного равновесия, разрушение естественных экологических систем, деградацию флоры и фауны

20) Зонами экологического бедствия признаются

такие участки территории, на которых в результате хозяйственной или иной деятельности происходят устойчивые отрицательные изменения в окружающей среде, состоянии естественных экологических систем, генетических фондов растений и животных;

+такие территории, на которых в результате хозяйственной или иной деятельности произошли глубокие необратимые изменения окружающей природной среды, повлекшие за собой существенное ухудшение здоровья населения, нарушение природного равновесия, разрушение естественных экологических систем, деградацию флоры и фауны

21) Нижняя часть атмосферы, вся гидросфера и верхняя часть литосферы Земли, населенные живыми организмами - это:

стратосфера;

ноосфера;

ноксосфера;

+биосфера

22) Наибольшей токсичностью обладает:

+ртуть;

хлор;

угарный газ;

аммиак

23) Большой вклад в загрязнение атмосферы вносят:

+автомобили, работающие на бензине;

+железнодорожный и водный транспорт;

+автомобили с дизельным двигателем;

+самолеты

24) В состав основных компонентов фотохимического смога входят:

хлорфторуглероды;

+озон;

+фотооксиданты;

+оксиды азота и серы

25) К парниковым газам относят:

+хлорфторуглероды;

+метан;

+озон;

+углекислый газ

26) Опасности, относящиеся к социальным:

угрожают жизни людей;

+получили широкое распространение в обществе и угрожают жизни и здоровью людей;

угрожают только здоровью людей;

не представляют угрозу жизни

27) Причины возникновения социально-опасных явлений:

+экономический упадок в стране;

+миграция населения;

+интенсивное развитие международных связей, контактов;

климатические изменения

28) По природе социальные опасности делятся на:

+психологическое воздействие на человека;

+употребление и распространение психоактивных веществ;

+физическое насилие;

+болезни

29) Какими причинами могут быть вызваны массовые беспорядки?

+борьба за передел сфер влияния между преступными группировками;

+произвол властей, недовольство политикой правительства и пр. ;

+нехватка продовольствия, катастрофическая инфляция, всеобщая безработица и т. д. ;

+разногласия между представителями различных конфессий

30) Какие стадии включает в себя процесс развития массовых беспорядков?

+Возникновение повода для массовых беспорядков и их осуществление;

+Обстановка после массовых беспорядков;

+Осложнение обстановки

31) В каких режимах функционирует система мониторинга и прогнозирования чрезвычайных ситуаций?

+режиме чрезвычайной ситуации;

- +режиме повышенной готовности;
 - +повседневной деятельности
- 32) В зависимости от чего функционирует система мониторинга и прогнозирования чрезвычайных ситуаций?
- +от складывающейся обстановки;
 - +от масштаба прогнозируемой или возникшей чрезвычайной ситуации
- 33) Что включает в себя мониторинг и прогнозирование чрезвычайных ситуаций?
- +прогнозирование чрезвычайных ситуаций природного характера;
 - +мониторинг состояния безопасности зданий, сооружений и потенциально опасных объектов;
 - + прогнозирование техногенных чрезвычайных ситуаций;
 - +мониторинг окружающей среды, опасных природных процессов и явлений
- 34) Принцип организационной структуры РСЧС заключающийся в организации защиты населения на территориях республик, краев, областей, городов, районов, поселков, согласно административному делению РФ называется ... принципом.
- региональным;
- +территориальным;
 - заблаговременным;
 - производственным
- 35) Каждый уровень РСЧС имеет ...
- +координационные органы;
 - +силы и средства;
 - +резервы финансовых и материальных ресурсов;
 - радиационную защиту
- 36) Террористический акт - это....
- +совершение взрыва, поджога или иных действий, устрашающих население и создающих опасность гибели человека, причинения значительного имущественного ущерба либо наступления иных тяжких последствий, в целях воздействия на принятие решения органами власти или международными организациями, а также угроза совершения указанных действий в тех же целях;
 - пропаганда идей терроризма, распространение материалов или информации, призывающих к осуществлению террористической деятельности либо обосновывающих или оправдывающих необходимость осуществления такой деятельности;
 - комплекс специальных, оперативно-боевых, войсковых и иных мероприятий с применением боевой техники, оружия и специальных средств по пресечению террористического акта, обезвреживанию террористов, обеспечению безопасности физических лиц, организаций и учреждений, а также по минимизации последствий террористического акта.
- 37) Цели террора -
- +Морально-психологическое воздействие на население;
 - +Провокация войны;
 - +Нанесение экономического ущерба;
 - +Воздействие на органы государственной власти
- 38) Носители терроризма -
- +Террористические организации;
 - +Криминальные структуры;
 - +Религиозные общества (сообщества) ;
 - +Экстремистские группировки;
- 39) Основные предпосылки терроризма -
- +Рассогласованность действий ветвей власти;
 - +Неспособность обеспечить уровень защищенности населения;
 - +Возведение культа силы и оружия для решения проблем;
 - +Изменение понятия справедливости и порядка
- 40) Основные коренные признаки терроризма -
- +Несовершенство системы образования и подготовки кадров;
 - +Обострение социального неравенства;
 - +Ослабление семейных и социальных связей;
- 41) Какие формы труда различают в соответствии с физиологической классификацией трудовой деятельности?
- +формы труда, требующие значительной мышечной активности;
 - +формы интеллектуального (умственного) труда;
 - +групповые формы труда;
 - +механизированные формы труда
- 42) Какой труд считается наиболее эмоционально напряженным?
- творческий;

труд учащихся и студентов;
педагогический;
управленческий

43) Энергетические затраты человека зависят от:
+интенсивности мышечной работы;
+степени эмоционального напряжения;
+скорости движения воздуха;
+информационной насыщенности труда

44) К физическим факторам внешней среды относят:
+температуру, влажность, запыленность и загрязненность воздуха;
+производственный шум и вибрации;
+освещенность и окраску помещений, средств и предметов труда;
+степень безопасности труда

45) При тяжелом физическом труде допустима температура воздуха:
10-16 °С;
18-23 °С;
+12-16 °С

46) Основной нормативный документ по оказанию первой помощи — это...
+Федеральный закон от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан Российской Федерации» ;
Нормы пожарной безопасности «Обучение мерам пожарной безопасности работников организаций» от 12 декабря 2007г. № 645;
Федеральный закон РФ от 21 декабря 1994 г. № 69-ФЗ «О пожарной безопасности»

47) Оказание медицинской помощи пораженным в очаге массовых потерь условно можно разделить на следующие фазы (периода), в соответствии с фазами протекания ЧС:
+фаза спасения;
+фаза восстановления;
+фаза изоляции

48)Состояние, при котором потоки за короткий период времени могут нанести травму, привести к летальному исходу?
опасное состояние;
+чрезвычайно опасное состояние;
комфортное состояние;
допустимое состояние

49)Анализаторы – это?
+подсистемы ЦНС, которые обеспечивают в получении и первичный анализ информационных сигналов;
совместимость сложных приспособительных реакций живого организма, направленных на устранение действия факторов внешней и внутренней среды, нарушающих относительное динамическое постоянство внутренней среды организма;
совместимость факторов способных оказывать прямое или косвенное воздействие на деятельность человека;
величина функциональных возможностей человека

50)Работоспособность характеризуется:
количеством выполнения работы;
количеством выполняемой работы;
количеством и качеством выполняемой работы;
+количеством и качеством выполняемой работы за определённое время

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

Фонды оценочных средств размещены в приложении.

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Пример оценочного средства

Задание 1.

1. Составить схему основных законов и иных нормативно-правовых актов в области обеспечения безопасности РФ
2. Оформить схему структуры единой государственной системы подготовки населения РФ в области гражданской обороны и защиты от ЧС.

Задание 2.

1. Ливневые дожди в Краснодарском крае привели к паводковым наводнениям на реках, затоплению большинства населенных пунктов на их берегах, человеческим жертвам. Было временно эвакуировано пострадавшее население, на территории края введено чрезвычайное положение. Чрезвычайная ситуация какого масштаба произошла?
2. После прорыва дамбы мощные потоки воды полностью уничтожили постройки трех населенных пунктов. Есть человеческие жертвы, затоплены поля с сельскохозяйственными посевами, погибло много скота. Определите масштаб чрезвычайной ситуации?
3. По системе оповещения РСЧС получен сигнал о приближении урагана. Ваши действия при угрозе и во время урагана.
4. Поступило сообщение об опасности наводнения в вашем городе. Ваш дом попадает в зону объявленного затопления. Ваши действия при угрозе и во время наводнения.

Задание 3.

1. Установите последовательность проведения противоэпизоотических мероприятий

Варианты ответов:

- 1) изоляция источника возбудителя инфекции
 - 2) обезвреживание источника возбудителя инфекции
 - 3) Устранение (ликвидация) механизма передачи возбудителя
 - 4) повышение общей и специфической устойчивости животных
2. Установите соответствие между путями передачи и группами инфекционных болезней человека.
 1. Инфекции, передающиеся через инфицированную воду и пищу
 2. Инфекции, передающиеся воздушно-капельным путем
 3. Инфекции, передающиеся при помощи кровососущих членистоногих
 4. Инфекции, передающиеся через домашних животных

Варианты ответов:

- 1) алиментарные
 - 2) респираторные
 - 3) трансмиссивные
 - 4) контактные
3. Какая пандемия в истории человечества, на Ваш взгляд, является самой страшной? Почему Вы так считаете? Какие меры можно было бы предпринять для её предупреждения?

Задание 4.

1. В результате аварии на очистном сооружении в городской водопровод попало значительное количество хлора. Возникла угроза массового поражения населения. К какому типу по масштабам распространения относится данная чрезвычайная ситуация? Как вы оцените это происшествие?
2. Почувствовав острый запах гари, дежурный по второму этажу гостиницы подбежал к комнате, из-под двери которой валил дым. Распахнул ее, и густые клубы начали быстро распространяться по коридору. Оставив дверь открытой, бросился к телефону, чтобы вызвать пожарных, но связь отсутствовала. Коридор быстро наполнился удушливым дымом. Дежурный разбил оконное стекло, чтобы вдохнуть свежего воздуха и обеспечить себе возможность выпрыгнуть, если распространение огня будет угрожать его жизни. Перечислите ошибки в действиях дежурного.
3. Во время прогулки по лесу в пожароопасный период вы почувствовали запах дыма и поняли, что попали в зону лесного пожара. Ваши действия по сохранению личной безопасности в подобной ситуации?

Задание 5.

1. Соотнесите виды чрезвычайных ситуаций экологического характера с соответствующими примерами. Ответ запишите в таблицу, указав номер ЧС.

Примеры ЧС экологического характера:

1. Значительно превышение предельно допустимого уровня шума.
2. Резкая нехватка питьевой воды.
3. Резкие изменения погоды или климата в результате хозяйственной деятельности человека.
4. Опустынивание на обширных территориях из-за эрозии, засоления, заболачивания почв.
5. Разрушение озонового слоя атмосферы.
6. Гибель растительности на обширной территории.
7. Исчезновение видов растений, животных, чувствительных к изменениям условий среды обитания.
8. Истощение невозобновляемых природных ископаемых.
9. Катастрофические просадки, оползни, обвалы земной поверхности.
10. Массовая гибель животных.

Виды ЧС экологического характера: Примеры ЧС экологического характера

ЧС, связанные с изменением состояния суши

ЧС, связанные с изменением состава и свойств атмосферы

ЧС, связанные с изменением состава и свойств гидросферы

ЧС, связанные с изменением состояния биосферы

2. Опишите известные экологические чрезвычайные ситуации, произошедшие на территории Алтайского края.

Задание 6.

1. Вы получили звонок по мобильному телефону с незнакомого номера. Ваш друг просит срочно привезти ему по указанному адресу крупную сумму денег, объясняя, что попал в сложную ситуацию и должен откупиться. Составьте алгоритм своих действий, обоснуйте принятое решение.
2. Вы пошли на санкционированный митинг, но ситуация изменилась, Вы оказались в агрессивной толпе. Составьте алгоритм своих действий, обоснуйте принятое решение.
3. Дайте рекомендации по безопасному поведению своему приятелю – футбольному фанату, который едет болеть за любимую команду в город, где большинство болеет за команду противников.
4. Вы направляетесь в общественное место (в кинотеатр, на стадион и др.). Ваши действия по соблюдению мер личной безопасности в общественном месте и в толпе.

Задание 7.

1. Оформить схему структуры единой государственной системы подготовки населения РФ в области гражданской обороны и защиты от ЧС.
2. Опишите основные мероприятия по защите населения.
3. Возможно ли применение подвального помещения вашего дома в качестве защиты от поражающих факторов современных средств поражения? Приведите доводы, подтверждающие ваше мнение.

Задание 8.

Задание. При проверке государственным инспектором соблюдения законодательства по охране труда на заводе железобетонных изделий было выявлено значительное число несчастных случаев, связанных с производством. Основными причинами были:

- 1) отсутствие системы обучения безопасным условиям труда;
 - 2) не проведение инструктажей как при приеме на работу, так и в процессе производственной работы.
- Главный инженер завода объяснил это тем, что на работу принимались только квалифицированные работники и в указанных мероприятиях не было нужды.

1. Основаны ли на законе действия главного инженера?
2. Какие обязанности администрации установлены по обучению безопасным условиям труда?
3. Какие меры к виновным может применить государственный инспектор по охране труда?

Нормативно-правовая база:

Статья 212 ТК РФ. Обязанности работодателя по обеспечению безопасных условий и охраны труда

Статья 225 ТК РФ. Обучение в области охраны труда.

Задание 9.

1. Во время прогулки вдоль озера зимой при температуре воздуха -2°C приятель провалился одной ногой под лед. Через 40 минут вы пришли домой. Пострадавший жалуется на дрожь и отсутствие чувствительности пальцев ног. Выберите правильные действия при оказании помощи пострадавшему и перечислите их.

- 1) Предложить принять ванну с горячей водой.
- 2) Снять обувь, растереть стопы шерстяной тканью и опустить их в горячую воду.
- 3) Снять с ноги мокрый ботинок, обернуть стопу теплым одеялом.
- 4) Снять обувь, растереть стопу спиртом и приложить теплые грелки.
- 5) Предложить выпить горячий сладкий чай.
- 6) Предложить таблетку анальгина при проявлении сильных болей в ногах (при отсутствии аллергии).
- 7) Вызвать скорую медицинскую помощь.

2. Во время лыжной прогулки у товарища (у подруги) на щеке появилось белое пятно. Прикосновения пальцев он (она) не ощущает. Что произошло? Перечислите меры первой помощи, которые должны быть оказаны пострадавшему.

3. Пожилой мужчина упал, споткнувшись о бордюр, и ударился голенью. Отмечает сильную боль в области ушиба, быстро нарастающую припухлость. Какой объем первой помощи необходимо оказать пострадавшему, обоснуйте свой выбор.

Критерии оценивания практических заданий

«Зачтено» - студентом задание выполнено самостоятельно или с небольшой подсказкой преподавателя.

При этом составлен правильный алгоритм выполнения задания, в логических рассуждениях нет существенных ошибок, получен верный ответ, задание выполнено рациональным способом.

«Незачтено» - студентом задание не выполнено. Студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.

Приложения

Приложение 1.  [ФОС БЖД.docx](#)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Мастрюкова Б.С.	Безопасность жизнедеятельности: учеб. для вузов	М.: Академия, 2012	
Л1.2	Занько, Наталья Георгиевна. / Н. Г. Занько, К. Р. Малаян, О. Н. Русак ; под ред. О. Н. Русака.	Безопасность жизнедеятельности : учебник	СПб. ; М. ; Краснодар : Лань, 2008	
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	А. В. Фролов, Т. Н. Бакаева	Безопасность жизнедеятельности. Охрана труда: учеб. пособие для вузов	Феникс, 2008	
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название	Эл. адрес		
Э1	Безопасность жизнедеятельности	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8533		
6.3. Перечень программного обеспечения				
<p>Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно)</p> <p>Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно)</p> <p>Chrome (http://www.chromium.org/chromium-os/licenses), (бессрочно)</p> <p>7-Zip (http://www.7-zip.org/license.txt), (бессрочно)</p> <p>Adobe Reader (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legan/servicetou/ Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно)</p> <p>ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (http://astalinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно)</p> <p>Libre Office (http://ru.libreoffice.org/), (бессрочно)</p> <p>Веб-браузер Chromium (http://www.chromium.org/Home), (бессрочно)</p> <p>Антивирус Касперский (http://www.kaspersky.ru/), (до 23 июня 2024)</p> <p>Архиватор ARK (http://apps.kde.org/ark/), (бессрочно)</p> <p>Okular (http://okular.kde.org/ru/download/), (бессрочно)</p>				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Информационно-справочная система Консультант плюс (http://www.consultant.ru) 2. Научная электронная библиотека (https://elibrary.ru Научная электронная библиотека) 3. Реферативная база данных ВИНТИ РАН (http://www.viniti.ru). 4. Реферативная база данных научной периодики «Scopus» (http://www.scopus.com/) 5. Реферативно-библиографическая база данных научной периодики «Web of Science» (http://www.webofknowledge.com/). 6. Сеть патентной информации Европейского патентного ведомства «Espacenet» 				

(<http://worldwide.espacenet.com/>).

7. Информационный ресурс SpringerLinc (<https://link.springer.com>)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
Помещение для самостоятельной работы	помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ
521К	лаборатория инженерно-технических систем защиты техносферы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 20 посадочных мест; рабочее место преподавателя; стол весовой; 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.

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

1. Для успешного освоения содержания дисциплины необходимо посещать лекции, принимать активное участие в работе на семинаре, практическом занятии, а также выполнять задания, предлагаемые преподавателем для самостоятельного изучения.

2. Лекция.

- На лекцию приходите не опаздывая, так как это неэтично.
- На лекционных занятиях необходимо конспектировать изучаемый материал.
- Для систематизации лекционного материала, который будет полезен при подготовке к итоговому контролю знаний, записывайте на каждой лекции тему, вопросы для изучения, рекомендуемую литературу.
- В каждом вопросе выделяйте главное, обязательно запишите ключевые моменты (определение, факты, законы, правила и т.д.), подчеркните их.
- Если по содержанию материала возникают вопросы, не нужно выкрикивать, запишите их и задайте по окончании лекции или на семинарском занятии.
- Перед следующей лекцией обязательно прочитайте предыдущую, чтобы актуализировать знания и осознанно приступить к освоению нового содержания.

3. Семинарское (практическое) занятие – это форма работы, где студенты максимально активно участвуют в обсуждении темы.

- Для подготовки к семинару необходимо взять план семинарского занятия (на открытом образовательном портале - курс "Безопасность жизнедеятельности").
 - Самостоятельную подготовку к семинарскому занятию необходимо начинать с изучения понятийного аппарата темы. Рекомендуем использовать справочную литературу (словари, справочники, энциклопедии), целесообразно создать и вести свой словарь терминов.
 - На семинар выносятся обсуждения не одного вопроса, поэтому важно просматривать и изучать все вопросы семинара, но один из вопросов исследовать наиболее глубоко, с использованием дополнительных источников (в том числе тех, которые вы нашли самостоятельно). Не нужно пересказывать лекцию.
 - Важно запомнить, что любой источник должен нести достоверную информацию, особенно это относится к Internet-ресурсам. При использовании Internet - ресурсов в процессе подготовки не нужно их автоматически «скачивать», они должны быть проанализированы. Не нужно «скачивать» готовые рефераты, так как их однообразие преподаватель сразу выявляет, кроме того, они могут быть сомнительного качества.
 - В процессе изучения темы анализируйте несколько источников. Используйте периодическую печать - специальные журналы.
 - Полезным будет работа с электронными учебниками и учебными пособиями в Internet-библиотеках. Зарегистрируйтесь в них: университетская библиотека Онлайн (<https://elibrary.ru> Научная электронная библиотека).
 - В процессе подготовки и построения ответов при выступлении не просто пересказывайте текст учебника, но и выражайте свою лично-профессиональную оценку прочитанного.
 - Принимайте участие в дискуссиях, круглых столах, так как они развивают ваши навыки коммуникативного общения.
 - Если к семинарским занятиям предлагаются задания практического характера, продумайте план их выполнения или решения при подготовке к семинару.
 - При возникновении трудностей в процессе подготовки взаимодействуйте с преподавателем, консультируйтесь по самостоятельному изучению темы.
4. Самостоятельная работа.
- При изучении дисциплины не все вопросы рассматриваются на лекциях и семинарских занятиях, часть вопросов рекомендуется преподавателем для самостоятельного изучения.
 - Поиск ответов на вопросы и выполнение заданий для самостоятельной работы позволит вам расширить и углубить свои знания по курсу, применить теоретические знания в решении задач практического содержания, закрепить изученное ранее.
 - Эти задания следует выполнять не «наскоком», а постепенно, планомерно, следуя порядку изучения тем курса.
 - При возникновении вопросов обратитесь к преподавателю в день консультаций на кафедру.
 - Выполнив их, проанализируйте качество их выполнения. Это поможет вам развивать умения самоконтроля и оценочные компетенции.
5. Итоговый контроль.
- Для подготовки к зачету/экзамену возьмите перечень примерных вопросов (на открытом образовательном портале - курс "Безопасность жизнедеятельности").
 - В списке вопросов выделите те, которые были рассмотрены на лекции, семинарских занятиях. Обратитесь к своим записям, выделите существенное. Для более детального изучения изучите рекомендуемую литературу.
 - Если в списке вопросов есть те, которые не рассматривались на лекции, семинарском занятии, изучите их самостоятельно. Если есть сомнения, задайте вопросы на консультации перед экзаменом.
 - Продумайте свой ответ на зачете, его логику. Помните, что ваш ответ украсит ссылка на источник литературы, иллюстрация практики применения теоретического знания, а также уверенность и наличие авторской аргументированной позиции как будущего субъекта профессиональной деятельности.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Физическая культура и спорт рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра физического воспитания
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	2 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_РиСО-2020

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 19			
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 30.06.2020 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра физического воспитания

Протокол от 15.06.2023 г. № 13

Срок действия программы: 2023-2024 уч. г.

Заведующий кафедрой

Романова Е.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра физического воспитания

Протокол от 15.06.2023 г. № 13

Заведующий кафедрой *Романова Е.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	<ul style="list-style-type: none">- овладение системой научно-практических и специальных знаний, необходимых для понимания природных и социальных процессов функционирования физической культуры общества и личности, умение их адаптивного, творческого использования для личностного, профессионального развития и самосовершенствования;- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;- организации здорового стиля жизни при выполнении учебной, профессиональной и социокультурной деятельности;- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности;- приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.3

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-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/fizicheskaya-kultura-449973#page/2

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Письменский И.А., Аллянов Ю.Н.	Физическая культура : учебник для вузов	М:Юрайт , 2020	https://urait.ru/viewer/fizicheskaya-kultura-450258#page/1

6.1.3. Дополнительные источники

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л3.1	Лопатина О.А. и др.	Физическая культура и спорт: Учебное пособие	Барнаул: АлтГУ , 2018	http://elibrary.asu.ru/xmlui/handle/asu/4908

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

	Название	Эл. адрес
Э1	ЭБС "Юрайт"	https://biblio-online.ru/
Э2	ЭБС "Университетская библиотека online"	http://biblioclub.ru/
Э3	ЭБС АлтГУ	http://elibrary.asu.ru/
Э4	Курс в системе Moodle "Физическая культура и спорт"	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8158

6.3. Перечень программного обеспечения

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):

ст. преподаватель, Лопатина О.А.; к.ф.н. , доцент , Романова Е.В.

Рецензент(ы):

к.ф.н., доцент, Климов М.Ю.

Рабочая программа дисциплины

Элективные дисциплины по физической культуре и спорту

разработана в соответствии с ФГОС:

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

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 30.06.2020 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра физического воспитания

Протокол от 15.06.2023 г. № 13

Срок действия программы: 2023-2024 уч. г.

Заведующий кафедрой

Романова Е.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра физического воспитания

Протокол от 15.06.2023 г. № 13

Заведующий кафедрой *Романова Е.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	- поддержание и повышение уровня функциональной и физической подготовленности обучающихся с использованием методов и средств физической культуры для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к полноценной социальной и профессиональной деятельности, а также формирование устойчивого мотивационно-ценностного отношения к физкультурно-спортивной деятельности.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.О.3**

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-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	УК-7.3. Систему практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности средствами физической культуры и спорта.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	УК-7.4. Применять приобретенные умения и навыки в своей профессиональной деятельности, проводить самостоятельные занятия физическими упражнениями с общей развивающей, профессионально-прикладной и оздоровительно-корректирующей направленностью.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	УК-7.5. Владеет средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического 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

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.2.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения в течение учебного дня. Самостоятельные тренировочные занятия. Ходьба 30-40 мин. в темпе 90-120 шаг/мин. Постепенно увеличивая до 1 часа и повысить темп до 120-140 шаг/мин или оздоровительный бег от 5 до 10 мин на 1 км. Пульс для начинающих 120-130 уд/мин, со средним уровнем подготовленности 130-145 уд/мин, с высоким 150-165 уд/мин и выше уд/мин. Плавание - в начальном периоде занятий время пребывания в воде от 10-15 до 30-45 мин. Рекомендуется преодолевать за это время отрезки 600-700м, постепенно увеличивая до 700-800м, а затем до 1000-1200м. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	1	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.3.	Техника кроссового бега (бег по пересеченной местности). Техника челночного бега. Кардиотренировка с использованием внедорожного самоката (правой, левой ногами). ОФП, СФП.	Практические	1	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.4.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения в течение учебного дня. Самостоятельные тренировочные занятия. Ходьба 30-40 мин. в темпе 90-120 шаг/мин. Постепенно увеличивая до 1 часа и повысить темп до 120-140 шаг/мин или оздоровительный бег от 5 до 10 мин на 1 км. Пульс для начинающих 120-130 уд/мин, со средним уровнем подготовленности 130-145 уд/мин, с высоким 150-165 уд/мин и выше уд/мин. Плавание - в начальном периоде занятий время	Сам. работа	1	6	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	<p>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>					
1.5.	<p>Техника прыжка в длину с места. Бег на средние и длинные дистанции. Кардиотренировка с использованием внедорожного самоката (правой, левой ногами). ОФП, СФП.</p>	Практические	1	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.6.	<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 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>	Сам. работа	1	6	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.7.	<p>Баскетбол. Техника безопасности на занятиях по баскетболу. Правила игры. Техника нападения. Передвижения/перемещения. Техника владения мячом.</p>	Практические	1	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.					
1.8.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	1	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.9.	Техника защиты. Техника передвижений. Техника овладения мячом и противодействия. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	1	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.10.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	1	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.11.	Финты и сочетание приемов. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	1	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.12.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	1	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.13.	Тактика нападения. Тактические действия в защите. Игровая подготовка. (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	1	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.14.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	1	6	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.15.	Волейбол. Техника безопасности на занятиях по волейболу. Правила игры. Техника игры в нападении. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	1	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.16.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	1	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.17.	Техника игры в защите. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	1	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.18.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	1	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.19.	Тактика игры в нападении. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	1	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.20.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	1	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.21.	Тактические действия в защите. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	1	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.22.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	1	6	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
Раздел 2. Обучение видам спорта						
2.1.	Лыжная подготовка. Техника безопасности на занятиях лыжной подготовкой. Классические лыжные ходы. Прохождение дистанции.	Практические	2	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.2.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ходьба на лыжах для начинающих 3-4 км, постепенно увеличивая дистанцию до 8-10 км. Продолжительность первых занятий 30-60 мин, постепенно увеличивая до 1,5-2 часов. Упражнения, направленные на развитие силы и гибкости. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	2	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.3.	Обучение различными способами подъемов на лыжах. Прохождение дистанции.	Практические	2	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.4.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ходьба на лыжах для начинающих 3-4 км, постепенно увеличивая дистанцию до 8-10 км. Продолжительность первых занятий 30-60 мин, постепенно увеличивая до 1,5-2 часов. Упражнения, направленные на развитие силы и гибкости. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	2	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.5.	Обучение способам спусков на лыжах (основная (средняя), высокая, низкая стойки и стойка отдыха). Прохождение дистанции.	Практические	2	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.6.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ходьба на лыжах для начинающих 3-4 км, постепенно увеличивая дистанцию до 8-10 км. Продолжительность первых занятий 30-60 мин, постепенно увеличивая до 1,5-2 часов. Упражнения, направленные на развитие силы и гибкости. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	2	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.7.	Обучение торможению на лыжах (торможение плугом, торможение упором, торможение палками, торможение падением). Прохождение дистанции.	Практические	2	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.8.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ходьба на лыжах для начинающих 3-4 км, постепенно увеличивая дистанцию до 8-10 км. Продолжительность первых занятий 30-60 мин, постепенно увеличивая до 1,5-2 часов. Упражнения, направленные на развитие силы и гибкости. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	2	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.9.	Обучение поворотам в движении и на месте (поворот переступанием,	Практические	2	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	поворот плугом, поворот на месте). Прохождение дистанции.					
2.10.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ходьба на лыжах для начинающих 3-4 км, постепенно увеличивая дистанцию до 8-10 км. Продолжительность первых занятий 30-60 мин, постепенно увеличивая до 1,5-2 часов. Упражнения, направленные на развитие силы и гибкости. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	2	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.11.	Баскетбол. Техника безопасности на занятиях по баскетболу. Техника нападения. Техника владения мячом. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	2	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.12.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	2	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.13.	Техника защиты. Техника овладения мячом и противодействия. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	2	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.14.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	2	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.15.	Финты и сочетание приемов. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	2	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.16.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	2	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.17.	Тактика нападения. Тактические действия в защите. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	2	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.18.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	2	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.19.	Волейбол. Техника безопасности на занятиях по волейболу. Техника игры в нападении. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	2	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.20.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	2	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.21.	Техника игры в защите. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	2	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.22.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	2	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.23.	Тактика игры в нападении. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	2	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.24.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	2	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.25.	Тактические действия в защите. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	2	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.26.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	2	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
Раздел 3. Совершенствование по видам спорта						
3.1.	Легкая атлетика. Техника безопасности на занятиях легкой атлетикой.	Практические	3	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	Скандинавская ходьба. Бег на средние и длинные дистанции. Фартлек (интервальная циклическая тренировка). Кардиотренировка с использованием внедорожного самоката (правой, левой ногами). ОФП, СФП.					
3.2.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения в течение учебного дня. Самостоятельные тренировочные занятия Ходьба 30-40 мин. в темпе 90-120 шаг/мин. Постепенно увеличивая до 1 часа и повысить темп до 120-140 шаг/мин. или оздоровительный бег от 5 до 10 мин на 1 км. Пульс для начинающих 120-130 уд/мин, со средним уровнем подготовленности 130-145 уд/мин, с высоким 150-165 уд/мин и выше уд/мин. Плавание - в начальном периоде занятий время пребывания в воде от 10-15 до 30-45 мин. Рекомендуется преодолевать за это время отрезки 600-700м, постепенно увеличивая до 700-800м, а затем до 1000-1200м. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	3	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.3.	Кроссовый бег (бег по пересеченной местности). Фартлек (интервальная циклическая тренировка). Кардиотренировка с использованием внедорожного самоката (правой, левой ногами). ОФП, СФП.	Практические	3	2	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.4.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения в течение учебного дня. Самостоятельные тренировочные занятия. Ходьба 30-40 мин. в темпе 90-120 шаг/мин. Постепенно	Сам. работа	3	6	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	увеличивая до 1 часа и повысить темп до 120-140 шаг/мин. или оздоровительный бег от 5 до 10 мин на 1 км. Пульс для начинающих 120-130 уд/мин, со средним уровнем подготовленности 130-145 уд/мин, с высоким 150-165 уд/мин и выше уд/мин. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.					
3.5.	Челночный бег. Прыжки в длину с места. Кроссовый бег (бег по пересеченной местности). Фартлек (интервальная циклическая тренировка). Кардиотренировка с использованием внедорожного самоката (правой, левой ногами). ОФП, СФП.	Практические	3	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.6.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения в течение учебного дня. Самостоятельные тренировочные занятия. Ходьба 30-40 мин. в темпе 90-120 шаг/мин. Постепенно увеличивая до 1 часа и повысить темп до 120-140 шаг/мин. или оздоровительный бег от 5 до 10 мин на 1 км. Пульс для начинающих 120-130 уд/мин, со средним уровнем подготовленности 130-145 уд/мин, с высоким 150-165 уд/мин и выше уд/мин. Плавание - в начальном периоде занятий время пребывания в воде от 10-15 до 30-45 мин. Рекомендуется преодолевать за это время отрезки 600-700м, постепенно увеличивая до 700-800м, а затем до 1000-1200м. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	3	6	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
3.7.	Баскетбол. Техника безопасности на занятиях по баскетболу. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	3	10	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.8.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	3	18	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.9.	Волейбол. Техника безопасности на занятиях по волейболу. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	3	10	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.10.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	3	18	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
Раздел 4. Совершенствование по видам спорта.						
4.1.	Лыжная подготовка. Техника безопасности на занятиях лыжной подготовкой. Коньковые способы лыжных ходов. Прохождение дистанции.	Практические	4	6	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
4.2.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ходьба на лыжах для начинающих 3-4 км, постепенно увеличивая дистанцию до 8-10 км. Продолжительность первых занятий 30-60 мин, постепенно увеличивая до 1,5-2 часов. Упражнения, направленные на развитие силы и гибкости. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	4	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
4.3.	Стойки на спусках, преодоление неровностей (основная, высокая и низкая стойки). Прохождение дистанции.	Практические	4	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
4.4.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ходьба на лыжах для начинающих 3-4 км, постепенно увеличивая дистанцию до 8-10 км. Продолжительность первых занятий 30-60 мин, постепенно увеличивая до 1,5-2 часов. Упражнения, направленные на развитие силы и гибкости. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	4	6	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
4.5.	Прохождение дистанции.	Практические	4	4	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
4.6.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Ходьба на лыжах для начинающих 3-4 км, постепенно увеличивая дистанцию до 8-10 км. Продолжительность первых занятий 30-60 мин, постепенно увеличивая до 1,5-2 часов. Упражнения, направленные на развитие силы и гибкости. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	4	6	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
4.7.	Баскетбол. Техника безопасности на занятиях по баскетболу. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	4	12	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
4.8.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	4	14	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
4.9.	Волейбол. Техника безопасности на занятиях по волейболу. Игровая подготовка. Скипинг (выполнение упражнений с использованием скакалки). ОФП, СФП.	Практические	4	12	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
4.10.	Ежедневная УГГ от 8-10 до 20-30 мин. Упражнения с элементами спортивных игр. Подвижные и спортивные игры. Упражнения, направленные на развитие быстроты, силы, гибкости. Походы выходного дня. Участие в оздоровительных, физкультурных и спортивно-массовых мероприятиях.	Сам. работа	4	14	УК-7	Л3.1, Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
<p>Тесты (нормативы) для проведения текущего контроля</p> <p>Тесты оценки спортивно-технической подготовленности (баскетбол)</p> <p>№ п/п-----Тесты ----Женщины ----Мужчины Оценка 5-----4-----3-----2 5-----4-----3-----2</p> <p>1. Штрафной бросок (кол-во попаданий из 7 попыток) >3-----2-----1-----0 >4-----3-----2-----1</p> <p>2. Ведение мяча 20 м правой или левой руками (сек) 4,5-----4,8-----5,1-----5,4 3,5-----3,8-----4,1-----4,4</p> <p>3. Передача и ловля мяча (после отскока) от стенки с расстояния 2м за 30сек. (кол-во раз) 25-----23-----21-----19 30-----28-----26-----24</p> <p>Тесты по спортивно-технической подготовленности (волейбол)</p> <p>№ п/п Тесты Женщины Мужчины Оценка 5-----4-----3-----2 5-----4-----3-----2</p> <p>1. Передача сверху двумя руками над собой (кол-во раз) 20-----15-----10-----5 20-----15-----10-----5</p> <p>2. Передача снизу двумя руками над собой (кол-во раз)-----15-----10-----5-----1 15-----10-----5-----1</p> <p>3. Подача из любой части лицевой линии (из 7 попыток) -----7-----5-----3-----1 7-----5-----3-----1</p> <p>Критерии оценивания. "зачтено" Обучающийся должен сдать шесть тестов по спортивно-технической подготовленности не менее чем на оценку «удовлетворительно». "не зачтено" Обучающийся не сдал шесть тестов или получил оценку неудовлетворительно.</p> <p>Тесты (нормативы) для проведения промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины</p> <p>Тест оценки функциональной подготовленности / женщины, мужчины (Ж,М)</p> <p>№ п/п Тесты -----Единица измерения-----Пол -----Оценка-----5-----4-----3-----2</p> <p>1. Проба Мартине (20 приседаний за 30 секунд)-----%-----м/ж <20% -----21-40%-----41-65%-----более 66%</p> <p>2. Проба Штанге-----мин., сек-----м\ж-----в норме 40-55 и более</p>

Тесты оценки физической подготовленности
ЖЕНЩИНЫ

№ п/п-----Тесты-----Единицы измерения-----5-----4-----3-----2

1. Кросс по пересеченной местности 1 км -----мин., сек. 4.30-----5.00-----5.30-----6.00
2. Скандинавская ходьба (для студентов под. группы) км-----5-----4-----3-----2
3. Прыжок в длину с места см-----180-----170-----160-----150
4. Челночный бег 4х9-----сек-----9.8-----10.2-----10.7-----11.00
5. Поднимание туловища из положения, лежа на спине, руки за головой, ноги закреплены кол-во раз-----40-----30-----20-----10
6. Сгибание и разгибание рук в упоре от гимнастической скамейки кол-во раз-----14-----12-----10-----8
7. Наклон вперед из и. п. сед ноги врозь (40 см) см-----13-----11-----9-----7
8. Броски (одной рукой) и ловля теннисного мяча двумя руками с расстояния 1 метра от стенки за 30 сек кол-во раз-----35-----30-----25-----20
9. Бег на лыжах 1 км мин., сек.-----6.00-----6.30-----7.00-----7.30

Обязательные тесты для женщин:

1. Кросс по пересеченной местности 1 км или бег на лыжах 1 км;
2. Прыжок в длину с места или челночный бег 4х9;
3. Поднимание туловища из положения, лежа на спине, руки за головой, ноги закреплены или сгибание и разгибание рук в упоре от гимнастической скамейки;
4. Наклон вперед из и. п. сед ноги врозь (40 см);
5. Броски (одной рукой) и ловля теннисного мяча двумя руками с расстояния 1 метра от стенки за 30 сек.

МУЖЧИНЫ

№ п/п Тесты Единица измерения 5 4 3 2

1. Кросс по пересеченной местности 1 км-----мин., сек.-----4.00-----4.30-----5.00-----5.30
2. Скандинавская ходьба (для студентов под. группы)-----км-----6-----5-----4-----3
3. Прыжок в длину с места-----см-----2.40-----2.30-----2.20-----2.10
4. Челночный бег 4х9-----сек.-----9.2-----9.6-----10.1-----10.5
5. Поднимание туловища из положения, лежа на спине, руки за головой, ноги закреплены -----кол-во раз-----50-----40-----30-----20
6. Подтягивание из виса на высокой перекладине -----кол-во раз-----13-----10-----9-----7
7. Наклон вперед из и. п. сед ноги врозь (40 см)-----см-----11-----9-----7-----5
8. Броски (одной рукой) и ловля теннисного мяча двумя руками с расстояния 1 метра от стенки за 30 сек - кол-во раз-----40-----35-----30-----25
9. Бег на лыжах 1 км-----мин., сек.-----5.30-----6.00-----6.30-----7.00

Обязательные тесты для мужчин:

1. Кросс по пересеченной местности 1 км или бег на лыжах 1 км;
2. Прыжок в длину с места или челночный бег 4х9;
3. Подтягивание из виса на высокой перекладине или поднимание туловища из положения, лежа на спине, руки за головой, ноги закреплены;
4. Наклон вперед из и. п. сед ноги врозь (40 см);
5. Броски (одной рукой) и ловля теннисного мяча двумя руками с расстояния 1 метра от стенки за 30 сек.

Критерии оценивания.

"зачтено" Обучающийся должен сдать пять обязательных тестов по физической подготовленности и два обязательных теста по функциональной подготовленности не менее чем на оценку «удовлетворительно».
"не зачтено" Обучающийся не сдал обязательные тесты или получил оценку неудовлетворительно.

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

Не предусмотрено

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация оценивается обязательными тестами по функциональной и физической подготовленности.

(Ж, М) - сдают два теста по функциональной подготовленности, и пять обязательных тестов по физической подготовленности.
Тесты по физической подготовленности для (М) и (Ж) отличаются по гендерному различию (см. контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины).
Обучающимся необходимо сдать вышеперечисленные тесты не менее чем на оценку "удовлетворительно".
Примечание. Тесты по функциональной, физической и спортивно-технической подготовленности проводятся с учетом показаний и противопоказаний для студентов подготовительной группы. Студенты, которые не прошли медицинское обследование к сдаче нормативов (тестов) не допускаются.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Конева Е.В.	Спортивные игры. Правила, техника, тактика.: учебное пособие для вузов	М: Юрайт , 2020	https://urait.ru/bcode/456321
Л1.2	Кондакова В.Л.	Самостоятельная работа студента по физической культуре: учебное пособие	М: Юрайт , 2021	https://urait.ru/viewer/samostoyatelnaya-rabota-studenta-po-fizicheskoy-kulture-476334#page/1
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Зайцев А.А.	Элективные курсы по физической культуре и спорту. Практическая подготовка. : учебное пособие	М.: Юрайт, 2021	https://urait.ru/viewer/elektivnye-kursy-po-fizicheskoy-kulture-i-sportu-prakticheskaya-podgotovka-476677#page/1
Л2.2	Жданкина Е.Ф., Добрынин И.М. и др.	Физическая культура. Лыжная подготовка: учебное пособие для ВУЗов: учебное пособие для ВУЗов	М:Юрайт , 2020	https://urait.ru/viewer/fizicheskaya-kultura-lyzhnaya-podgotovka-453244#page/1
6.1.3. Дополнительные источники				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л3.1	Белоуско Д.В.	Основы обучения двигательным действиям и развития физических качеств : Учебно-методическое пособие	Барнаул:АлтГУ , 2015	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/926
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	ЭБС АлтГУ		http://elibrary.asu.ru/	

Э2	ЭБС "Юрайт"	https://biblio-online.ru/
Э3	Курс в Moodle "Элективные дисциплины по физической культуре и спорту"	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=5160
6.3. Перечень программного обеспечения		
<p>Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно); Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно); Chrome (http://www.chromium.org/chromium-os/licenses), (бессрочно); 7-Zip (http://www.7-zip.org/license.txt), (бессрочно); AcrobatReader (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно); ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно); LibreOffice (https://ru.libreoffice.org/), (бессрочно); Веб-браузер Chromium (https://www.chromium.org/Home/), (бессрочно); Антивирус Касперский (https://www.kaspersky.ru/), (до 23 июня 2024); Архиватор Ark (https://apps.kde.org/ark/), (бессрочно); Okular (https://okular.kde.org/ru/download/), (бессрочно); Редактор изображений Gimp (https://www.gimp.org/), (бессрочно)</p>		
6.4. Перечень информационных справочных систем		
<p>СПС КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс АлтГУ или http://www.consultant.ru/). Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com); Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/); Научная электронная библиотека eLibrary (http://elibrary.ru) Электронный ресурс в системе "Moodle" https://portal.edu.asu.ru/enrol/index.php?id=2653</p>		

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
33СОК	зал аэробики	Амортизаторы резиновые; весы; воланы для бадминтона; гантели 1 кг; гимнастические палочки деревянные; гимнастические палочки металлические; динамометры кистевые; диски вращения; диск CD музыкальный; зеркала; коврики гимнастические (короткие); конусы пластиковые (маленькие); конусы пластиковые (большие); массажные палки; мат гимнастический зальный; музыкальный центр LG; колонки; мячи баскетбольные; мячи волейбольные; мячи резиновые; мячи теннисные; мячи утяжеленные; обручи гимнастические алюминиевые; перекладины на шведскую стенку; рабочее место преподавателя; ракетки для бадминтона; секундомеры; скакалки; спирометр; стенки шведские; степ-платформы деревянные; теп-платформы пластиковые; стул; тонометр автоматический; утяжелители; хореографические станки; эстафетные палочки деревянные.
35СОК	зал лфк, аэробики	Бодибары (палки гимнастические), 3 кг; гантели (0,5-1,5 кг); весы-жироанализаторы многофункциональные; динамометры кистевые; динамометр становой; зеркала; коврики гимнастические; мат гимнастический зальный; механический ростомер-рулетка со сматывающейся металлической лентой; мячи для большого тенниса; мячи массажные; пульсометры; перекладина гимнастическая; секундомер; скамьи; спирометры; стол теннисный; тонометр

Аудитория	Назначение	Оборудование
		автоматический; тонометры автоматические запястные; трекинговые палки; фитдиски; балансировочные подушки (медицинские балансировочные диски); хореографические станки; шагомеры.
35аСОК	тренажерный зал	Беговые дорожки; бицепс-трицепс ног; блины; блины обрезаемые; велотренажеры магнитные; весы; гантели (1-2 кг); гантели (5-40 кг); голень блок; грифы; замки; зеркала; коврики гимнастические (короткие); обруч гимнастический; пояса атлетические; рабочее место преподавателя; скамья 45-90°; скамьи атлета 0-90° кор.; скамья атлета горизонт.; скамьи «Гиперэкстензия»; скамья для 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 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;

Аудитория	Назначение	Оборудование
		табло баскетбольное; тележка для мячей; щиты баскетбольные в сборе.

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина (модуль) «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» реализуется в виде практических занятий по видам спорта и самостоятельной работы студентов. В начале первого семестра обучающимся необходимо пройти медицинский осмотр (по графику). По результатам медицинского обследования студенты распределяются по учебным отделениям (основное, специальное, спортивное и отделение адаптивной физической культуры (АФК)). Обучающиеся, не прошедшие медицинского обследования с оформлением медицинского заключения о принадлежности к медицинской группе, к практическим занятиям не допускаются.

На практических занятиях обучающимся необходимо соблюдать меры безопасности, выполнять все требования преподавателя и методические указания. Для повышения функциональной, физической и спортивно-технической подготовленности необходимо посещать каждое практическое занятие за исключением уважительной причины (болезнь студента, подтверждающаяся медицинской справкой) и выполнять рекомендации по самостоятельной работе (см. РПД).

Занятия, пропущенные по уважительной причине, не отрабатываются.

Студенты, пропустившие учебные занятия без уважительной причины отрабатывают пропущенные занятия в соответствии с графиком отработок по дисциплине (модулю) «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту», утвержденным заведующим кафедрой физического воспитания АлтГУ. Отрабатывается каждая учебная пара.

Практические занятия для студентов специального отделения и отделения АФК осуществляется с учетом психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Учитываются показания и противопоказания для каждого студента. Использование средств физической культуры включает физические упражнения из различных видов спорта и современных оздоровительных методик и систем. Для их реализации используется индивидуально-дифференцированный подход.

Для групп специального отделения и отделения АФК в расписании планируются отдельные практические занятия.

Обучающиеся, освобожденные от практических занятий по дисциплине (модулю) «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» пишут и защищают рефераты.

Программу составил(и):

к.филол.н., доцент, Милокова 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.социол, Профессор, Ковалева А.В.; к.филол.н., Доцент, Милокова А.Г.

Рецензент(ы):

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

Рабочая программа дисциплины

Актуальные проблемы исследований 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 30.06.2020 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8

Срок действия программы: 2023-2024 уч. г.

Заведующий кафедрой

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.О.4

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
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-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	Владет 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, оценкиконо

	курентоспособности 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	2	4		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.2.	Основные этапы научного исследования в рекламе и связях с общественностью	Лекции	2	4		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.3.	Методы научного исследования в рекламе и связях с общественностью	Лекции	2	2		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.4.	Определение предметной области исследований в рекламе и связях с общественностью	Лабораторные	2	4		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.5.	Разработка методологического аппарата исследований в рекламе и связях с общественностью	Лабораторные	2	4		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.6.	Сбор, анализ и интерпретация эмпирических данных исследования	Лабораторные	2	4		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.7.	Оформление результатов эмпирического исследования	Лабораторные	2	4		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.8.	Публичная защита курсовой работы	Лабораторные	2	8		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.9.	Подготовка теоретической и практической части исследования в рамках выбранной темы.	Сам. работа	2	38		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		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
2.2.	Разработка методологического аппарата исследований в рекламе и связях с общественностью	Лабораторные	3	4		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.3.	Оформление результатов эмпирического исследования.	Лабораторные	3	4		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
2.4.	Представление презентации по аналитическим материалам темы исследования	Лабораторные	3	6		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
2.5.	Подготовка презентации по аналитическим материалам темы исследования	Сам. работа	3	54		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	4		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
3.2.	Разработка методологического аппарата исследований в рекламе и связях с общественностью	Лабораторные	4	4		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
3.3.	Оформление результатов эмпирического исследования.	Лабораторные	4	4		Л2.1, Л1.1, Л1.2
3.4.	Представление презентации по аналитическим материалам темы исследования	Лабораторные	4	6		Л2.1, Л1.1, Л1.2
3.5.	Подготовка презентации по аналитическим материалам темы исследования	Сам. работа	4	54		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 4. Актуальные проблемы исследования						
4.1.	Определение предметной области исследований в рекламе и связях с общественностью	Лабораторные	5	4		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
4.2.	Разработка методологического аппарата исследований в рекламе и связях с общественностью	Лабораторные	5	4		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
4.3.	Оформление результатов эмпирического исследования.	Лабораторные	5	4		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
4.4.	Представление презентации по аналитическим материалам темы исследования	Лабораторные	5	6		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
4.5.	Подготовка презентации по аналитическим материалам темы исследования	Сам. работа	5	54		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	4		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
5.2.	Разработка методологического аппарата исследований в рекламе и связях с общественностью	Лабораторные	6	4		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
5.3.	Оформление результатов эмпирического исследования.	Лабораторные	6	4		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
5.4.	Представление презентации по аналитическим материалам темы исследования	Лабораторные	6	6		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
5.5.	Подготовка презентации по аналитическим материалам темы исследования	Сам. работа	6	54		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	4		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
6.2.	Разработка методологического аппарата исследований в рекламе и связях с общественностью	Лабораторные	7	4		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
6.3.	Оформление результатов эмпирического исследования.	Лабораторные	7	4		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
6.4.	Представление презентации по аналитическим материалам темы исследования	Лабораторные	7	6		Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
6.5.	Подготовка презентации по аналитическим материалам темы исследования	Сам. работа	7	54		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) Читательность
- 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 исключающих 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.)

не предусмотрено

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

См. приложение

Приложения

Приложение 1.  [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.php?page=book&id=454031
Л1.2	Марочкина, С.С.	Введение в специальность: реклама: учебное пособие	ЭБС «Университетская библиотека online», 2015	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114757
Л1.3	Емельянов, С. М.	Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата	ЭБС «Юрайт», 2018	www.biblio-online.ru/book/463D79D1-24A2-40AE-8D02-BC0595D90A1D
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Гундарин, Михаил Вячеславович.	Основы интегрированных коммуникаций: связи с общественностью : учеб. пособие	Барнаул : Изд-во АлтГУ, 2016	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/3445
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Клуб специалистов PR		www.pr-club.com	
Э2	Сайт библиотеки АлтГУ		www.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	медiateка, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)
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 1 шт.; системный блок: IntelCore 2 DuoE7400 -17 шт.; сервер: системный блок: AquariusIntelPentiumD; монитор: Acer V173 B -16 шт.; монитор: Acer V193W 1 шт.; телевизор Samsung
106Л	помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Стеллажи – 3 шт. осциллограф, паяльная станция, источник тока, переносные ноутбуки
307Д	лаборатория проектирования интегрированных коммуникаций кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для	Учебная мебель на 19 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица;

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

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	4 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_РиСО-2020

Часов по учебному плану	144	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	3
аудиторные занятия	36		
самостоятельная работа	81		
контроль	27		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (3)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	14	14	14	14
Практические	22	22	22	22
Сам. работа	81	81	81	81
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	144	144	144	144

Программу составил(и):

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

Рецензент(ы):

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

Рабочая программа дисциплины

Интегрированные коммуникации

разработана в соответствии с ФГОС:

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

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 30.06.2020 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11

Срок действия программы: 2022-2023 уч. г.

Заведующий кафедрой

д.социол.н., профессор Ковалева А.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11

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

1. Цели освоения дисциплины

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

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.4

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

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


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

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Условия и принципы развития интегрированных коммуникаций						
1.1.	Интегрированные макетинговые коммуникации, интегрированные коммуникации: контексты использования понятия	Лекции	3	2	ПК-3, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
1.2.	Концепции маркетинга и становление интегрированных коммуникаций	Практические	3	2	ПК-3, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
1.3.	Управление коммуникациями организации	Сам. работа	3	16	ПК-3, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
1.4.	Интегрированные макетинговые коммуникации, интегрированные коммуникации: контексты использования понятия	Сам. работа	3	10	ПК-3, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
1.5.	Подходы к систематизации интегрированных коммуникаций	Лекции	3	2	ПК-3, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
1.6.	Подходы к систематизации интегрированных коммуникаций	Практические	3	2	ПК-3, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
1.7.	Подходы к систематизации интегрированных коммуникаций	Сам. работа	3	4	ПК-3, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
1.8.	Стейкхолдеры коммуникаций	Лекции	3	2	ПК-3, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
1.9.	Стейкхолдеры коммуникаций	Практические	3	2	ПК-3, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
1.10.	Стейкхолдеры коммуникаций	Сам. работа	3	9	ПК-3, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
Раздел 2. Компоненты интегрированных коммуникаций						

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.1.	Традиционные компоненты интегрированных коммуникаций	Лекции	3	2	ПК-3, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
2.2.	Традиционные компоненты интегрированных коммуникаций	Практические	3	4	ПК-3, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
2.3.	Традиционные компоненты интегрированных коммуникаций	Сам. работа	3	8	ПК-3, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
2.4.	Современные онлайн и офлайн-инструменты интегрированных коммуникаций	Лекции	3	2	ПК-3, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
2.5.	Современные офлайн-инструменты интегрированных коммуникаций	Практические	3	4	ПК-3, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
2.6.	Современные онлайн-инструменты интегрированных коммуникаций	Сам. работа	3	6	ПК-3, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
Раздел 3. Управление интегрированными коммуникациями						
3.1.	Принципы, методы стратегии коммуникации	Лекции	3	2	ПК-3, ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
3.2.	Этапы и результаты интегрированных коммуникаций	Лекции	3	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
3.3.	Принципы, методы стратегии коммуникации	Практические	3	4	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
3.4.	Этапы и результаты интегрированных коммуникаций	Практические	3	4	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
3.5.	Принципы, методы стратегии коммуникации	Сам. работа	3	14	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
3.6.	Этапы и результаты интегрированных коммуникаций	Сам. работа	3	14	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3
3.7.	Итоговый контроль	Экзамен	3	27	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.3

5. Фонд оценочных средств

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

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

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

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

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)
320Л	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 экзаменом. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Интернет-реклама и PR рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	2 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_РиСО-2020

Часов по учебному плану	72	Виды контроля по семестрам
в том числе:		диф. зачеты: 4
аудиторные занятия	28	
самостоятельная работа	44	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (4)		Итого	
	Неделя 15			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	10	10	10	10
Практические	18	18	18	18
Сам. работа	44	44	44	44
Итого	72	72	72	72

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 30.06.2020 протокол № 6.

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

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

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

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

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

1. Цели освоения дисциплины

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

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.О.4**

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
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.	основные маркетинговые методики изучения аудитории интернета для задач интернет-маркетинга; основные маркетинговые методики изучения медиаканалов, в том числе в рамках конкурентного анализа, для задач интернет-маркетинга; основные маркетинговые методики изучения контента, в том числе в рамках конкурентного анализа, для задач интернет-маркетинга; 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-маркетинга
3.2.	Уметь:
3.2.1.	использовать основные маркетинговые методики изучения аудитории интернета для задач интернет-маркетинга; использовать основные маркетинговые методики изучения медиаканалов, в том числе в рамках конкурентного анализа, для задач интернет-маркетинга; использовать основные маркетинговые методики изучения медиаконтента, в том числе в рамках конкурентного анализа, для задач интернет-маркетинга; 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 изучения аудитории интернета для задач интернет-маркетинга; основными маркетинговыми методиками изучения медиаканалов, в том числе в рамках конкурентного анализа, для задач интернет-маркетинга; основными маркетинговыми методиками изучения контента, в том числе в рамках конкурентного анализа, для задач интернет-маркетинга;

<p>методами практического использования изучаемых теоретических концепций, моделей, методов и технологий Интернет-маркетинга;</p> <p>методиками маркетингового планирования, аудита, анализа и обоснования решений в области Интернет-маркетинга;</p> <p>методиками разработки маркетинговых планов и проектов в сети Интернет во взаимодействии с заказчиком, а также презентации результатов маркетингово-коммуникационных проектов в сети Интернет.</p>
--


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	4	2	ОПК-6, ПК-3, ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.2.	Электронная коммерция: теория и методология маркетинга в сети Интернет	Практические	4	2	ОПК-6, ПК-3, ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.3.	Электронная коммерция: теория и методология маркетинга в сети Интернет	Сам. работа	4	4	ОПК-6, ПК-3, ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.4.	Основные концепции Интернет-маркетинга	Лекции	4	2	ОПК-6, ПК-3, ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.5.	Основные концепции Интернет-маркетинга	Практические	4	2	ОПК-6, ПК-3, ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.6.	Основные концепции Интернет-маркетинга	Сам. работа	4	10	ОПК-6, ПК-3, ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.7.	Аудитория Интернета. Основные принципы работы с аудиторией сайта	Практические	4	2	ОПК-6, ПК-3, ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.8.	Аудитория Интернета. Основные принципы работы с аудиторией сайта	Сам. работа	4	6	ОПК-6, ПК-3, ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.9.	Анонсирование сайта в поисковых системах. Поисковая оптимизация	Практические	4	2	ОПК-6, ПК-3, ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.10.	Анонсирование сайта в поисковых системах. Поисковая оптимизация	Сам. работа	4	8	ОПК-6, ПК-3, ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
Раздел 2. Технологии Интернет-маркетинга						
2.1.	Технологии Интернет-рекламы	Лекции	4	2	ОПК-6, ПК-3, ПК-4	Л2.1, Л1.1
2.2.	Технологии баннерной рекламы	Практические	4	2	ОПК-6, ПК-3, ПК-4	Л2.1, Л1.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.3.	Технологии баннерной рекламы	Сам. работа	4	4	ОПК-6, ПК-3, ПК-4	Л2.1, Л1.1
2.4.	Технологии контекстной рекламы	Практические	4	2	ОПК-6, ПК-3, ПК-4	Л2.1, Л1.1
2.5.	Технологии контекстной рекламы	Сам. работа	4	4	ОПК-6, ПК-3, ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
2.6.	Оптимизация для социальных сетей (SMO). Создание виртуального сообщества интернет-проекта	Практические	4	2	ОПК-6, ПК-3, ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
2.7.	Оптимизация для социальных сетей (SMO). Создание виртуального сообщества интернет-проекта	Сам. работа	4	4	ОПК-6, ПК-3, ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
2.8.	Медиапланирование, вебаналитика и анализ эффективности Интернет-рекламы.	Лекции	4	2	ОПК-6, ПК-3, ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
2.9.	Медиапланирование, вебаналитика и анализ эффективности Интернет-рекламы.	Практические	4	2	ОПК-6, ПК-3, ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
2.10.	Медиапланирование, вебаналитика и анализ эффективности Интернет-рекламы.	Лекции	4	2	ОПК-6, ПК-3, ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
2.11.	Медиапланирование, вебаналитика и анализ эффективности Интернет-рекламы.	Практические	4	2	ОПК-6, ПК-3, ПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2
2.12.	Медиапланирование, вебаналитика и анализ эффективности Интернет-рекламы.	Сам. работа	4	4	ОПК-6, ПК-3, 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 2-3 курсы.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 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
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица
320Л	медиа-тека, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;

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 консультациях 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»

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	4 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_РиСО-2020

Часов по учебному плану	144	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	3
аудиторные занятия	56		
самостоятельная работа	61		
контроль	27		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (3)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	24	24	24	24
Практические	32	32	32	32
Сам. работа	61	61	61	61
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	144	144	144	144

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 30.06.2020 протокол № 6.

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

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

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

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

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

1. Цели освоения дисциплины

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

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.О.4**

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
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	3	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	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
1.3.	Понятие и сущность концепции маркетинга.	Сам. работа	3	3	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	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
1.5.	Маркетинг в цифровую эпоху.	Сам. работа	3	4	ПК-3.1, ПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2,

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
						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	3	4	ПК-3.3, ПК-2.1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1
2.2.	Сущность и комплексный анализ рынка.	Практические	3	4	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	3	6	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	3	4	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	3	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
2.6.	Система маркетинговой информации и маркетинговых исследований.	Сам. работа	3	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
2.7.	Сегментирование: понятие, принципы, критерии и методы.	Лекции	3	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
2.8.	Сегментирование: понятие, принципы, критерии и методы.	Практические	3	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	3	6	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.						

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
3.1.	Товарная политика: понятие, элементы, циклы развития.	Лекции	3	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	3	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
3.3.	Товарная политика: понятие, элементы, циклы развития.	Сам. работа	3	6	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	3	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	3	4	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	3	10	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	3	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	3	4	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	3	10	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	3	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	3	2	ПК-3.1, ПК-3.2, 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
3.12.	Разработка маркетинговой стратегии компании.	Сам. работа	3	6	ПК-3.1, ПК-3.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.2, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л2.1
3.13.	Программа маркетинговой деятельности предприятия и система маркетингового контроля.	Лекции	3	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	3	6	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	3	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 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 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.

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ ОПК-4: Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Каким образом в поисковых системах строятся каталоги?

- роботы
- автоматически при создании сайта
- людьми

Ответ: в

Вопрос 2. Цель seo—продвижения - это

- создание качественного контента
- улучшение видимости сайта в поисковых системах
- увеличение количества подписчиков

Ответ: б

Вопрос 3. Что такое SERP?

- комплекс мероприятий по управлению репутацией
- страница результатов поиска, выдаваемая пользователю ПС.
- стимулирование продаж в соцсетях

Ответ: б

Вопрос 4. Что такое виральность?

- это позиция сайта в выдаче
- это свойство контента, распространяться без усилий со стороны автора.
- это свойство события, которое вызывает интерес аудитории

Ответ: б

Вопрос 6. Что значит UGS-контент?

- а. контент, генерируемый пользователями
- б. качественный контент
- в. визуальный контент

Ответ: а

Вопрос 7. Медиаплан – это....

- а. описание стратегии бренда и его ЦА
- б. описание каналов коммуникации бренда с аудиторией
- в. детальный план рекламных кампаний на определенное время.

Ответ: в

Вопрос 8. Сквозная аналитика – это....

- а. аналитика СМИ
- б. аналитика соцсетей
- в. аналитика сайта
- г. Аналитика эффективности инвестиций в маркетинг.

Ответ: г

Вопрос 9. Яндекс.Метрика – это...

- а. сервис контекстно рекламы
- б. визуальный редактор
- в. сервис для сбора веб-статистики

Ответ: в

Вопрос 10. Поисковые системы часто обновляют алгоритмы. Как называется последнее обновление алгоритма Яндекса.

- а. «Бесполезный контент»
- б. «Малополезный контент»
- в. Магадан.
- г. Владивосток.

Вопрос 11. Какой процент ключевых запросов на странице сайта считается допустимым и не вредит продвижению?

Ответ:

- а. до 1%
- б. 2-3 %
- в. 5-7%
- г. 7-10 %

Ответ: б

Вопрос 12. Что такое Яндекс.Аудитории?

- а. сервис позволяющий проводить психографический анализ целевой аудитории.
- б. сервис позволяющий проводить анализ целевой аудитории
- в. сервис позволяющий сегментировать и подбирать целевых пользователей для показа им рекламы.

Ответ: в

Вопрос 13. Что значит стратегия PESO?

- а. это деление каналов коммуникации на платные, бесплатные, собственные
- б. это деление каналов коммуникации на он-лайн, офф-лайн, собственные
- в. это деление каналов коммуникации на оплаченные, заработанные и собственные.

Ответ: в

Вопрос 14. Что такое Share of Voice?

- а. это тональность сообщений о бренде
- б. это «голос бренда»
- в. это «доля голоса»

Ответ: в

Вопрос 15. Семантическое ядро сайта – это

- а. запросы пользователей по тематике
- б. запросы, используемые для продвижения
- в. запросы, используемые в контекстной рекламе

Ответ: б

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

1. Приведите примеры платных и бесплатных CMS.

Ответ: платные тиражные CMS: 1С-Битрикс, 5CMS, ABO.CMS, Adobe Muse, Amiro.CMS, Atilekt.CMS, Canape CMS, CMS.S3, CMS Ruen, DataLife Engine, diafan.CMS, DJEM, Elstrana CMS Hosting, HostCMS, ImageCMS, Moguta.CMS, NetCat, OkayCMS, Parallels SiteBuilder, QP.Framework, RBC Contents, S.Builder,

Shopify, Simpla, SiteEdit, Squarespace, Tilda, Twilight CMS, UMI.CMS, UralCMS, Vigbo.
Бесплатные CMS: Alto CMS, AVE.cms, CMS Made Simple, concrete5, Danneo, Drupal, Evolution CMS, ExpressionEngine, InstantCMS, Jimdo, Joomla, LiveStreet, MaxSite CMS, MODX Revolution, NGCMS, October CMS, Textpattern, TYPO3, uDiscuz!, Umbraco, WordPress.

2. Почему не стоит делать сайт в конструкторе? Опишите недостатки использования конструктора сайтов.

Ответ: Функционал, возможности для дизайна, верстка структуры и страниц очень ограничены, наличие рекламы на вашем сайте, привязка к конкретной площадке, ограниченная seo-оптимизация, плохая техподдержка, медленная загрузка, подписка.

Вопрос 3. Каким должен быть качественный контент для сайта?

Ответ: оригинальным, полезным для пользователя, содержать ключевые слова, продающим.

Вопрос 4. Каким должен быть качественный контент для SMM?

Ответ: вовлекающим, оригинальным, полезным, развлекательным/информационным.

Вопрос 5. Как нейросети помогают маркетологам?

Ответ: Основная ценность ИИ для маркетолога в том, что это помощник и коллега — такой, который не устает. Возможно применение для мозговых штурмов, генерации семантики для продвижения, подготовка простых описаний для интернет-магазинов.

Вопрос 6. Какие KPI в SMM вы знаете?

Ответ: количество подписчиков, количество отписок, количество просмотров, охват.

Вопрос 7. Сформулируйте KPI для специалиста по SMM.

Ответ: частота генерации постов, частота генерации контента, среднее время отклика.

Вопрос 8. Из каких блоков состоит бриф на разработку сайта?

Ответ: описание компании/товара, описание целевых группы, цели и задачи создания веб-проекта, примерная структура сайта.

Вопрос 9. На что нужно обратить внимание при анализе юзабилити сайта?

Ответ: адаптация под мобильные устройства, под географию ЦА, страницы коммуникации с клиентом, страницы категорий товаров и самих товаров, шрифты, видео и изображения на сайте, скорость загрузки.

Вопрос 10. Что такой УТП?

Ответ: Автор термина «уникальное торговое предложение» – Россер Ривз, американский маркетолог, председатель правления рекламного агентства Ted Bates, Inc. Он считал, что люди устали от витринной рекламы, когда продавцы во всех красках расписывают свои товары, но за обилием красивых слов нет никакой конкретики. Ривз изобрел теорию УТП и описал ее в трех формулировках:

- Рекламное сообщение должно говорить: «Купи именно этот товар и получишь именно эту специфическую выгоду».
- Предложение должно быть уникальным, и уникальность его может быть связана со свойством самого товара либо с утверждением о товаре, которого раньше не делали в данной сфере рекламы.
- Предложение должно быть настолько сильным, чтобы привести в движение миллионы, привлечь к потреблению товара новых потребителей.

Вопрос 11. Как презентовать веб-проект заказчику, который не разбирается в разработке?

Ответ: Напомните вводные данные из брифа – цели и задачи проекта, расскажите об идее которая стоит за вашим проектом. Расскажите, как проект выполнит поставленные задачи на языке заказчика, на языке его «болей» и задач.

Вопрос 12. Что важно для конверсионного маркетинга?

Ответ: В рамках этого вида маркетинга работают исключительно с существующим трафиком, не привлекая дополнительный — важно изменить мнение о продукте/услуге и превратить текущих посетителей в «целевых», а не получить новых «холодных».

Конверсионный маркетинг — долгая история. Обычно конверсия не повышается за день. Поэтому его рассматривают в контексте долгосрочных инвестиций. Перед тем, как что-то запускать или менять на сайте, обычно делают А/В-тестирование гипотез — это первый инструмент конверсионного маркетинга. Дальше улучшают UI/UX сайта, наполняют его качественным контентом, улучшают дизайн — все на основе сбора данных о пользователях и тестировании гипотез.

Вопрос 13. Как работает технология ретаргетинга?

Ответ: Ретаргетинг — это показ рекламных объявлений тем пользователям, которые уже заходили на определенный сайт, посещали офис компании офлайн или просматривали определенный товар. Такие объявления показываются в поисковой выдаче Яндекса и на сайтах-партнерах.

Вопрос 13. В чем разница между контекстной и таргетированной рекламой?

Ответ: «Контекстная реклама — это реклама в «Яндексе», Google и на их партнерских сайтах. С ее помощью запущенные объявления показываются после того, как пользователь ввел конкретный запрос, близкий по теме к вашей рекламе. То есть в этом случае объявление максимально актуально и демонстрируется в нужное время в нужном месте.

Таргетированная реклама — это объявления в социальных сетях: «ВКонтакте», «Одноклассниках». Ее настраивают на пользователей с конкретными параметрами пола, возраста, образования, интересов и т. д.

Такая реклама тоже бьет в цель, соответствует интересам аудитории, если вы все правильно настроили. Главное отличие контекста от таргета — в способах сегментации целевой аудитории. Таргет использует данные пользователей, а контекст — ключевые слова, которые вводятся в строку поиска».

Вопрос 14. Что значит технология look-alike?

Ответ: технология таргетинга, которая находит аудиторию, похожую на ЦА по поведению и другим характеристикам. Может учитываться регион проживания, пол, возраст, интересы, активность использования приложений и т. д.

Вопрос 15. Что такое data-driven – подход?

Ответ: это способ принимать управленческие решения, основываясь на больших данных. Его используют для построения бизнес-модели или маркетинговой стратегии, при составлении плана продаж, в программировании и даже в дизайне.

Вопрос 16. Как работает HADI-цикл?

Ответ: Hypothesis Action Data Insights – это простой алгоритм, который позволяет проверить гипотезу насчет того, куда стоит направить маркетинговые средства.

Вопрос 17. Какие Вы знаете виды целей в контекстной рекламе?

Ответ: конверсии, продажи и трафик, продажа большого ассортимента, установки и конверсии в приложении, охват в рекламной сети, охват на главной «Яндекса».

Вопрос 18. Какие виды целей Вы знаете в таргетированной рекламе?

Ответ: показы рекламного объявления, вступления в сообщество, сообщения в сообщество, участие в мероприятии, продвижение товаров или услуг в сообществе, заполнение лид-формы, подписки на рассылку, конверсии на сайте, установки мобильного приложения, конверсии внутри мобильного приложения

Вопрос 19. «Покупательская персона» - это один из методов составления профиля аудитории. Что туда входит?

Ответ: Демографические и фирмографические показатели, болевые точки, ценности, поисковые привычки, приоритеты, индивидуализирующие факторы, психографические характеристики,

Вопрос 20. Какие изменения произошли с моделью 4P под воздействием digital?

Digital превратила promotion в двустороннюю коммуникацию, диалог между брендом и потребителем. Фокус сместился с product (товара) на consumer (потребителя), его предпочтения, ожидания, требования. Следующая трансформация произошла в вопросах цены, Price. Раньше цены были стабильные и трудносравнимые. Сегодня что бы сравнить цены достаточно зайти в сеть. Конкуренция обострилась, цены сравнить очень просто. Это первое, что произошло. Второе - персонализация ценового предложения. Цена адресована конкретному покупателю. Это означает, что фокус смещается с цены на ценность. Раньше имела значение география торговой точки. То есть нужно было распределить товары через логистику до магазина и до конечного потребителя. Сегодня же благодаря он-лайну и digital мы говорим об convenience (удобстве). Многие продукты благодаря интернету стали гораздо проще дистрибутироваться, доставляться потребителю.

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-issledo-vaniya-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	Калюжнова, 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				
<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) Образовательная платформа для университетов и колледжей. https://urait.ru/</p>				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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

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

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

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

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

и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения. Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

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

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

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

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

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

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Математические методы в проведении социологических исследований 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_РиСО-2020

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	
	19			
Неделя	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	20	20	20	20
Практические	22	28	22	28
Сам. работа	66	60	66	60
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
к.ф.м.н., доцент, Петров Евгений Петрович

Рецензент(ы):
начальник отдела по внешним связям Барнаульского представительства ООО «Сибирская генерирующая компания», Терешкина Е.А.

Рабочая программа дисциплины
Математические методы в проведении социологических исследований 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 30.06.2020 протокол № 6.

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

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

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

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

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

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Дать общие представления о математике как особом способе познания мира, ее месте и роли в гуманитарных науках; возможностях применения математических методов в учебной и профессиональной деятельности; привить компетенции в сфере обработки статистических данных.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.4

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
------	--

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	о математике как науке; об аксиоматическом методе в научном познании; о возможности применения в социально-гуманитарной сфере теоретических основ и методов математики, элементов теории множеств и теории вероятностей; об основных и составных математических структурах; о множествах, способах их задания, действиях над ними; о комбинаторике, правилах комбинаторики, формулах комбинаторики; о теории вероятностей как науке; об основных законах распределения случайных величин: биномиальном, Пуассона, равномерном, нормальном; о математической статистике как науке, ее задачах, о ее применении в социологических исследованиях.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	использовать математику как метод мышления, как язык; использовать методы теории вероятностей и статистики при анализе социальных процессов; формулировать проблемы и использовать эвристические методы их решения; использовать методы теории вероятностей и статистики.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками самоорганизации и самообразования; приемами систематизации данных, структурирования описания предметной области; методами построения математической модели профессиональных задач и содержательной интерпретации полученных результатов в рамках социологического исследования.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. лекционный материал						
1.1.	Математика как наука. История математики Древнего Египта. История математики Древнего Вавилона. История математики Древнего Китая. Основные математические понятия.	Лекции	1	1		Л2.1, Л2.2, Л1.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	Аксиоматический метод в научном познании. Основные и составные математические структуры					
1.2.	<p>Понятие множества. Способы задания множеств. Подмножество. Число элементов множества. Счетные и несчетные множества. Примеры. Операции над множествами: объединение, пересечение, разность, дополнение, декартово произведение. Диаграммы Эйлера – Венна. Свойства операций над множествами. Понятие бинарного отношения. Примеры. Способы задания бинарных отношений. Свойства бинарных отношений (рефлексивность, симметричность, транзитивность). Эквивалентность. Применение теоретико-множественных подходов в области политологии.</p>	Лекции	1	1		Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.3.	<p>Что изучает комбинаторика. Правила комбинаторики (правило суммы, правило произведения). Формулы комбинаторики: перестановки, размещения, сочетания (с повторениями и без повторений). Примеры решения задач на применение правил и формул комбинаторики.</p>	Лекции	1	2		Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.4.	<p>Теория вероятностей как наука. Случайное событие. Виды случайных событий. Классическое определение вероятности. Свойства вероятностей. Геометрическая</p>	Лекции	1	2		Л2.1, Л2.2, Л1.1


Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	вероятность. Статистическая вероятность (относительная частота). Субъективная вероятность. Примеры непосредственного вычисления вероятностей. Теоремы сложения и умножения вероятностей. Полная группа событий. Формула полной вероятности.					
1.5.	Повторение испытаний. Формула Бернулли. Формула Пуассона. Локальная и интегральная формулы Муавра-Лапласа. Формула нахождения вероятности отклонения относительной частоты от постоянной вероятности в независимых испытаниях. Наивероятнейшее число появлений события в независимых испытаниях, формула его нахождения. Применение теоретико-вероятностных подходов в области политологии.	Лекции	1	2		Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.6.	Случайные величины. Виды случайных величин: дискретные и непрерывные. Способы задания случайных величин. Числовые характеристики случайных величин.	Лекции	1	2		Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.7.	Основные законы распределения случайных величин: биномиальный, Пуассона, равномерный, нормальный.	Лекции	1	2		Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.8.	Статистические оценки параметров распределения: точечные и интервальные. Нахождение законов распределения случайных величин на основе опытных данных.	Лекции	1	4		Л2.1, Л2.2, Л1.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	Проверка статистических гипотез. Критерий согласия Пирсона.					
1.9.		Лекции	1	4		Л2.1, Л2.2, Л1.1
Раздел 2. практические занятия						
2.1.	Множества. Бинарные отношения и их свойства.	Практические	1	2		Л2.1, Л2.2, Л1.1
2.2.	Комбинаторика.	Практические	1	4		Л2.1, Л2.2, Л1.1
2.3.	Классическое определение вероятности.	Практические	1	2		Л2.1, Л2.2, Л1.1
2.4.	Основные теоремы теории вероятностей.	Практические	1	4		Л2.1, Л2.2, Л1.1
2.5.	Повторные независимые испытания.	Практические	1	2		Л2.1, Л2.2, Л1.1
2.6.	Случайные величины.	Практические	1	4		Л2.1, Л2.2, Л1.1
2.7.	Основные законы распределения случайных величин.	Практические	1	4		Л2.1, Л2.2, Л1.1
2.8.	Оценки параметров распределения. Метод моментов. Критерий согласия Пирсона. Проверка гипотезы о виде распределения генеральной совокупности.	Практические	1	4		Л2.1, Л2.2, Л1.1
2.9.	Основные понятия математической статистики.	Практические	1	2		Л2.1, Л2.2, Л1.1
Раздел 3. самостоятельная работа						
3.1.	История развития математики в России. Формирование понятия числа. Натуральные числа. Целые числа. Рациональные числа. Иррациональные числа. Действительные числа. Комплексные числа. Простые и составные числа. Решето Эратосфена.	Сам. работа	1	4		Л2.1, Л2.2, Л1.1
3.2.	Счетные и несчетные множества. Решение задач на определение количества элементов	Сам. работа	1	4		Л2.1, Л2.2, Л1.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	множества. Мощность множества.					
3.3.	Классы эквивалентности. Отношение порядка (строгий и нестрогий порядок). Полностью и частично упорядоченные множества.	Сам. работа	1	6		Л2.1, Л2.2, Л1.1
3.4.	Правила комбинаторики (правило суммы, правило произведения). Формулы комбинаторики с повторениями. Решение комбинаторных задач.	Сам. работа	1	4		Л2.1, Л2.2, Л1.1
3.5.	Применение формул и правил комбинаторики к решению задач.	Сам. работа	1	6		Л2.1, Л2.2, Л1.1
3.6.	Статистическая вероятность. Геометрические вероятности. Примеры непосредственного вычисления вероятностей. Применение формул комбинаторики для вычисления вероятностей.	Сам. работа	1	6		Л2.1, Л2.2, Л1.1
3.7.	Формулы Байеса. Их применение к решению практических задач.	Сам. работа	1	6		Л2.1, Л2.2, Л1.1
3.8.	Локальная и интегральная формулы Муавра-Лапласа, их применение к решению задач. Формула нахождения вероятности отклонения относительной частоты от постоянной вероятности в независимых испытаниях, ее применение к решению задач. Наивероятнейшее число появлений события в независимых испытаниях, формула его нахождения.	Сам. работа	1	6		Л2.1, Л2.2, Л1.1
3.9.	Определение непрерывной случайной величины. Определение плотности распределение вероятностей. известной функции распределения.	Сам. работа	1	8		Л2.1, Л2.2, Л1.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	Нахождение вероятности того, что случайная величина примет значение из некоторого интервала. Нахождение математического ожидания, дисперсии, среднего квадратического отклонения.					
3.10.	Основные характеристики статистического распределения (выборочное среднее, выборочная дисперсия, выборочное среднее квадратическое отклонение).	Сам. работа	1	10		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 Мат методы в проведении соц.иссл-ий в РиСО.docx

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	В. Е. Гмурман	Теория вероятностей и математическая статистика:	,	Электронная библиотека "Юрайт": biblio-online.ru
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес

Л2.1	Гмурман В.Е.	Руководство к решению задач по теории вероятностей и математической статистике: учеб. пособие	М.: Юрайт, 2010	
Л2.2	Петров Е.П.	Высшая математика для студентов-биологов. Часть 3. : Учебное пособие	Барнаул: АлтГУ, // ЭБС АлтГУ, 2014	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/257

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

	Название	Эл. адрес
Э1	Высшая математика для гуманитариев	http://portal.edu.asu.ru/my/index.php
Э2	Гмурман В.Е. Теория вероятностей и математическая статистика: учеб. пособие	Электронная библиотека "Юрайт" - http://biblionline.ru
Э3	Гмурман В.Е. Руководство к решению задач по теории вероятностей и математической статистике: учеб. пособие	Университетская библиотека On-line - http://biblioclub.ru
Э4	Агапов Г.И. Задачник по теории вероятностей	https://edu-lib.com/matematika-2/
Э5	ЭиОС АлтГУ: дистант в Moodle	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=1908

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)
106Л	помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Стеллажи – 3 шт. осциллограф, паяльная станция, источник тока, переносные ноутбуки
320Л	медиаотека, 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;
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.

Методические указания для лекционных занятий

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).

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»

Менеджмент 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_РиСО-2020

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

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	3 (5)		Итого	
	Неделя 17			
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):
д.социол.н, профессор, Ковалева А.В.

Рецензент(ы):

Рабочая программа дисциплины
Менеджмент 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 30.06.2020 протокол № 6.

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

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

Заведующий кафедрой
Ковалева Алла Владимировна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

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

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Целью изучения дисциплины является ознакомление студентов с фундаментальными основами и практикой менеджмента в современном мире; Задачи: Определить характеристики основных элементов системы управления организацией; Определить место и роль менеджмента в организации, необходимые качества и содержание работы менеджера; Проанализировать мировой опыт функционирования и развития менеджмента; Выявить многофакторное воздействие внешнего окружения на определение целей и стратегии организации в ее взаимодействии с этим окружением; Показать проявления действия межличностных и групповых процессов, протекающих в организации и определяющих характер организационной культуры.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.О.4**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
ПК-3	Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии государственных и бизнес-структур для продвижения продукции СМИ

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	Основы организации и оперативного планирования деятельности сотрудника и организации в целом; Принципы, методы, формы организации и оперативного планирования деятельности; Взаимосвязь процессов организации и оперативного планирования с основными бизнес-процессами.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	Организовывать свою профессиональную деятельность; Разрабатывать оперативные планы своей деятельности и деятельности организации в целом; Взаимоувязывать оперативные, тактические и стратегические планы организации.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	Навыками организации и оперативного планирования выполнения профессиональных задач; Навыками составления оперативных планов и организации мероприятий; Навыками разработки планов различного уровня в организации.

4. Структура и содержание дисциплины


Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Теоретико-методологические основы менеджмента.						
1.1.	Современный менеджмент: понятия, сущность, специфика.	Лекции	5	2		Л1.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.2.	Современный менеджмент: понятия, сущность, специфика.	Практические	5	4		Л1.1
1.3.	Современный менеджмент: понятия, сущность, специфика.	Сам. работа	5	6		Л1.1
1.4.	Методы и функции менеджмента, их характеристика.	Лекции	5	2		Л1.1
1.5.	Методы и функции менеджмента, их характеристика.	Практические	5	2		Л1.1
1.6.	Методы и функции менеджмента, их характеристика.	Сам. работа	5	4		Л1.1
1.7.	Эволюция концепций менеджмента.	Лекции	5	2		Л1.1
1.8.	Эволюция концепций менеджмента.	Практические	5	2		Л1.1
1.9.	Эволюция концепций менеджмента.	Сам. работа	5	7		Л1.1
Раздел 2. Технологии менеджмента в организации.						
2.1.	Формирование миссии организации и стратегических целей.	Лекции	5	2		Л1.1
2.2.	Формирование миссии организации и стратегических целей.	Практические	5	2		Л1.1
2.3.	Формирование миссии организации и стратегических целей.	Сам. работа	5	4		Л1.1
2.4.	Организационные структуры: виды, технологии формирования.	Лекции	5	2		Л1.1
2.5.	Организационные структуры: виды, технологии формирования.	Практические	5	2		Л1.1
2.6.	Организационные структуры: виды, технологии формирования.	Сам. работа	5	4		Л1.1
2.7.	Управленческие решения: понятие, виды, методы разработки и реализации.	Лекции	5	2		Л1.1
2.8.	Управленческие решения: понятие, виды,	Практические	5	2		Л1.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	методы разработки и реализации.					
2.9.	Управленческие решения: понятие, виды, методы разработки и реализации.	Сам. работа	5	4		Л1.1
Раздел 3. Менеджмент персонала.						
3.1.	Система управления персоналом в современной организации.	Лекции	5	2		Л1.1
3.2.	Система управления персоналом в современной организации.	Практические	5	2		Л1.1
3.3.	Система управления персоналом в современной организации.	Сам. работа	5	4		Л1.1
3.4.	Руководство и лидерство: виды, стили, модели.	Лекции	5	2		Л1.1
3.5.	Руководство и лидерство: виды, стили, модели.	Практические	5	2		Л1.1
3.6.	Руководство и лидерство: виды, стили, модели.	Сам. работа	5	4		Л1.1
3.7.	Организационная культура: понятие, методы формирования и корректировки.	Лекции	5	2		Л1.1
3.8.	Организационная культура: понятие, методы формирования и корректировки.	Практические	5	4		Л1.1
3.9.	Организационная культура: понятие, методы формирования и корректировки.	Сам. работа	5	4		Л1.1
3.10.		Экзамен	5	27		

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.  Менеджмент ФОС 21-22.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	В. А. Абчук, С. Ю. Трапицын, В. В. Тимченко	Менеджмент в 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для академического бакалавриата	М. : Издательство Юрайт, 2018	http://www.biblio-online.ru/book/2248D3AE-4363-4D2E-B1BF-35DF848533BE
ЛП.2	В. А. Абчук, С. Ю. Трапицын, В. В. Тимченко	Менеджмент в 2 ч. Часть 2: учебник и практикум для академического бакалавриата	М. : Издательство Юрайт, 2018	http://www.biblio-online.ru/book/60B31CDD-823F-48D8-8FAC-22F23D816335
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название	Эл. адрес		
Э1	Электронный курс "Менеджмент в рекламе и связях с общественностью"	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=4537		
6.3. Перечень программного обеспечения				
Open Office – Условия использования по ссылке http://www.openoffice.org/license.html AcrobatReader – Условия использования по ссылке http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf Microsoft® Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN I License No Level (версия 7) – Номер лицензии 60357319				
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)
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, 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 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»

Методика и техника исследований 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	4 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_РиСО-2020

Часов по учебному плану	144	Виды контроля по семестрам
в том числе:		диф. зачеты: 6
аудиторные занятия	56	
самостоятельная работа	88	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	3 (5)		3 (6)		Итого	
	УП	РПД	УП	РПД		
Неделя	17		16			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	12	12	14	14	26	26
Практические	16	16	14	14	30	30
Сам. работа	44	44	44	17	88	61
Итого	72	72	72	45	144	117

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

Рецензент(ы):
Прокофьева И.В.

Рабочая программа дисциплины
Методика и техника исследований 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 30.06.2020 протокол № 6.

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

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

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

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

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

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	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.4

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
ПК-2	Способен осуществлять маркетинговые исследования в области СМИ

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 маркетинговых исследований						
1.1.	Общая характеристика маркетинговых исследований.	Лекции	5	2	ОПК-4, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.2.	Общая характеристика маркетинговых исследований.	Практические	5	2	ОПК-4, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.3.	Общая характеристика маркетинговых исследований.	Сам. работа	5	4	ОПК-4, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.4.	Структура процесса маркетинговых исследований.	Лекции	5	2	ОПК-4, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.5.	Структура процесса маркетинговых исследований.	Практические	5	2	ОПК-4, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.6.	Структура процесса маркетинговых исследований.	Сам. работа	5	9	ОПК-4, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.7.	Специфика постановки проблемы в исследованиях в рекламе и связях с общественностью	Лекции	5	2	ОПК-4, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.8.	Специфика постановки проблемы в исследованиях в рекламе и связях с общественностью	Практические	5	2	ОПК-4, ПК-2	Л2.3, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.9.	Специфика постановки проблемы в исследованиях в рекламе и связях с общественностью	Сам. работа	5	4	ОПК-4, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.10.	Характеристика проектов социологических и маркетинговых исследований	Лекции	5	2	ОПК-4, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.11.	Характеристика проектов социологических и маркетинговых исследований	Практические	5	2	ОПК-4, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.12.	Характеристика проектов социологических и маркетинговых исследований	Сам. работа	5	2	ОПК-4, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 2. Раздел 2. Общая характеристика методов сбора и анализа данных						
2.1.	Качественные методы сбора данных в социологических и маркетинговых исследованиях.	Лекции	5	4	ОПК-4, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
2.2.	Качественные методы сбора данных в социологических и маркетинговых исследованиях.	Практические	5	8	ОПК-4, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
2.3.	Качественные методы сбора данных в социологических и маркетинговых исследованиях.	Сам. работа	5	25	ОПК-4, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
2.4.	Количественные методы сбора данных в социологических и маркетинговых исследованиях.	Лекции	6	6	ОПК-4, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
2.5.	Количественные методы сбора данных в социологических и маркетинговых исследованиях.	Практические	6	4	ОПК-4, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
2.6.	Количественные методы сбора данных в социологических и маркетинговых исследованиях.	Сам. работа	6	4	ОПК-4, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
2.7.	Формирование выборки социологических и маркетинговых исследованиях	Лекции	6	2	ОПК-4, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
2.8.	Формирование выборки социологических и маркетинговых исследованиях	Практические	6	2	ОПК-4, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
2.9.	Формирование выборки социологических и маркетинговых исследованиях	Сам. работа	6	4	ОПК-4, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
2.10.	Анализ данных в социологических и маркетинговых исследованиях.	Лекции	6	2	ОПК-4, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
2.11.	Анализ данных в социологических и	Практические	6	4	ОПК-4, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	маркетинговых исследованиях.					
2.12.	Анализ данных в социологических и маркетинговых исследованиях.	Сам. работа	6	3	ОПК-4, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
Раздел 3. Раздел 3. Исследовательские отчеты						
3.1.	Основные требования к составлению исследовательских отчетов	Лекции	6	2	ОПК-4, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.2.	Основные требования к составлению исследовательских отчетов	Практические	6	2	ОПК-4, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.3.	Основные требования к составлению исследовательских отчетов	Сам. работа	6	4	ОПК-4, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
3.4.	Прикладные вопросы социологических и маркетинговых исследований	Лекции	6	2	ОПК-4, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
3.5.	Прикладные вопросы социологических и маркетинговых исследований	Практические	6	2	ОПК-4, ПК-2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
3.6.	Прикладные вопросы социологических и маркетинговых исследований	Сам. работа	6	2	ОПК-4, ПК-2	Л1.1, 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. 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. Методика и техника исследований в РиСО 2022.docx

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Л.М. Наумова	Проектирование маркетинговых исследований : учебное пособие	Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола , 2014	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=439278
Л1.2	А.В. Коротков	Маркетинговые исследования : учебное пособие	М. : Юнити-Дана, 2015	- URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119143
Л1.3	Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева.	Маркетинговые исследования : учебное пособие	М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454102
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Тюрин, Д. В.	Маркетинговые исследования : учебник для бакалавров	М. : Издательство Юрайт, 2017	www.biblio-online.ru/book/BFF5DC94-F93F-470D-B94A-1CC1E829746C.
Л2.2	Джафаров, К.А.	Исследования в рекламе: учебное пособие	Новосибирск : НГТУ, 2010	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228957 (06.02.2018).
Л2.3	Божук, С. Г.	Маркетинговые исследования: Учебник для академического бакалавриата	М. : Издательство Юрайт, 2018	: www.biblio-online.ru/book/3014568F-E1A6-4233-BEA1-B6BE3F0FD31F
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	официальный сайт Гильдии маркетологов		www.marketologi.ru	
Э2	Энциклопедия маркетинга		www.marketing.spb.ru	
Э3	портал РБК		http://marketing.rbc.ru	
Э4	журнал 4Р маркетинг		www.4p.ru	
Э5	Курс в Moodle "Методика и техника исследований в рекламе и связях с общественностью"		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=1976	
6.3. Перечень программного обеспечения				
Microsoft Windows Microsoft Office 7-Zip AcrobatReader				

6.4. Перечень информационных справочных систем

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

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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

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

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

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

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

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

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

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

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

руководствоваться графиком самостоятельной работы,

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

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

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

При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете 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»

Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.03.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_РиСО-2020

Часов по учебному плану	144	Виды контроля по семестрам
в том числе:		экзамены: 7
аудиторные занятия	56	зачеты: 6
самостоятельная работа	61	
контроль	27	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	3 (6)		4 (7)		Итого	
	Неделя		17,5			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	12	12	14	14	26	26
Практические	16	16	14	14	30	30
Сам. работа	44	44	17	17	61	61
Часы на контроль	0	0	27	27	27	27
Итого	72	72	72	72	144	144

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

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

Рабочая программа дисциплины
Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

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

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
утвержденного учёным советом вуза от 30.06.2020 протокол № 6.

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

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

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

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

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

1. Цели освоения дисциплины

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

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.4

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

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

4. Структура и содержание дисциплины

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


Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.1.	Отдел по связям с общественностью в системе организации	Лекции	6	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.2.	Отдел по связям с общественностью в системе организации	Сам. работа	6	6	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.3.	Структура отдела и должностные обязанности сотрудников	Лекции	6	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.4.	Структура отдела и должностные обязанности сотрудников	Практические	6	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.5.	Структура отдела и должностные обязанности сотрудников	Сам. работа	6	6	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.6.	Особенности работы отдела в государственной, коммерческой структуре, НКО	Лекции	6	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.7.	Особенности работы отдела в государственной, коммерческой структуре, НКО. Этические принципы деятельности	Сам. работа	6	6	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.8.	Этические принципы деятельности	Практические	6	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.9.	Исследовательский и аналитический сегменты в работе коммуникационного отдела. Мониторинг состояний информационной среды. Пресс-клиппинг. Подготовка отчета и порядок его представления	Лекции	6	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.10.	Исследовательский и аналитический сегменты в работе коммуникационного отдела. Мониторинг состояний информационной среды. Пресс-клиппинг. Подготовка отчета и порядок его представления	Практические	6	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.11.	Творческий сегмент. Креативные методики. Разработка фирменного стиля. Корпоративные издания и корпоративный сайт. Медиарелейшинз: информационный регламент	Лекции	6	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.12.	Творческий сегмент. Креативные методики. Разработка фирменного стиля. Корпоративные издания и корпоративный сайт. Медиарелейшинз: информационный регламент	Практические	6	2	ПК-4	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	Лекции	6	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.14.	Сегменты работы отдела	Сам. работа	6	6	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.15.	Производственный сегмент. Поддержание деловых отношений с типографиями, студиями компьютерной графики, съемочными группами и студиями звукозаписи. Подбор специалистов. Тендерные конкурсы	Практические	6	4	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.16.	Особенности взаимодействия со СМИ отделов по связям с общественностью в организациях разных типов	Практические	6	4	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.17.	Моделирование отдела и сопроводительной документации работы отдела конкретной компании	Сам. работа	6	20	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
Раздел 2. Бюджет и эффективность работы рекламного и PR-отделов						
2.1.	Формирование бюджета: принципы, подходы, методы	Лекции	7	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.2.	Формирование бюджета: принципы, подходы, методы	Практические	7	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.3.	Формирование бюджета: принципы, подходы, методы	Сам. работа	7	4	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.4.	Способы оценки эффективности работы корпоративной службы по связям с общественностью	Лекции	7	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.5.	Способы оценки эффективности работы корпоративной службы по связям с общественностью	Практические	7	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.6.	Способы оценки эффективности работы корпоративной службы по связям с общественностью	Сам. работа	7	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
Раздел 3. Организация работы коммуникационного агентства						
3.1.	Виды коммуникационных агентств и специфика организации их деятельности. Структуры агентств	Лекции	7	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.2.	Виды коммуникационных агентств и специфика организации их деятельности. Структуры агентств	Практические	7	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.3.	Основные виды документации, необходимой в работе агентств	Практические	7	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.4.	Система управления и организации работы агентств	Лекции	7	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.5.	Система управления и организации работы агентств	Практические	7	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.6.	Принципы работы команды агентства	Лекции	7	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.7.	Принципы работы команды агентства	Практические	7	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.8.	Механизмы организации работы агентств с государственными,	Лекции	7	4	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	коммерческими и некоммерческими заказчиками					
3.9.	Механизмы организации работы агентств	Практические	7	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.10.	Моделирование работы коммуникационного агентства	Сам. работа	7	11	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.11.	Итоговый контроль	Экзамен	7	27	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

5. Фонд оценочных средств

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

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

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

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

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

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

6.3. Перечень программного обеспечения

MicrosoftOffice
MicrosoftWindows
7-Zip
AcrobatReader

6.4. Перечень информационных справочных систем

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

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

Аудитория	Назначение	Оборудование
320Л	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»

Правовое регулирование 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	3 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_РиСО-2020

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам
в том числе:		зачеты: 6
аудиторные занятия	42	
самостоятельная работа	66	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	3 (6)		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.н., доцент, Валулина Е.В.

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

Рабочая программа дисциплины
Правовое регулирование 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 30.06.2020 протокол № 6.

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

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

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

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

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

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	<p>ознакомление студентов с основами российского законодательства, применяемого для регулирования рекламы и связей с общественностью, юридическими документами и проблемами применения данной правовой базы в деятельности государственных, коммерческих структур и общественных организаций;</p> <p>ознакомление студентов с фундаментальными основами и практикой правоприменения в сфере медиа в современном мире;</p> <p>формирование целостного представления о процессах правового регулирования рекламы и связей с общественностью в России и мировой практике;</p> <p>формирование навыков правовой культуры.</p> <p>Задачи:</p> <p>приобретение студентами актуального знания основных концепций и нормативных актов правового регулирования в сфере медиа в России и мировой практике;</p> <p>формирование стройной системы взглядов в области правового регулирования медиа;</p> <p>формирование базовых знаний и навыков ориентирования в проблемах правового регулирования деятельности специалиста по медиа, правах и обязанностях, налагаемых специализированными нормативными актами</p> <p>освоение практических приемов использования российского законодательства в решении профессиональных задач;</p> <p>формирование навыков юридического обоснования своей позиции или определения неправовых действий оппонентов;</p> <p>ознакомление студентов с санкциями и другими последствиями нарушения норм российского и международного законодательства в профессиональной сфере медиа;</p> <p>формирование профессионального мышления студентов.</p>
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.О.4**

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
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-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
ПК-1	Способен создавать рекламные, PR или иные коммуникационные продукты для государственных и бизнес-структур с учетом специфики разных каналов коммуникации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	<ul style="list-style-type: none">- свои права и обязанности как гражданина РФ; основы правовых знаний в различных сферах деятельности;- содержание основных концепций и нормативных актов правового регулирования и этического саморегулирования в сфере медиа в России и мировой практике;- иметь представление о российских и международных субъектах правового и этического регулирования в сфере медиа- санкции и другие последствия нарушения норм российского и международного законодательства в профессиональной сфере медиа;- сущность правового регулирования социальных, этических, профессиональных и культурных процессов и осознавать его роль в медиа.


3.2.	Уметь:
3.2.1.	<ul style="list-style-type: none"> - в процессе производства и распространения информации придерживаться этических норм и применять региональное, российское и международное законодательство, в том числе в нестандартных ситуациях профессиональной деятельности, соблюдая баланс интересов владельцев медиа и общества; - самостоятельно распознавать неправомерные действия конкурентов в области медиа и использовать нормативные правовые документы в своей деятельности; - составлять необходимые документы в сфере медиа (договоры, контракты, технические задания и т.д.) в соответствии с нормами российского и международного законодательства; быть готовым в профессиональной деятельности соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной, коммерческой тайны и конфиденциальной информации
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	<ul style="list-style-type: none"> - использования Конституции РФ, Гражданского, Трудового Кодексов и другие международных, российских и региональных нормативных документов и этических норм в аргументации своей позиции по вопросам профессиональной деятельности; - ориентирования в проблемах правового регулирования деятельности в сфере медиа, правах и обязанностях, налагаемых специализированными нормативными актами, толерантного восприятия социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий с позиций законодательства.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Массово-информационное право						
1.1.	Массово-информационное право	Лекции	6	2	ОПК-7, ОПК-5, ПК-1, УК-10	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.2.	Массово-информационное право	Практические	6	2	ОПК-7, ОПК-5, ПК-1, УК-10	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.3.	Свобода информации	Лекции	6	2	ОПК-7, ОПК-5, ПК-1, УК-10	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.4.	Свобода информации	Практические	6	4	ОПК-7, ОПК-5, ПК-1, УК-10	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.5.	Открытое правительство	Сам. работа	6	8	ОПК-7, ОПК-5, ПК-1, УК-10	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.6.	Информационная безопасность	Лекции	6	2	ОПК-7, ОПК-5, ПК-1, УК-10	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.7.	Информационная безопасность	Практические	6	4	ОПК-7, ОПК-5, ПК-1, УК-10	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.8.	Экспертиза экстремистских материалов	Сам. работа	6	8	ОПК-7, ОПК-5, ПК-1, УК-10	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.9.	Правовое регулирование рекламы	Лекции	6	4	ОПК-7, ОПК-5, ПК-1, УК-10	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.10.	Правовое регулирование рекламы	Практические	6	4	ОПК-7, ОПК-5, ПК-1, УК-10	Л2.1, Л1.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.11.	Социальная реклама	Сам. работа	6	50	ОПК-7, ОПК-5, ПК-1, УК-10	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.12.	Интеллектуальная собственность	Лекции	6	4	ОПК-7, ОПК-5, ПК-1, УК-10	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.13.	Интеллектуальная собственность	Практические	6	4	ОПК-7, ОПК-5, ПК-1, УК-10	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.14.	Защита чести, достоинства и деловой репутации	Лекции	6	4	ОПК-7, ОПК-5, ПК-1, УК-10	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.15.	Защита чести, достоинства и деловой репутации	Практические	6	6	ОПК-7, ОПК-5, ПК-1, УК-10	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 1
5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)
см.Приложение 1
5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
см.Приложение 1
Приложения
Приложение 1.  ФОС_Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы_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	Н.Д. Эриашвили, А.А. Романов, Г.А. Васильев и др.	Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие	М. : Юнити-Дана, 2015	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116651
Л1.2	Хомяков В. И., Егошкина В. А.	Правовое регулирование средств массовой информации и рекламы: Учебники и учебные пособия для ВУЗов	Директ-Медиа, 2017	http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=476726
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес

Л2.1	Матушевский, Р.Г	Правовые основы СМИ и журналистики : учебное пособие :	М. : А-Приор, 2006,	biblioclub.ru/index.php?page=book&id=56365
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название	Эл. адрес		
Э1	Сайт Федеральной антимонопольной службы	www.fas.gov.ru		
Э2	Сайт Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)	www.rsoc.ru		
Э3	Электронно-библиотечная система издательства "Лань"	www.e.lanbook.com		
Э4	Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека online"	www.biblioclub.ru		
Э5	Курс	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7332		
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)
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

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)

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.

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»

Психология рекламы и связей с общественностью

рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра общей и прикладной психологии
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_РиСО-2020

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	5
аудиторные занятия	42		
самостоятельная работа	39		
контроль	27		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	3 (5)		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):

Рецензент(ы):

к.психол.н., Волкова Т.Г.

Рабочая программа дисциплины

Психология 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 30.06.2020 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра общей и прикладной психологии

Протокол от 08.06.2022 г. № 12

Срок действия программы: 2021-2023 уч. г.

Заведующий кафедрой

Волкова Т.Г., к.психол.н., доцент

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 психологии

Протокол от 08.06.2022 г. № 12

Заведующий кафедрой *Волкова Т.Г., к.психол.н., доцент*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Сформировать у студентов представление о предмете, задачах и практической значимости социальной психологии, ее составляющих, о феноменах и закономерностях социального поведения личности в различных группах. Дать представление об основных категориях социальной психологии, раскрыть их сущность и взаимосвязь, рассмотреть основные типы общностей; охарактеризовать феномены группового поведения; научить выделять и анализировать факторы, благоприятствующие и дестабилизирующие функционирование микро- и макро- групп; познакомить с основными методами социально-психологического исследования; развивать навыки использования социальных технологий для анализа конкретных социальных ситуаций; научить построению адекватных моделей социального взаимодействия.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.4

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	особенности различных социальных групп, их информационные ожидания; методы выявления этих ожиданий; способы влияния на эти ожидания; способы толерантного и эффективного взаимодействия с различными социальными группами в рамках профессиональных отношений с учётом культурных, этнических и прочих различий; коммуникационную структуру организации, культурные различия внутренней и внешней коммуникации.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	применять способы влияния на информационные ожидания различных социальных групп; участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, навыком обеспечения культурных различий внутренней и внешней коммуникации;
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками выявления особенностей различных социальных групп, их информационных ожиданий; навыками применения методов выявления этих ожиданий; навыками влияния на эти ожидания; навыками толерантного и эффективного взаимодействия с различными социальными группами в рамках профессиональных отношений с учётом культурных, этнических и прочих различий; навыком создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, навыком обеспечения культурных различий внутренней и внешней коммуникации.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Введение в курс. Психология группы						
1.1.	Психология больших и малых социальных групп, их структурные характеристики. Положение индивида в группе.	Лекции	5	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.2.	Методология и методы социально-психологического исследования.	Сам. работа	5	11		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.3.	Психология больших социальных групп	Практические	5	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.4.	Психология малой группы. Динамические процессы в малой группе	Практические	5	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.5.	Лидерство и руководство в малых группах. Психология конфликта.	Лекции	5	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.6.	Психология конфликта	Практические	5	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.7.	Лидерство и руководство как групповой феномен	Практические	5	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.8.	Предмет, задачи, проблемы, этапы формирования, основные теоретические ориентации социальной психологии. Методология и методы социально-психологического исследования.	Лекции	5	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
Раздел 2. Психология общения и межличностных отношений						
2.1.	Общение как взаимопознание людьми друг друга.	Лекции	5	4		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.2.	Коммуникативная сторона общения.	Практические	5	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.3.	Общение как взаимодействие.	Лекции	5	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.4.	Общение как взаимопознание людьми друг друга.	Практические	5	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.5.	Эмоциональная сторона общения.	Лекции	5	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.6.	Общение как взаимодействие.	Практические	5	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.7.	Психологические факторы привлекательности человека для человека	Практические	5	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.8.	Психологические факторы привлекательности человека для человека	Сам. работа	5	12		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
Раздел 3. Социальная психология личности						
3.1.	Проблема личности в социальной психологии.	Лекции	5	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
3.2.	Социально-психологические качества личности	Практические	5	6		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
3.3.	Социально-психологические качества личности	Лекции	5	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
3.4.	Социально-психологические качества личности;	Практические	5	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
3.5.	Социально-психологические качества личности	Сам. работа	5	16		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
3.6.	Экзамен	Экзамен	5	27		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3

5. Фонд оценочных средств

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

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Никулина, С.А.	Психология массовой коммуникации : учебное пособие	Директ-Медиа, 2014	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=235650
Л1.2	Овсянникова, Е.А	Социальная психология : учебное пособие	Флинта, 2015	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279866
Л1.3	под ред. А.М. Столяренко	Социальная психология: учебник	ЮНИТИ-ДАНА, 2016	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=446598
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Семечкин, Н.И.	Социальная психология : учебник	Директ-Медиа, 2014	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=298207
Л2.2	Мандель, Б.Р.	Психология рекламы: иллюстрированное учебное пособие	Директ-Медиа, 2015	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=270327
Л2.3	Измайлова, М.А	Психология рекламной деятельности : учебник	Дашков и К°, 2016	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453265
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	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7334		
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)
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)
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 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, компоновуйте 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 подготовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

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

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

руководствоваться графиком самостоятельной работы, выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях

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

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

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Социальная психология 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_РиСО-2020

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам
в том числе:		экзамены: 1
аудиторные занятия	38	
самостоятельная работа	43	
контроль	27	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		Итого	
	Неделя 19			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	18	18	18	18
Практические	20	20	20	20
Сам. работа	43	43	43	43
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
к.филол.н., доцент, Валулина Е.В.

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

Рабочая программа дисциплины
Социальная психология 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 30.06.2020 протокол № 6.

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

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

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

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

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

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Сформировать у студентов представление о предмете, задачах и практической значимости социальной психологии, ее составляющих, о феноменах и закономерностях социального поведения личности в различных группах. Дать представление об основных категориях социальной психологии, раскрыть их сущность и взаимосвязь, рассмотреть основные типы общностей; охарактеризовать феномены группового поведения; научить выделять и анализировать факторы, благоприятствующие и дестабилизирующие функционирование микро- и макро- групп; познакомить с основными методами социально-психологического исследования; развивать навыки использования социальных технологий для анализа конкретных социальных ситуаций; научить построению адекватных моделей социального взаимодействия.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.4

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	особенности различных социальных групп, их информационные ожидания; методы выявления этих ожиданий; способы влияния на эти ожидания; способы толерантного и эффективного взаимодействия с различными социальными группами в рамках профессиональных отношений с учётом культурных, этнических и прочих различий; коммуникационную структуру организации, культурные различия внутренней и внешней коммуникации.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	применять способы влияния на информационные ожидания различных социальных групп; участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, навыком обеспечения культурных различий внутренней и внешней коммуникации;
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками выявления особенностей различных социальных групп, их информационных ожиданий; навыками применения методов выявления этих ожиданий; навыками влияния на эти ожидания; навыками толерантного и эффективного взаимодействия с различными социальными группами в рамках профессиональных отношений с учётом культурных, этнических и прочих различий; навыком создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, навыком обеспечения культурных различий внутренней и внешней коммуникации.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Введение в курс. Психология группы						
1.1.	Предмет, задачи, проблемы, этапы формирования, основные теоретические ориентации социальной психологии. Методология и методы социально-психологического исследования.	Лекции	1	2	ОПК-4, УК-3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.2.	Психология больших и малых социальных групп, их структурные характеристики. Положение индивида в группе.	Лекции	1	2	ОПК-4, УК-3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.3.	Методология и методы социально-психологического исследования.	Сам. работа	1	11	ОПК-4, УК-3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.4.	Психология больших социальных групп	Практические	1	2	ОПК-4, УК-3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.5.	Психология малой группы. Динамические процессы в малой группе	Практические	1	2	ОПК-4, УК-3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.6.	Лидерство и руководство в малых группах. Психология конфликта.	Лекции	1	2	ОПК-4, УК-3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.7.	Психология конфликта	Практические	1	2	ОПК-4, УК-3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.8.	Лидерство и руководство как групповой феномен	Практические	1	2	ОПК-4, УК-3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
Раздел 2. Психология общения и межличностных отношений						
2.1.	Общение как взаимопознание людьми друг друга.	Лекции	1	4	ОПК-4, УК-3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.2.	Коммуникативная сторона общения.	Практические	1	2	ОПК-4, УК-3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.3.	Общение как взаимодействие.	Лекции	1	2	ОПК-4, УК-3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.4.	Общение как взаимопознание людьми друг друга.	Практические	1	2	ОПК-4, УК-3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.5.	Эмоциональная сторона общения.	Лекции	1	2	ОПК-4, УК-3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.6.	Общение как взаимодействие.	Практические	1	2	ОПК-4, УК-3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.7.	Психологические факторы привлекательности человека для человека	Практические	1	2	ОПК-4, УК-3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.8.	Психологические факторы привлекательности человека для человека	Сам. работа	1	12	ОПК-4, УК-3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
Раздел 3. Социальная психология личности						
3.1.	Проблема личности в социальной психологии.	Лекции	1	2	ОПК-4, УК-3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
3.2.	Социально-психологические качества личности	Практические	1	2	ОПК-4, УК-3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
3.3.	Социально-психологические качества личности	Лекции	1	2	ОПК-4, УК-3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
3.4.	Социально-психологические качества личности;	Практические	1	2	ОПК-4, УК-3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
3.5.	Социально-психологические качества личности	Сам. работа	1	20	ОПК-4, УК-3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3
3.6.	Экзамен	Экзамен	1	27	ОПК-4, УК-3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2, Л2.3

5. Фонд оценочных средств

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

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Никулина, С.А.	Психология массовой коммуникации : учебное пособие	Директ-Медиа, 2014	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=235650
Л1.2	Овсянникова, Е.А	Социальная психология : учебное пособие	Флинта, 2015	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279866
Л1.3	под ред. А.М. Столяренко	Социальная психология: учебник	ЮНИТИ-ДАНА, 2016	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=446598
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Семечкин, Н.И.	Социальная психология : учебник	Директ-Медиа, 2014	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=298207
Л2.2	Мандель, Б.Р.	Психология рекламы: иллюстрированное учебное пособие	Директ-Медиа, 2015	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=270327
Л2.3	Измайлова, М.А	Психология рекламной деятельности : учебник	Дашков и К°, 2016	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453265
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	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7333		
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;
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)

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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

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

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

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоновку новую информацию в

собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

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

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

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

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

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

Экзамен. Подготовка к экзамену ведется на основе полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы. При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеются теоретические вопросы и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Социология рекламы и связей с общественностью 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_РиСО-2020

Часов по учебному плану	180	Виды контроля по семестрам
в том числе:		экзамены: 4
аудиторные занятия	72	
самостоятельная работа	81	
контроль	27	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (3)		2 (4)		Итого	
	18		15			
Неделя	18		15			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	18	18	16	16	34	34
Практические	22	20	16	18	38	38
Сам. работа	32	34	49	47	81	81
Часы на контроль	0	0	27	27	27	27
Итого	72	72	108	108	180	180

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

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

Рабочая программа дисциплины
Социология 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 30.06.2020 протокол № 6.

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

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

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

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

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

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	дать студентам знания и выработать навыки в области содержания и технологий социологии рекламы и связей с общественностью выработать у студентов понимание сущности социологического подхода к рекламе и связям с общественностью научить студентов навыкам социологического анализа рекламы и связей с общественностью , в том числе блока коммуникатора, блока "текст", блока аудитории научить студентов навыкам социологического моделирования массово-коммуникационных процессов; научить студентов умению использовать социологические знания о рекламе и связях с общественностью для планирования и реализации программ в профессиональной сфере РиСО.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.4

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
-------	---

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	Социологические методы для определения запросов и потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности по рекламе и связям с общественностью; Суть социологического подхода для решения задач в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; Возможности использования компьютерных программ для социологических исследований для решения задач в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; Методы социологических исследований для решения задач в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
3.2.	Уметь:
3.2.1.	Использовать социологические методы для определения запросов и потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности по рекламе и связям с общественностью; Использовать социологические знания для осуществления профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; Использовать компьютерные программы для социологических исследований для осуществления профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; Использовать социологические знания для осуществления профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; Использовать опросы общественного мнения, фокус-группы для осуществления профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	Навыками заказа социологических исследований для определения запросов и потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности по рекламе и связям с общественностью; Навыками социологического анализа для осуществления профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; Навыками социологического моделирования для осуществления профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;

	Навыками подготовки аналитических отчетов, справок , прогнозов по результатам социологических исследований для осуществления профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.
--	--


4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Реклама и связи с общественностью: социологический подход						
1.1.	Социология рекламы и связей с общественностью: основные подходы	Лекции	3	8	ОПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л3.1
1.2.	Понятие о социологии рекламы и связей с общественностью	Практические	3	2	ОПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л3.1
1.3.	Социологическое моделирование процессов массовых коммуникаций в деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью	Лекции	3	4	ОПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л3.1
1.4.	Функционалистская (тактическая) парадигма социологических исследований в сфере рекламы и связей с общественностью	Практические	3	4	ОПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л3.1
1.5.	Социокультурная парадигма социологических исследований в сфере рекламы и связей с общественностью	Практические	3	4	ОПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л3.1
1.6.	Коммуникатор в рекламе и связях с общественностью как объект социологического анализа	Лекции	3	4	ОПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л3.1
1.7.	Коммуникатор в рекламе и связях с общественностью как объект социологического анализа	Практические	3	4	ОПК-4	Л2.1, Л1.1, Л3.1
1.8.	Медiateкст как объект социологического анализа	Лекции	3	2	ОПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л3.1
1.9.	Медiateкст как объект социологического анализа	Практические	3	6	ОПК-4	Л2.1, Л1.1, Л3.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 2. Принципы и технологии организации и проведения эмпирических социологических исследований в сфере рекламы и связей с общественностью						
2.1.	Общие принципы организации и проведения эмпирических социологических исследований в сфере рекламы и связей с общественностью	Лекции	4	2	ОПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л3.1
2.2.	Эмпирическое исследование аудитории в сфере рекламы и связей с общественностью. Программа и техническое задание	Практические	4	4	ОПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л3.1
2.3.	Эмпирические социологические исследования коммуникатора и текста массовых коммуникаций	Лекции	4	2	ОПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л3.1
2.4.	Эмпирические социологические исследования аудитории в сфере рекламы и связей с общественностью	Лекции	4	6	ОПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л3.1
2.5.	Организация эмпирических исследований в сфере рекламы и связей с общественностью в стране и регионе	Лекции	4	6	ОПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л3.1
2.6.	Выборка социологического исследования	Практические	4	1	ОПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л3.1
2.7.	Технология составления анкеты / опросника	Практические	4	1	ОПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л3.1
2.8.	Технология подготовки и проведения фокус-группы	Практические	4	2	ОПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л3.1
2.9.	Заказ социологического исследования в сфере рекламы и связей с общественностью	Практические	4	2	ОПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л3.1
2.10.	Технология проведения контент-анализа	Практические	4	2	ОПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л3.1
2.11.	Онлайн-исследования	Практические	4	2	ОПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л3.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.12.	Технологии подготовки отчета по исследованию РИСО	Практические	4	4	ОПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л3.1
2.13.	Самостоятельная работа	Сам. работа	3	34	ОПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л3.1
2.14.	Самостоятельная работа	Сам. работа	4	47	ОПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л3.1
2.15.	Итоговый контроль	Экзамен	4	27	ОПК-4	Л2.1, Л1.1, Л1.2, 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
Приложение 1.  ФОС Социология РИСО 2022.docx

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	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
6.1.3. Дополнительные источники				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л3.1	Милюкова А.Г.	Социология рекламы и связей с общественностью: ЭУМКД	АлтГУ, 2020	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=6216
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	Социология рекламы и связей с общественностью: ЭУМКД. АлтГУ, 2020. Электронный ресурс. Режим доступа: https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=6216		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=6216	
6.3. Перечень программного обеспечения				
Microsoft Windows Microsoft Office 7-Zip AcrobatReader				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com) Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/) Научная электронная библиотека eLibrary (http://elibrary.ru)				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

Аудитория	Назначение	Оборудование
		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 дисциплины завершается экзаменом. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

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

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

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

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

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

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

методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

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

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

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Теория и практика 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	4 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_РиСО-2020

Часов по учебному плану	144	Виды контроля по семестрам
в том числе:		экзамены: 5
аудиторные занятия	56	
самостоятельная работа	61	
контроль	27	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	3 (5)		Итого	
	Неделя 17			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	20	20	20	20
Практические	36	36	36	36
Сам. работа	61	61	61	61
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	144	144	144	144

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 30.06.2020 протокол № 6.

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

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Срок действия программы: 2023-2024 уч. г.

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

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Заведующий кафедрой *доктор.соц.наук, профессор Ковалева А.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	<p>Цель изучения дисциплины – усвоение студентами основных положений современной теории рекламного и PR-текста в системе управления интегрированными коммуникациями, а также формирование базовых навыков создания текстов и документов, используемых в области связей с общественностью и рекламы, навыками копирайтинга.</p> <p>Для достижения цели ставятся задачи:</p> <p>Знание особенностей функционирования рекламного и PR-текста в системе публичных коммуникаций, их родовой специфики</p> <p>Овладение типологией рекламного и PR-текста, знание их жанровых особенностей</p> <p>Знание особенностей копирайтинга в рекламе и связях с общественностью</p> <p>Обучение навыкам анализа рекламных и PR-текстов с точки зрения их содержания и особенностей структуры и композиции</p> <p>Формирование умений создания рекламных и PR-текстов</p>
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.4

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
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	Владеет навыками разработки концепции создания, реализации и продвижения коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью для государственных и бизнес структур; навыками представления проектов решений по продвижению продукции СМИ руководству организации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	ПК-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 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-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-4.3. 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	5	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	Практические	5	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						

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.1.	Рекламный текст в системе массовой коммуникации. Классические макеты рекламы	Лекции	5	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	Практические	5	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	5	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	5	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
3.2.	Структура рекламного текста. Модели построение РТ	Лекции	5	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
3.3.	Литературная обработка и тестирование рекламного текста	Лекции	5	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
3.4.	Анализ рекламного сообщения: информация о товаре, потребителе, рынке, параметры рекламного сообщения	Практические	5	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	Практические	5	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	Практические	5	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
3.7.	Работа над созданием рекламного текста. «Схематическая диаграмма логического пути, по которому разворачивается текст»	Практические	5	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
3.8.	Тестирование рекламного текста	Практические	5	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	Практические	5	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

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
3.10.	Разработка и тестирование рекламного текста.	Сам. работа	5	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	5	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	Практические	5	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	5	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	Практические	5	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1
5.2.	Жанровая типология PR-текстов. Оперативно-новостные и исследовательско-новостные жанры	Лекции	5	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	Практические	5	4	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	5	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	5	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	5	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	Практические	5	4	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	Практические	5	4	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
5.9.	Разработка PR-текстов	Сам. работа	5	51	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	Практические	5	2	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 паблицитного 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.

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 (ОПТ); 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) публичный
- 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 публичное имя.

Вопрос 5. Перечислите основные компоненты пресс-релиза

ОТВЕТ: шапка, заголовок, лид-абзац, боди, контактная информация

Вопрос 6. Дайте определение бэбграундеру

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 справкой, 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: АПОПТ, 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	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

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»

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	12 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_РиСО-2020

Часов по учебному плану	432	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	2, 6
аудиторные занятия	172	зачеты:	4
самостоятельная работа	206		
контроль	54		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		1 (2)		2 (3)		2 (4)		3 (5)		3 (6)		Итого	
	Неделя		14,5		18		15		17		16			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	16		10		10	12	10	12	10	12	8	12	64	48
Практические	18		18		18	20	18	22	18	16	18	22	108	80
Сам. работа	38		17		44	40	44	38	44	80	19	38	206	196
Часы на контроль	0	0	27	27	0	0	0	0	0	0	27	27	54	54
Итого	72	0	72	27	72	72	72	72	72	108	72	99	432	378

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 30.06.2020 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8

Срок действия программы: 2023-2026 уч. г.

Заведующий кафедрой

д. социол.н., профессор Ковалева А.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8

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

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	сформировать у студентов начальных знаний и базовых представлений о профессиональной деятельности в сфере связей с общественностью и рекламы; сформировать системное представление о современном состоянии связей с общественностью и рекламы: основных специальностях, технологиях, организационной структуре, направлениях и объёмах деятельности, роли новых медиа в современной практике связей с общественностью и рекламы.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.4

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
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-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
1.2.	Система внутренних коммуникаций	Лекции	3	2	ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.3.	Кorporативные 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 внутрикorporативных коммуникациях	Лекции	3	4	ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
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		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-4.1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.9.	Создание сайта для сотрудников	Практические	3	8		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
1.10.	Внутрикорпоративный PR	Сам. работа	3	40	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		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.2.	«Классика» антикризисных коммуникаций: сценарии, ошибки, стратегии	Практические	4	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.3.	Стратегии и тактики антикризисного PR	Лекции	4	4	ПК-1.1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.4.	Стратегии и тактики антикризисного PR	Практические	4	2	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		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.6.	Антикризисные интернет-коммуникации	Лекции	4	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		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.8.	Технологии антикризисного PR	Практические	4	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
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		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.11.	Антикризисный пресс-тренинг (пресс-конференция)	Практические	4	4		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.12.	Регламент коммуникаций в социальных медиа	Практические	4	2		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		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
2.15.	Антикризисный PR	Сам. работа	4	38		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-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-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		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
3.4.	Этапы разработки рекламной кампании в российских и западных традициях	Практические	5	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
3.5.	Аналитический этап рекламной кампании	Лекции	5	2	ПК-1.1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
3.6.	Аналитический этап рекламной кампании	Практические	5	2	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-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
3.8.	Стратегический и креативный этапы рекламной кампании	Практические	5	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
3.9.	Тактический этап рекламной кампании	Лекции	5	2	ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
3.10.	Тактический этап рекламной кампании	Практические	5	2	ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
3.11.	Оценка эффективности рекламной кампании	Лекции	5	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
3.12.	Моделирование рекламной кампании	Сам. работа	5	80		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
3.13.	Презентация и защита проектов рекламных и PR-кампаний.	Практические	5	6		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		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		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
4.4.	Этапы разработки PR-кампании	Практические	6	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
4.5.	Аналитический этап PR-кампании	Лекции	6	2		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
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-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
4.9.	Практическая реализация PR-кампании	Лекции	6	2		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
4.10.	Практическая реализация PR-кампании	Практические	6	4		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
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		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5
4.13.	Презентация и защита проектов рекламных и PR-кампаний.	Практические	6	10		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.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 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: Медиалогия, BrandAnalytics, Scan Интерфакс, крибрум, ПрессИндекс, IQBuzz, Интегрум, DataLocator? Angry-analytics.

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?

- 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 дружественный 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 телесмотра 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 телесмотра.

Вопрос 14. Опишите автоматизированный способ медиаизмерения телесмотра.

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

Вопрос 15. В чем главная особенность телевизионных измерений?

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

Вопрос 16. Какие факторы влияют на объемы медиаизмерений?

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

Вопрос 17. Опишите автоматизированные методы медианализа наружной рекламы.

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

Вопрос 18. Что такое технология Mobile People Meter?

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

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

Ответ: Медиаскоп, РБК, ВЦИОМ.

Вопрос 20. На что направлены качественные исследования медиа?

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

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

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

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

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

Ответ: б

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

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

Ответ: б

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

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

Ответ: г

Вопрос 4. Макросреда маркетинга – это

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

Ответ: а

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

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

Ответ: б

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

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

Ответ: б

Вопрос 7. Основные понятия, отражающие сущность маркетинга - это

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

Ответ: все ответы верны

Вопрос 8. Стимулирующий маркетинг применяется при:

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

Ответ: в

Вопрос 9. Противодействующий маркетинг применяется при:

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

Ответ: б

Вопрос 10. Маркетинговые исследования – это:

- а. синоним исследований рынка
- б. сбор, упорядочивание, анализ и обобщение данных для обнаружения и решения маркетинговых проблем
- в. постоянно действующая система сбора, классификации, анализа, оценки и распространения

маркетинговой информации.

г. все ответы верны

Ответ: б

Вопрос 11. Маркетинговая деятельность выступает как:

а. самостоятельный вид деятельности

б. функция менеджмента

в. коммерческая деятельность

г. все варианты верны

Ответ: а, в.

Вопрос 12. Данные, накапливаемые в компаниях:

а. как правило содержат ошибки

б. почти всегда носят неполный, фрагментарный характер

в. редко накапливаются специально для решения задач

г. нередко имеют большой объем, но плохо структурированы

Ответ: а, в, г.

Вопрос 13. Наценка должна учитывать:

а. объем продаж

б. скорость оборачиваемости товарных запасов

в. особенности спроса

г. все варианты верны

Ответ: г

Вопрос 14. Точка безубыточности - это

а. цена, при которой предприятие начинает получать прибыль

б. объем производства, при котором производитель работает без убытков

в. уровень затрат, необходимый для производства

г. все ответы верны

Ответ: а

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

а. конгломеративная

б. сокращение

в. вертикальная интеграция

г. концентрическая диверсификация.

Ответ: г

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

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

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

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

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

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

Ответ. Необходимо пересмотреть стратегию концентрации.

Вопрос 4. Стратегия оптимальных издержек – это...

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

Вопрос 5. Какие факторы формируют конкурентное окружение?

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

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

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

Вопрос 7. Что относится к основным сферам принятия решений в маркетинговой коммуникации?

Ответ: выбор стратегии сбытовой коммуникации, стратегии по выбору коммуникативных каналов,

стратегии по охвату целевого рынка, стратегии коммуникации при выходе на рынок/рынки.

Вопрос 8. Какие цели создания плана маркетинга?

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

Вопрос 9. Перечислите последовательность разделов плана маркетинга.

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

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

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

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

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

Вопрос 12. Перечислите виды сегментации.

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

Вопрос 13. Перечислите стратегии позиционирования товара или услуги.

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

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

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

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

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

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

Вопрос 16. Дайте характеристику методу custdev

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

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

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

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

б. индекс участия

в. качество медиаполя

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; категорические 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 медиаполя и как рассчитывается?

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

Вопрос 19. Что такое цель в контексте PR?

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

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

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

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАКРЫТЫХ ВОПРОСОВ:

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

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

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ.

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

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

Не предусмотрено.

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра зачета с оценкой.

Обучающиеся, не 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	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
ЛП.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
ЛП.3	Федотова, Л. Н.	Реклама: теория и практика: учебник для вузов	Москва : Издательство Юрайт, 2022	URL: https://urait.ru/bcode/489371
ЛП.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
ЛП.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
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. 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»

Язык и стиль современной рекламы 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	4 ЗЕТ
Учебный план	42_03_01_РиСО-2020

Часов по учебному плану	144	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	4
аудиторные занятия	46		
самостоятельная работа	71		
контроль	27		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (4)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	18	18	18	18
Практические	28	28	28	28
Сам. работа	71	71	71	71
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	144	144	144	144

Программу составил(и):
к.филол.н., доцент, Качесова И.Ю.

Рецензент(ы):
к.филол.н., доцент, Комиссарова Л.М.

Рабочая программа дисциплины
Язык и стиль современной рекламы 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 30.06.2020 протокол № 6.

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

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

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

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

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

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Целью освоения дисциплины является изучение основных положений стилистики как науки о целенаправленном употреблении средств языка; расширение знаний о функциональных стилях языка, формирование представления о функциональных типах речи в рекламной и PR-коммуникации.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.4

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	основные понятия и категории стилистики; систему функциональных стилей русского языка; конструктивные принципы селекции и комбинаторики языковых средств в разных стилях языка, обусловленных экстралингвистическими факторами;
3.2.	Уметь:
3.2.1.	определять принадлежность того или иного текста к определенному функциональному стилю; определять стилистическую окраску языковой единицы; создавать и редактировать тексты профессиональной коммуникации.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками анализа языковых фактов с позиции стилистически мотивированного и немотивированного использования их в речи; основными методами и приемами анализа речевых жанров в рекламной и PR-коммуникации.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Введение						
1.1.	Стилистика русского языка как наука. Предмет и объект стилистики. Направления стилистических исследований.	Лекции	4	2	ОПК-1, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
1.2.	Стилистические концепции В.В.Виноградова и М.Н.Кожинной.	Практические	4	2	ОПК-1, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4


Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.3.	Самостоятельная работа	Сам. работа	4	11	ОПК-1, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
Раздел 2. Основные понятия стилистики. Понятие стилистических ресурсов.						
2.1.	Основные понятия стилистики. Понятие стилистических ресурсов. Стилистическое средство.	Лекции	4	2	ОПК-1, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.2.	Лексические стилистические ресурсы.	Практические	4	2	ОПК-1, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.3.	Фоностилистические средства русского языка.	Лекции	4	2	ОПК-1, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.4.	Стилистические ресурсы. Понятие фоника.	Практические	4	2	ОПК-1, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.5.	Понятие о стилистической норме.	Лекции	4	2	ОПК-1, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.6.	Нормы общелитературные и стилистические.	Практические	4	2	ОПК-1, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.7.	Понятие стилистической окраски. Стилистическая парадигматика и синтагматика.	Практические	4	2	ОПК-1, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.8.	Понятие стилистической окраски. Стилистическая парадигматика и синтагматика.	Сам. работа	4	10	ОПК-1, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.9.	Стилистическая окраска. Эмоционально-экспрессивная и функционально-стилевая окраска.	Лекции	4	2	ОПК-1, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.10.	Анализ стилистических ошибок.	Практические	4	2	ОПК-1, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.11.	Редактирование предложений	Практические	4	2	ОПК-1, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.12.	Самостоятельная работа	Сам. работа	4	16	ОПК-1, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
Раздел 3. Функциональные стили русского языка в аспекте рекламной и PR-коммуникации.						

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
3.1.	Понятие о функциональном стиле как центральной категории стилистики. Система функциональных стилей. Стилистические ресурсы копирайтинга.	Лекции	4	2	ОПК-1, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
3.2.	Научный, официально-деловой стили и использование их ресурсов в рекламной и PR-коммуникации.	Практические	4	4	ОПК-1, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
3.3.	Художественный, разговорный, публицистический стили и использование их ресурсов в рекламной и PR-коммуникации.	Практические	4	4	ОПК-1, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
3.4.	Стилевая особенность интернет-коммуникации и ее потенциал для использования в рекламной и PR-коммуникации.	Практические	4	4	ОПК-1, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
3.5.	Самостоятельная работа	Сам. работа	4	18	ОПК-1, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
Раздел 4. Стилистика рекламы и PR и теория речевых жанров.						
4.1.	Изучение речевых жанров: аспект формализации социального взаимодействия.	Лекции	4	4	ОПК-1, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
4.2.	Модель речевого жанра. Особенности реализации модели речевого жанра в рекламной и PR-коммуникации.	Практические	4	2	ОПК-1, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
4.3.	Человек в жанровом пространстве повседневной коммуникации.	Лекции	4	2	ОПК-1, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
4.4.	Самостоятельная работа	Сам. работа	4	16	ОПК-1, ПК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4

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 язык и стиль современной рекламы и PR.2020.docx

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	под ред. Н. В. Малычевой	Стилистика и литературное редактирование: учеб. пособие	М.: Дашков и К°, 2012	
Л1.2	Кожина М.Н., Дускаева Л.Р., Салимовский В.А.	Стилистика русского языка: учеб. пособие	М.: Флинта: Наука // ЭБС "Лань" 2017, 2016	https://e.lanbook.com/book/85900
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Лыткина О.И. Селезнева Л.В. Скороходова Е.Ю.	Практическая стилистика русского языка: Учебное пособие	М.: Флинта // ЭБС "Лань", 2016	http://e.lanbook.com/book/84597
Л2.2	Болотнова Н.С.	Коммуникативная стилистика текста: Словарь-тезаурус	М.: Флинта // ЭБС «Лань», 2012	https://e.lanbook.com/book/74765
Л2.3	Бернадская, Юлия Сергеевна	Текст в рекламе : учеб. пособие для вузов	М. : ЮНИТИ-[ДАНА], , 2009.	
Л2.4	Сердобинцева, Е.Н.	Структура и язык рекламных текстов :	М. : Флинта, 2010.	URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=57575
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 "Язык и стиль современной рекламы"	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=4756
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)
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица
320Л	медиа-тека, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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

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»

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_РиСО-2020

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	
	19			
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 30.06.2020 протокол № 6.

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

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

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

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

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

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	<p>- подготовка к обоснованному и мотивированному выбору студентом специализации профессиональной деятельности с учётом особенностей ОВЗ.</p> <p>Для достижения поставленной цели выделяются задачи курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> - начальное знакомство с направлениями профессиональной деятельности 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-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
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.	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-7, УК-6	Л2.1, Л2.2, Л1.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.2.	История становления профессии.	Лекции	1	2	УК-7, УК-6	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-7, УК-6	Л2.1, Л2.2, Л1.1
2.2.	Подготовка к выступлению. Выступление с презентацией	Практические	1	2	УК-7, УК-6	Л2.1, Л2.2, Л1.1
2.3.	Ответы на вопросы. Работа с аудиторией. Завершение выступления.	Сам. работа	1	18	УК-7, УК-6	Л2.1, Л2.2, Л1.1
Раздел 3. Раздел 3. Анализ полученного опыта и результата своих действий.						
3.1.	Профдиагностика	Практические	1	2	УК-7, УК-6	Л2.1, Л2.2, Л1.1
3.2.	Консультирование	Практические	1	2	УК-7, УК-6	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-7, УК-6	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_3-4.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	Шаймиева, Э.Ш.	Введение в специальность : учебное пособие	Казань : Познание, 2019	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=257831
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Обухов, Алексей Сергеевич	Введение в профессию: психолог образования: учеб. и практикум	М. : Юрайт, 2019	https://www.biblio-online.ru/bcode/432773
Л2.2	сост.: Я. К. Смирнова, Л. Д. Демина	Введение в профессию: учеб. пособие	АлтГУ, 2017	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/3509
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название	Эл. адрес		
Э1	полнотекстовые базы данных: Национальный цифровой ресурс Руконт	[http://www.rucont.ru/] .		
Э2	ЭБС «Юрайт»	[http://www.biblio-online.ru/]		
Э3	Ресурс Цифровые учебные материалы.	[http://abc.vvsu.ru/]		
Э4	курс "Введение в профессию"	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7319		
6.3. Перечень программного обеспечения				
Microsoft Office, Microsoft Windows 7-Zip AcrobatReader				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com) Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/) Научная электронная библиотека eLibrary (http://elibrary.ru)				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
108М	лаборатория информационных технологий - компьютерный класс – учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических);	Учебная мебель на 13 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска магнитно-маркерная; интерактивная доска: SMART Board – 1

Аудитория	Назначение	Оборудование
	групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	ед.; персональные компьютеры: NAIO Corp Z520 – 13 ед.
106Л	помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Стеллажи – 3 шт. осциллограф, паяльная станция, источник тока, переносные ноутбуки
119Л	абонемент и читальный зал научной литературы фен – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 44 посадочных места; компьютер; ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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

Методические указания обучающимся к лекциям

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

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

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

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

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

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

Методические указания обучающимся при подготовке к семинарам, практическим занятиям

Планы семинарских занятий, их тематика, рекомендуемая литература, цель и задачи ее изучения сообщаются преподавателем на вводных занятиях или в методических указаниях по дисциплине.

Подготовка студентов к семинарскому занятию включает 2 этапа:

1) организационный;

2) закрепление и углубление теоретических знаний.

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

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

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

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

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

Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также 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.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Тренинг "Эффективная презентация проекта"

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_РиСО-2020		
Часов по учебному плану	72	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты: 4	
аудиторные занятия	28		
самостоятельная работа	44		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (4)		Итого	
	Неделя 15			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лабораторные	28	28	28	28
Сам. работа	44	44	44	44
Итого	72	72	72	72

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

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

Рабочая программа дисциплины
Тренинг "Эффективная презентация проекта"

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 30.06.2020 протокол № 6.

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

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

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

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

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

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Целью изучения дисциплины является обучение основным средствам презентации проектов, формирование у студентов практических навыков разработки и создания презентаций. Для достижения цели ставятся задачи: <ul style="list-style-type: none"> • ознакомление студентов с основными правилами и принципами презентации; • получение практических навыков подготовки к презентации; • получение навыков создания сопроводительных и самостоятельных презентаций; • изучение основных компьютерных программ, необходимых для разработки презентаций.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **ФТД.В**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
------	---

В результате освоения дисциплины обучающийся должен


3.1.	Знать:
3.1.1.	основным компьютерные программы подготовки презентаций; техники работы с компьютерными программами; технологии подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы. основные визуальные средства и правила построения презентаций.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	применять современные компьютерные технологии в подготовке презентаций проектов; использовать в профессиональной деятельности различные компьютерные приложения, графические редакторы, информационные системы; применять техники презентаций и самопрезентаций.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками работы в компьютерных программах и приложения по созданию презентаций, навыками работы в графических редакторах и приложениях по создания иллюстраций к презентациям (инфографики и др.), навыками разработки презентации (PowerPoint, видео и др.).

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Презентация проектов: самостоятельная и сопроводительная, самопрезентация						
1.1.	Разработка сценария, подбор материала, создание презентации.	Лабораторные	4	4	УК-3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.2.	Microsoft PowerPoint – средство создания профессионально оформленных презентаций.	Лабораторные	4	8	УК-3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.3.	Подготовка текстов и иллюстраций для презентаций. Использование графических редакторов и онлайн сервисов для подготовки инфографики.	Лабораторные	4	4	УК-3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.4.	Работа с визуальными, аудио и видео-эффектами.	Лабораторные	4	4	УК-3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.5.	Prezi.com – онлайн сервис для профессионального оформления презентаций.	Лабораторные	4	4	УК-3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.6.	Процесс презентации и защиты проектов	Лабораторные	4	4	УК-3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.7.	Разработка презентации	Сам. работа	4	44	УК-3	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
См.приложение
5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)
См.приложение
5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
См.приложение
Приложения
Приложение 1.  ФОС_эффективнаяпрезентацияпроекта_2020.doc

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Шарков Ф.И.	Интерактивные электронные коммуникации (возникновение "Четвертой волны"): учебное пособие	М.: Дашков и Ко, 2017.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454124

6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Бузин, В.Н.	Медиапланирование: теория и практика : учебное пособие	Юнити-Дана, 2015	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114785
Л2.2	Бобров, А.А.	Путь к профессионализму: учебное пособие	Директ-Медиа, 2014	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233722
Л2.3	А. Черных	Мир современных медиа:	Издательский дом «Территория будущего», 2007	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84955
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		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7335	
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
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
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
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

Лабораторные 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, необходимо обратить внимание на ситуации конфликта, ошибки / развития, успеха в профессиональной деятельности.

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

Зачет. Подготовка к зачету ведется на основе участия в тренинге, осмысления работы на лабораторных занятиях и самостоятельной работы.