

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Рабочие программы дисциплин

Направление подготовки	42.04.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Социальная безопасность медиaproстранства Большого Алтая
Форма обучения	Очная
Учебный план	42_04_01_Реклама и СО_СБА-2022
Год начала подготовки	2022

Место дисциплины в учебном плане	Название дисциплины
Б1.В.ДВ.01.01	Проблемы информационного общества
Б1.В.ДВ.01.01	Система организации профессиональной деятельности в цифровой среде
Б1.В.ДВ.01.02	Особенности управления проектами в профессиональной деятельности
Б1.В.ДВ.01.02	Эффективная презентация проекта
Б1.О.01	Иностранный язык в сфере делового и профессионального общения
Б1.О.01	Командообразование и лидерские навыки
Б1.О.01	Межкультурное взаимодействие в современном мире
Б1.О.01	Методология прикладного исследования
Б1.О.02	Кросс-культурные коммуникации Большого Алтая
Б1.О.02	Медиакоммуникационные системы стран Большого Алтая
Б1.О.02	Правовое регулирование медиарынков в странах Большого Алтая
Б1.О.02	Социальная безопасность коммуникационных процессов
Б1.О.03	Digital-коммуникации
Б1.О.03	Медиааналитика
Б1.О.03	Планирование и реализация коммуникационных кампаний
Б1.О.03	Правовая экспертиза коммуникационных продуктов

Место дисциплины в учебном плане	Название дисциплины
Б1.О.03	Социогуманитарная экспертиза коммуникационных продуктов
Б1.О.03	Стратегический менеджмент и маркетинг в коммуникационной сфере
Б3.О	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ФТД.В	Введение в профессиональную деятельность (адаптивная дисциплина для лиц с ограниченными возможностями здоровья)

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Проблемы информационного общества рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью		
Направление подготовки	42.04.01. Реклама и связи с общественностью		
Профиль	Социальная безопасность медиaprостранства Большого Алтая		
Форма обучения	Очная		
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ		
Учебный план	42_04_01_Реклама и СО_СБА-2022		
Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		диф. зачеты: 1	
аудиторные занятия	32		
самостоятельная работа	76		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		Итого	
	Неделя	16		
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	10	10	10	10
Практические	22	22	22	22
Сам. работа	76	76	76	76
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
д.филол.н., профессор, Халина Н.В.

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

Рабочая программа дисциплины
Проблемы информационного общества

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528)

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

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

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

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

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

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

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Целями освоения учебной дисциплины являются: формирование информационной компетенции Гражданина сетевого общества на основе оптимизации эпистемической функции языка, описание взаимодействие общества, языка и информации, обязательных составляющих современного коммуникационного процесса истории, определение специфики функционирования человека в условиях современного информационного общества (пространства информационных потоков); формулирование условий корректного употребления термина «информация» в медиаисследованиях, не противоречащих его онтологии; прогнозирование возможных информационных аспектов исследования системы коммуникаций современного общества; сопоставление естественного и искусственного языков.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.ДВ.01.01

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий
------	--

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	информационные коммуникативные технологии, которые базируются на электронике и генной инженерии. Иметь представление о виртуальных мирах (virtual worlds) – имитационных сферах, процессах, явлениях реальности, моделируемых на экранах компьютерных устройств
3.2.	Уметь:
3.2.1.	планировать воспроизводство знания и информации в циклическом режиме и осуществлять индивидуализацию культурных смыслов в коммуникативных сетях, дифференцировать составляющие общества информационных потоков и осуществлять информационный трафик.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками моделирования имитационных сфер, процессов, явлений виртуальной реальности, моделирования возможных вариантов различных жизненных ситуаций и создания проекты в области общественно-культурной деятельности


4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Характерные черты информационного общества						
1.1.	Технология, общество и историческое изменение. информационное общество в системе эволюции систем организации общественных связей	Лекции	1	2	УК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.2.	Модели общества информации	Практические	1	2	УК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.3.	Модели общества информации	Сам. работа	1	24	УК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.4.	Теоретико-парадигмальное структурирование жизни в сетевом обществе	Практические	1	2	УК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.5.	Пролегомены к построению траектории информационного поиска	Практические	1	2	УК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.6.	Жизнедеятельность общества в информационной эпохе, new temporality и новое понимание коммуникации	Практические	1	2	УК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
Раздел 2. Жизнедеятельность общества в информационную эпоху						
2.1.	Новое понимание коммуникации в информационном обществе. анненбергская школа	Лекции	1	2	УК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.2.	Новое понимание коммуникации. Анненбергская школа	Практические	1	4	УК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.3.	Новое понимание коммуникации. Анненбергская школа	Сам. работа	1	26	УК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.4.	Концепция сетевого общества М. Кастельса	Лекции	1	2	УК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.5.	Сетевое общество: специфическая характеристика «информационной эпохи»	Практические	1	2	УК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
Раздел 3. Обеспечение нормального трафика в информационных супермагистральных: интуиционистская логика и автоматическая дедукция						
3.1.	Семиотика техники в информационном обществе	Лекции	1	2	УК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.2.	Семиотика техники: знаковые значения текста и дискурсов	Практические	1	2	УК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.3.	Искусственный интеллект и математическое мышление как концептуально-прагматические	Лекции	1	2	УК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	доминанты информационного общества					
3.4.	Искусственный интеллект как раздел знания в информационном обществе	Практические	1	4	УК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.5.	Искусственный интеллект как раздел знания в информационном обществе	Сам. работа	1	26	УК-1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
3.6.	Математическое мышление как основа жизнедеятельности человека информационной эпохи	Практические	1	2	УК-1	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 ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО_2022_БА.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. А. Шапцев, Ю. В. Бидуля	Теория информации. Теоретические основы создания информационного общества : учебное пособие для вузов	М. : Издательство Юрайт, 2018	www.biblio-online.ru/book/5010C1E1-28EC-47E2-B3FC-757D4584EE58

Л1.2	Б. Я. Советов, В. В. Цехановский	Информационные технологии : учебник для прикладного бакалавриата	М. : Издательство Юрайт, 2021	https://urait.ru/bcode/469425
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Г. Бехманн ; пер. А.Ю. Антоновский, Г.В. Горохова, Д.В. Ефременко, В.В. Каганчук и др	Современное общество: общество риска, информационное общество, общество знаний :	Москва : Логос, 2010	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84924
Л2.2	И.Ф. Михайлов	Человек, сознание, сети=Man, mind and networks : : научное издание	Российская академия наук, Институт философии. - Москва : Институт философии РАН, 2015	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=444506
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 Информационное общество	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=6629		
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	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

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 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»

Система организации профессиональной деятельности в цифровой среде рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра менеджмента, организации бизнеса и инноваций
Направление подготовки	42.04.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Социальная безопасность медиaprостранства Большого Алтая
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_04_01_Реклама и СО_СБА-2022

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты:	2
аудиторные занятия	24		
самостоятельная работа	84		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (2)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	8	8	8	8
Практические	16	16	16	16
Сам. работа	84	84	84	84
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
к.э.н., Доцент, Рудакова О.Ю.

Рецензент(ы):
к.э.н., Доцент, Горбунова А.Ю.

Рабочая программа дисциплины
Система организации профессиональной деятельности в цифровой среде

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528)

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

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра менеджмента, организации бизнеса и инноваций

Протокол от 27.05.2022 г. № 9
Срок действия программы: 2022-2023 уч. г.

Заведующий кафедрой
Рудакова О.Ю., к.э.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 менеджмента, организации бизнеса и инноваций

Протокол от 27.05.2022 г. № 9
Заведующий кафедрой *Рудакова О.Ю., к.э.н., доцент*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Специалист по управлению экономическими системами должен отчетливо представлять размер допустимых физических, интеллектуальных, эмоциональных затрат, которые требует работа в конкретных организационно – технических условиях, и в соответствии с этим, корректировать свой подход к проектированию соответствующих компонентов, звеньев и взаимодействия в рабочей системе «человек – машина».
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.ДВ.01.01

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-1	Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии в целях продвижения продукции СМИ средствами стратегических коммуникаций
------	--

В результате освоения дисциплины обучающийся должен


3.1.	Знать:
3.1.1.	систему организации профессиональной деятельности в цифровой среде
3.2.	Уметь:
3.2.1.	применять инструменты организации профессиональной деятельности в цифровой среде
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками организации профессиональной деятельности в цифровой среде

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Цифровая среда						
1.1.	Факторы цифровой среды организации	Лекции	2	2	ПК-1	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.2.	Факторы цифровой среды организации	Практические	2	4	ПК-1	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.3.	Факторы цифровой среды организации	Сам. работа	2	20	ПК-1	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.4.	Цифровые технологии в профессиональной деятельности	Лекции	2	2	ПК-1	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.5.	Цифровые технологии в профессиональной деятельности	Практические	2	4	ПК-1	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.6.	Цифровые технологии в профессиональной деятельности	Сам. работа	2	20	ПК-1	Л1.1, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.7.	Организация профессиональной деятельности в цифровой среде	Лекции	2	4	ПК-1	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.8.	Организация профессиональной деятельности в цифровой среде	Практические	2	8	ПК-1	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.9.	Организация профессиональной деятельности в цифровой среде	Сам. работа	2	44	ПК-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
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 ЭРГОНОМИКУ.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	Одегов Ю.Г., Кулапов М.Н., Сидорова В.Н.	ЭРГОНОМИКА. Учебник и практикум для академического бакалавриата: Гриф УМО ВО	М.:Издательство Юрайт, 2018	https://biblio-online.ru/book/F46ACD16-4BEF-436A-A571-86EB022C3A0F
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Е. А. Климов [и др.]	Психология труда, инженерная психология и эргономика в 2 ч. Часть 1 : учебник для	Москва : Издательство Юрайт, 2019	https://www.biblio-online.ru/bcode/437967 (дата обращения: 29.09.2019)

		академического бакалавриата		
Л2.2	Е. А. Климов [и др.]	Психология труда, инженерная психология и эргономика в 2 ч. Часть 2: учебник для академического бакалавриата	Москва : Издательство Юрайт, 2019	https://www.biblio-online.ru/bcode/437968 (дата обращения: 29.09.2019)
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Курс в ЭИОС		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8428	
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); 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: 1. КонсультантПлюс http://www.consultant.ru/ . Профессиональные базы данных: 1. Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com); 2. Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/); 3. Научная электронная библиотека elibrary (http://elibrary.ru)				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)
103С	лаборатория информационных технологий - компьютерный класс – учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 16 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска маркерная; марка ASUSTeK Computer INC модель P8B75-M - 15 единиц; мониторы: марка Asus модель VW224 - 15 единиц
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)

Аудитория	Назначение	Оборудование
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

Для усвоения теоретических и практических основ курса необходимо:

- изучить программу курса;
- подобрать литературу по соответствующим темам и изучить её.

Студент должен изучать дисциплину согласно логической последовательности заявленных тематических разделов.

Изучение каждого тематического раздела студентом должно осуществляться следующим образом:

1. Студент должен четко планировать и организовать время, необходимое на изучение темы дисциплины, в соответствии с графиком учебного процесса своей специальности в АлтГУ.

2. При изучении темы студент должен вначале внимательно ознакомиться с темой дисциплины, в соответствие с ее названием найти тематический раздел в учебной литературе, под-робно изучить основные понятия, их взаимосвязи и взаимодействия, закономерности, причины и следствия их развития по каждому выносимому на обсуждение вопросу темы. Эти вопросы рекомендуется использовать студенту для самопроверки знаний по тематическому разделу.

Затем студент должен ознакомиться с методической и справочной литературой по тематическому разделу дисциплины для изучения современной практики применения изложенных в теоретической литературе правил и методов разрешения затронутых проблем.

3. При подготовке по каждому тематическому разделу студент должен использовать рекомендованный ему список основной и дополнительной литературы. Студенту рекомендуется подготовить доклады или рефераты по вопросам темы, не рассмотренным на лекционных занятиях.

4. При подготовке к зачету студент в логической последовательности должен повторить изученный в ходе лекционных, практических, лабораторных и самостоятельных занятий материал согласно перечню выносимых на зачет вопросов.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Особенности управления проектами в профессиональной деятельности рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.04.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Социальная безопасность медиaprостранства Большого Алтая
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_04_01_Реклама и СО_СБА-2022

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам
в том числе:		диф. зачеты: 1
аудиторные занятия	32	
самостоятельная работа	76	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		Итого	
	Неделя	16		
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	10	10	10	10
Практические	22	22	22	22
Сам. работа	76	76	76	76
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
д.социол.н., Профессор, Ковалева Алла Владимировна

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

Рабочая программа дисциплины
Особенности управления проектами в профессиональной деятельности

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528)

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

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

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Срок действия программы: 2023-2025 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 изучения дисциплины является формирование системного знания об основах и содержании проектного менеджмента; обучение студентов технологиям управления проектами в сфере рекламы и связей с общественностью; развитие мотивации студентов и готовности к принятию обоснованных и ответственных решений в профессиональной сфере.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.ДВ.01.02

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-2	Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный продукт/проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.
ПК-2.1	Знает технологии разработки, реализации и продвижения коммуникационных продуктов\проектов
ПК-2.2	Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы по созданию, реализации и продвижению коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-2.3	Владеет навыками разработки концепции создания, реализации и продвижения коммуникационного продукта/проекта в сфере рекламы и связей с общественностью
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий
УК-1.1	Знает методы и основные принципы критического анализа и оценки проблемных ситуаций на основе системного подхода
УК-1.2	Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи внутри; осуществляет поиск вариантов решения поставленной проблемной ситуации; определяет стратегию достижения поставленной цели
УК-1.3	Применяет навыки критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода и определяет стратегию действий для достижения поставленной цели
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
УК-2.1	Знает требования, предъявляемые к проектной работе; методы представления и описания результатов проектной деятельности; критерии и параметры оценки результатов выполнения проекта
УК-2.2	Формирует план-график реализации проекта в целом и план контроля его выполнения; организывает и координирует работу участников проекта; представляет результаты проекта в различных формах
УК-2.3	Владеет навыками осуществления деятельности по управлению проектом на всех этапах его жизненного цикла

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	методы и основные принципы критического анализа и оценки проблемных ситуаций на основе системного подхода; требования, предъявляемые к проектной работе; методы представления и описания результатов проектной деятельности; критерии и параметры оценки результатов выполнения проекта; технологии разработки, реализации и продвижения коммуникационных продуктов\проектов;
3.2.	Уметь:

3.2.1.	анализировать проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи внутри; осуществлять поиск вариантов решения поставленной проблемной ситуации; формировать план-график реализации проекта в целом и план контроля его выполнения; организовывать и координировать работу участников проекта; представлять результаты проекта в различных формах; уметь осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции;
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода и определять стратегию действий для достижения поставленной цели; навыками осуществления деятельности по управлению проектом на всех этапах его жизненного цикла; навыками разработки концепции создания, реализации и продвижения коммуникационного продукта/проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Методологические основы проектного менеджмента						
1.1.	Теоретико-методологические основы проектного менеджмента. Основные этапы развития теории и практики управления проектами.	Лекции	1	2	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.2.	Теоретико-методологические основы проектного менеджмента. Основные этапы развития теории и практики управления проектами.	Практические	1	4	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.3.	Теоретико-методологические основы проектного менеджмента. Основные этапы развития теории и практики управления проектами.	Сам. работа	1	12	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.4.	Процессы управления проектом. Жизненный цикл проекта.	Лекции	1	2	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.5.	Процессы управления проектом. Жизненный цикл проекта.	Практические	1	4	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.6.	Процессы управления проектом. Жизненный цикл проекта.	Сам. работа	1	12	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3,	Л2.1, Л2.2, Л1.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
					УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	
Раздел 2. Подсистемы управления проектом						
2.1.	Управление временем проекта. Управление стоимостью проекта	Лекции	1	2	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
2.2.	Управление временем проекта. Управление стоимостью проекта	Практические	1	4	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
2.3.	Управление временем проекта. Управление стоимостью проекта	Сам. работа	1	12	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
2.4.	Управление отклонениями. Управление человеческими ресурсами и качеством проекта.	Лекции	1	2	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
2.5.	Управление отклонениями. Управление человеческими ресурсами и качеством проекта.	Практические	1	4	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
2.6.	Управление отклонениями. Управление человеческими ресурсами и качеством проекта.	Сам. работа	1	12	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
2.7.	Управление коммуникациями проекта. Коммуникационные проекты: понятие, специфика, этапы.	Лекции	1	2	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
2.8.	Управление коммуникациями проекта. Коммуникационные проекты: понятие, специфика, этапы.	Практические	1	6	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
2.9.	Управление коммуникациями проекта. Коммуникационные	Сам. работа	1	28	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	проекты: понятие, специфика, этапы.					
Раздел 3. Промежуточная аттестация						
3.1.	зачет с оценкой	Практические	1	0	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
<p>Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале «Открытый университет АлтГУ» https://public.edu.asu.ru/course/view.php?id=1786 Оценка сформированности компетенции:</p> <p>УК-1: Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА Вопрос 1: Наука и искусство руководства и координации людских и материальных ресурсов на протяжении жизненного цикла проекта путем применения современных методов и техники управления для достижения определенных в проекте результатов по составу и объему работ, стоимости, времени, качеству и удовлетворению участников проекта это: 1. Управление проектами 2. Организация 3. Проект Ответ: 1 Вопрос 2: Функциональная организационная структура: 1. Представляет собой комбинацию функциональной и проектно-целевой структур и может принимать разнообразные формы. 2. Представляет собой классический тип иерархической организационной структуры предприятия. 3. Возникает тогда, когда вся деятельность организации концентрируется на выполнении определенного проекта. Ответ: 2 Вопрос 3: Какой период в истории России поспособствовал развитию деятельности по управлению проектами? 1. Реформы Петра Столыпина 2. Периоды пятилеток и индустриализации 3. Раскулачивание 4. Военные действия в период 1 Мировой Войны Ответ: 2 Вопрос 4: Неопределенность – это... 1. неполнота или неточность информации о параметрах и обстоятельствах проекта 2. неполнота или неточность информации об условиях реализации проекта, в том числе о связанных с ними затратах и результатах. 3. фактор, возникновение которого невозможно предусмотреть и спрогнозировать даже в вероятностной оценке. Ответ: 1 Вопрос 5: К какому типу проблем подходит данное определение: «никакие действия по решению проблемы не предпринимаются до изменения ее приоритета»? 1. Особо важные проблемы 2. Важные проблемы 3. Незначительные проблемы</p>

4. Несущественные проблемы

Ответ: 4

Вопрос 6: Что НЕ включает в себя система мониторинга по проекту?

1. хранение всей необходимой информации по проекту;
2. сбор необходимой информации непосредственно по мере ее появления в ходе проекта;
3. представление этой информации как в интегральной, так и в детальной форме в соответствии с запросами пользователей;
4. удаление использованной информации.

Ответ: 4

Вопрос 7: Какой из видов рисков связан с изменениями в государственном управлении и политике?

1. производственный риск
2. финансовый риск
3. инвестиционный риск
4. институциональный риск

Ответ: 4

Вопрос 8: Социальные проекты направлены на:

1. Реструктуризацию предприятий, приватизация, аудит, совершенствование налоговой системы.
2. Совершенствование социального обеспечения, пенсионного законодательства, ликвидация последствий природных явлений и социальных потрясений.
3. Разработку нового продукта.

Ответ: 2

Вопрос 9: Что такое предметная область проекта?

1. Объемы проектных работ и их содержание, совокупность товаров и услуг, производство (выполнение) которых необходимо обеспечить как результат выполнения проекта.
2. Направления и принципы реализации проекта.
3. Причины, по которым был создан проект.

Ответ: 1

Вопрос 10: Организационная структура – это:

1. совокупность элементов организации (должностей и структурных подразделений и связей между ними)
2. команда проекта под руководством менеджера проекта
3. организационно-правовая документация предприятия, реализующего проект
4. документация, регламентирующая процессы, происходящие в организации

Ответ: 1

Вопрос 11: Какие факторы сильнее всего влияют на реализацию проекта?

1. Экономические и социальные
2. Экономические и организационные
3. Экономические и правовые

Ответ: 3

Вопрос 12: Цель проекта – это:

1. Сформулированная проблема, с которой придется столкнуться в процессе выполнения проекта.
2. Утверждение, формулирующее общие результаты, которых хотелось бы добиться в процессе выполнения проекта.
3. Комплексная оценка исходных условий и конечного результата по итогам выполнения проекта.

Ответ: 2

Вопрос 13: Для чего предназначен метод критического пути?

1. Для определения сроков выполнения некоторых процессов проекта.
2. Для определения возможных рисков.
3. Для оптимизации в сторону сокращения сроков реализации проекта.

Ответ: 3

Вопрос 14: Проект отличается от процессной деятельности тем, что:

1. Процессы менее продолжительные по времени, чем проекты.
2. Для реализации одного типа процессов необходим один-два исполнителя, для реализации проекта требуется множество исполнителей.
3. Процессы однотипны и цикличны, проект уникален по своей цели и методам реализации, а также имеет четкие сроки начала и окончания.

Ответ: 3

Вопрос 15: В качестве объекта управления в проектной деятельности рассматриваются :

1. Портфель проектов
2. Субъекты управления
3. Физическая среда проекта

Ответ: 1

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1: Какой вид организационной структуры возникает тогда, когда вся деятельность организации концентрируется на выполнении определенного проекта?

Ответ: проектно-целевая

Вопрос 2: Ограниченное во времени, целенаправленное изменение отдельной системы с установленными требованиями к качеству результатов, с возможным ограничением расходования средств и ресурсов и со специфической организацией - это

Ответ: проект

Вопрос 3: Назовите основные признаки проекта:

Ответ: направленность на достижение конкретных целей; координированное выполнение взаимосвязанных элементарных работ; ограниченность ресурсов, в том числе временного; неповторимость и уникальность.

Вопрос 4: Участник проекта, являющийся носителем основной идеи проекта и инициативы по его реализации - это

Ответ: Инициатор

Вопрос 5: Как называется отдельный проект различного типа?

Ответ: Монопроект

Вопрос 6: Применение какого подхода позволяет рассматривать проект как сложную систему, которой нужно управлять?

Ответ: системного

Вопрос 7: Что необходимо определить для описания системы управления проектом?

Ответ: объекты управления; субъекты управления; перечень управляющих воздействий, обеспечивающих продвижение проекта; перечень возмущающих воздействий, негативно влияющих на ход выполнения проекта.

Вопрос 8: Активные участники проекта, взаимодействующие при выработке и принятии управленческих решений, это:

Ответ: субъекты управления

Вопрос 9: В каком году американский ученый Л. Гулик разработал первую матричную организационную структуру в целях руководства и реализации сложных проектов?

Ответ: в 1937 году

Вопрос 10: Как называется первый метод описания проекта с использованием ЭВМ?

Ответ: Метод Критического Пути

Вопрос 11: В каком году комитетом NASA был сформулирован системный подход к управлению проектами по стадиям жизненного цикла, в котором особое внимание уделялось предпроектному анализу?

Ответ: В 1959 г.

Вопрос 12: На каком этапе исторического развития зародилась деятельность по управлению проектами в России?

Ответ: в период индустриализации.

Вопрос 13: В какой сфере деятельности применялись первые официальные наработки по управлению проектами?

Ответ: вооруженные силы

Вопрос 14: Сложный комплекс взаимосвязанных отношений, которые постоянно воздействуют на проект по мере его реализации – это

Ответ: окружение проекта

Вопрос 15: В течении какого времени должен быть выполнен проект?

Ответ: В течении ограниченного времени, определенного в паспорте проекта.

Вопрос 16: какой вид проектов направлен на реструктуризацию предприятий, приватизацию, аудит, совершенствование налоговой системы?

Ответ: экономические проекты

Вопрос 17: Непрерывный процесс определения наилучшего способа действий для достижения поставленных целей проекта с учетом складывающейся обстановки - это процесс

Ответ: планирования проекта

Вопрос 18: Неполнота и неточность информации об условиях реализации проекта -это:

Ответ: Неопределенность

Вопрос 19: Лицо, осуществляющее материально-техническое обеспечение проекта, называется...

Ответ: Поставщик

Вопрос 20: Как называется множество элементов, находящихся в отношениях и связях друг с другом, которое образует определённую целостность, единство?

Ответ: Система

Оценка сформированности компетенции:

УК-2: Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1: Выберите из списка те признаки, которые характеризуют проект:

1. направленность на достижение определенных уникальных целей и конкретных результатов;
2. скоординированное выполнение многочисленных взаимосвязанных действий;
3. ограниченная протяженность во времени, с определенными началом и концом;
4. ограниченность ресурсов на исполнение;
5. уникальность
6. все варианты правильные.

Ответ: 6

Вопрос 2: Что НЕ является частью внешнего окружения проекта?

1. Экономические факторы (тарифы и налоги, уровень инфляции и стабильность валюты, банковская система)
2. Инфраструктура (наличие и стоимость сырья, воды, энергии, сбытовая сеть, логистика, уровень конкуренции и пр.);
3. Руководство предприятия;
4. Природные и климатические условия.

Ответ: 3

Вопрос 3: К основным проектным ролям относится:

1. подрядчик
2. дистрибьютор
3. коммивояжёр
4. спонсор проекта

Ответ: 4

Вопрос 4: Процессы в проекте это -

1. действия и процедуры, связанные с реализацией функций управления и приносящие результат.
2. минимальные элементы, выполняемые в одно действие операции
3. отдельные этапы проекта, выполняемые разными проектными группами
4. технические операции, связанные с машинным капиталом.

Ответ: 1

Вопрос 6: Как называется первоначальный документ, в который закладываются все общие стартовые характеристики проекта?

1. План проекта
2. Паспорт проекта
3. Структурная декомпозиция работ проекта
4. Концептуальная программа

Ответ: 2

Вопрос 7: Веха в проектной деятельности – это...

1. некоторая деятельность, необходимую для достижения конкретных результатов..
2. комплекс деятельности, который состоит из одной или нескольких работ, в результате выполнения которых достигается один или несколько основных результатов проекта.
3. событие или дата в ходе осуществления проекта.
4. период рабочего времени, который необходим для того, чтобы выполнить работу.

Ответ: 3

Вопрос 8: Бюджет – это

1. Директивный документ, представляющий собой график планируемых расходов и доходов, распределенных по статьям в рамках проекта, с привязкой ко времени.
2. Описание всех средств проекта и их источников
3. Все государственные выплаты на реализацию проекта

Ответ: 1

Вопрос 9: Для чего необходимо управление отклонениями в проекте?

1. Для установления максимального равновесия с неопределёнными воздействиями внешней среды
2. Для финансовой защищённости проекта
3. Для улучшения общественного мнения о проекте
4. Для получения помощи в управлении проектом от внешних общественных групп

Ответ: 1

Вопрос 10: Проектная команда – это...

1. постоянный, хорошо работавшийся в управлении проектами коллектив

2. коллектив исключительно из временно собранных, специально нанятых со стороны сотрудников
3. неструктурированный коллектив, готовый в сжатые сроки выполнить заданные работы
4. временный коллектив, создаваемый для осуществления определенного проекта.

Ответ: 4

Вопрос 11: КПД предназначен:

1. Для измерения степени успешности деятельности компании в настоящем и будущем.
2. Для фокусирования внимания руководителей
3. Для улучшения финансового управления проектом
4. Для сокращения жизненного цикла проекта.

Ответ: 1

Вопрос 12: Структурная декомпозиция проекта – это:

1. Наглядное изображение в виде графиков и схем всей иерархической структуры работ проекта
2. Структура организации и делегирования полномочий команды, реализующей проект
3. График поступления и расходования необходимых для реализации проекта ресурсов

Ответ: 1

Вопрос 13: Реализация проекта – это:

1. Создание условий, требующихся для выполнения проекта за нормативный период
2. Наблюдение, регулирование и анализ прогресса проекта
3. Комплексное выполнение всех описанных в проекте действий, которые направлены на достижение его целей

Ответ: 3

Вопрос 14: Инициация проекта является стадией в процессе управления проектом, по итогам которой:

1. Объявляется окончание выполнения проекта
2. Санкционируется начало проекта
3. Утверждается укрупненный проектный план

Ответ: 2

Вопрос 15: Как называется временной промежуток между началом реализации и окончанием проекта?

1. Стадия проекта
2. Жизненный цикл проекта
3. Результат проекта

Ответ: 2

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

ВОПРОС 1: как называется знаковое событие в реализации проекта, которое используется для контроля за ходом его реализации?

Ответ: веха

Вопрос 2: Такой процесс управления проектом, как определение видов и количества ресурсов (люди, оборудование, материалы); определение стоимости ресурсов и работ; учет и контроль расходов и доходов, а также изменений бюджета, называется ...

Ответ: управление стоимостью

Вопрос 3: Такой процесс управления проектом, как определение стандартов качества, относящихся к проекту, способов достижения требуемого уровня качества и мероприятия по обеспечению качества; контроль качества, называется..

Ответ: управление качеством

Вопрос 4: Какой вид работы может начаться только после окончания работы-предшественника?

Ответ: работа-последователь

Вопрос 5: Как называется директивный документ, представляющий собой график планируемых расходов и доходов, распределенных по статьям в рамках проекта?

Ответ: бюджет

Вопрос 6: Как называется перечень расходов, структурированный по разделам, но без привязки к календарному плану проекта?

Ответ: смета

Вопрос 7: Как называются факторы, возникновение которых невозможно предусмотреть и спрогнозировать даже в вероятностной оценке?

Ответ: факторы случайности

Вопрос 8: как называется риск, связанный с возможностью невыполнения фирмой своих финансовых обязательств перед инвестором?

Ответ: финансовый риск

Вопрос 9: Как называется такой процесс обеспечения качества проекта, как спланированный и систематизированный контроль реализации проекта и выполнения запланированных мероприятий по обеспечению качества, осуществляемый в различных формах (аудит, мониторинг, экспертиза).

Ответ: контроль качества выполнения проекта

Вопрос 10: Кто относится к заинтересованным сторонам проекта?

Ответ: это лица и организации, например заказчики, спонсоры, исполняющая организация и общественность, которые активно участвуют в проекте, или интересы которых могут быть затронуты как положительно, так и отрицательно в ходе исполнения или в результате завершения проекта.

Вопрос 11: Целостная совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные или предполагаемые потребности – это:

Ответ: качество

Вопрос 12: Временный коллектив, создаваемый для осуществления определенного проекта – это:

Ответ: проектная команда

Вопрос 13: Как называется временной промежуток между началом реализации и окончанием проекта?

Ответ: жизненный цикл проекта

Вопрос 14: Завершающая фаза жизненного цикла проекта состоит из приемочных испытаний и ...

Ответ: опытной эксплуатации

Вопрос 15: Стратегия проекта – это ...

Ответ: направления и основные принципы осуществления проекта

Вопрос 16: Завершение проекта – это стадия процесса управления проектом, включающая процессы ...

Ответ: ввода в эксплуатацию и принятия проекта заказчиком, документирования и анализа опыта реализации проекта

Вопрос 17: Конфликт в управлении проектами может иметь два вида последствий, какие?

Ответ: деструктивные и конструктивные

Вопрос 18: В чем заключается отличие проекта от производственной системы?

Ответ: Проект является однократной, не циклической деятельностью

Вопрос 19: Работа, в которой любые изменения объема работ или длительности не влияют на величину назначенных ресурсов, это-

Ответ: работа с фиксированным объемом ресурсов

Вопрос 20: Основной элемент деятельности на самом нижнем уровне детализации, на выполнение которого требуется время и который может задержать начало выполнения других работ, называется...

Ответ: работа

Оценка сформированности компетенции:

ПК-2: Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный продукт/проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1: Планирование коммуникаций – это ...

1. процесс выявления потребностей заинтересованных сторон проекта в информации и определения подхода к коммуникациям.
2. процесс выявления всех людей или организаций, на которых будет оказывать влияние проект, и документирования значимой информации относительно их интересов, вовлеченности и влияния на успех проекта.
3. процесс предоставления значимой информации заинтересованным сторонам проекта в соответствии с планом.
4. процесс общения и работы с заинтересованными сторонами проекта с целью удовлетворения их потребностей и решения возникающих проблем.
5. процесс сбора и распространения информации об исполнении, включая отчеты о текущем состоянии, оценку исполнения и прогнозы.

Ответ: 1

Вопрос 2: Какие из документов НЕ помогут определить заинтересованные стороны проекта?

1. Устав организации
2. Устав проекта
3. Активы процессов организации
4. Факторы среды предприятия
5. Закупочная документация

Ответ: 1

Вопрос 3: Кодирование – это:

1. изложение мыслей или идей на языке, понятном для других;
2. метод, используемый для передачи сообщения;
3. преобразование получателем сообщения в понятные ему мысли или идеи.

Ответ: 1

Вопрос 4: Для чего НЕ используется журнал регистрации проблем?

1. для документирования и проведения мониторинга разрешения проблем.
2. для облегчения коммуникаций и обеспечения общего понимания проблем.
3. для документирования изменений, происходящих во время проекта.

Ответ: 3

Вопрос 5: Реестр заинтересованных сторон содержит

1. Все детали реализации проекта
2. Все аспекты публичного мнения о проекте
3. Все структуры, задействованные в реализации проекта
4. Все детали, связанные с определением заинтересованных сторон проекта

Ответ: 4

Вопрос 6: Какие факторы влияют на выстраивание системы коммуникаций для проекта?

1. Доступность технологии.
2. Доступность системы внешнему окружению
3. Длительность проекта
4. Техническая простота системы
5. Срочность получения информации

Ответ: 1, 3, 5

Вопрос 7: Как называется скидка, содействующая рекламе проекта?

1. Стимулирующая
2. Проектная
3. Маркетинговая

Ответ: 3

Вопрос 8: Кто НЕ является основным потребителем информации проекта?

1. менеджер проекта
2. заказчик
3. конкурент
4. руководители функциональных подразделений
5. исполнители работ

Ответ : 3

Вопрос 9: Для каких целей нужна информация о проекте поставщикам?

1. для анализа расхождений фактических показателей выполнения работ от запланированных и принятия решений по проекту;
2. для принятия стратегических решений о продолжении или закрытии проекта;
3. для принятия решений о выделении сотрудников и других ресурсов для выполнения проектных работ;
4. при возникновении потребности в материалах, оборудовании, необходимом для выполнения работ.

Ответ: 4

Вопрос 10: Для каких целей информация о проекте нужна менеджеру проекта?

1. для анализа расхождений фактических показателей выполнения работ от запланированных и принятия решений по проекту;
2. для осведомленности о ходе выполнения работ);
3. для принятия стратегических решений о продолжении или закрытии проекта);
4. для получения заданий и формирования отчетности);

Ответ: 1

Вопрос 11: Что НЕ относится к ключевыми элементами базовой модели коммуникации ?

1. Кодирование.
2. Сообщение и ответное сообщение.
3. Средство связи.
4. Интернет.
5. Декодирование.

Ответ: 4

Вопрос 12: Интерактивные коммуникации - это

1. Коммуникации между двумя или более сторонами, осуществляющими многосторонний обмен информацией.
2. Коммуникации методом информирования без запроса.
3. Коммуникации методом информирования по запросу.

Ответ: 1

Вопрос 13: Коммуникации методом информирования без запроса:

1. Информация отсылается определенным получателям, которые должны о ней узнать. Данный метод обеспечивает распространение информации, но не гарантирует того, что она будет фактически получена или понята предполагаемой аудиторией.
2. Используются для очень больших объемов информации или для очень больших аудиторий, когда

требуется, чтобы получатели обращались к передаваемому содержанию по своему собственному желанию.

3. Используются для малых объемов информации или для небольших аудиторий, когда требуется, чтобы получатели обращались к передаваемому содержанию по своему собственному желанию.

Ответ: 1

Вопрос 14: К коммуникациям методом информирования без запроса НЕ относятся:

1. письма
2. записки
3. слухи
4. сообщения по электронной почте
5. пресс-релизы

Ответ: 3

Вопрос 15: Какое требование НЕ предъявляется к отчету об исполнении?

1. Актуальность
2. Точность
3. Эмоциональность
4. Своевременность

Ответ: 3

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1: Управленческая функция, направленная на обеспечение своевременного сбора, генерации, распределения и сохранения необходимой проектной информации, называется

Ответ: управление коммуникациями проекта

Вопрос 2: Как называется процесс выявления всех людей или организаций, на которых будет оказывать влияние проект, и документирования значимой информации относительно их интересов, вовлеченности и влияния на успех проекта?

Ответ: определение заинтересованных сторон проекта

Вопрос 3: Как называется процесс выявления потребностей заинтересованных сторон проекта в информации и определения подхода к коммуникациям?

Ответ: планирование коммуникаций

Вопрос 4: Как называется процесс предоставления значимой информации заинтересованным сторонам проекта в соответствии с планом?

Ответ: распространение информации

Вопрос 5: Как называется процесс общения и работы с заинтересованными сторонами проекта с целью удовлетворения их потребностей и решения возникающих проблем?

Ответ: Управление ожиданиями заинтересованных сторон проекта

Вопрос 6: Как называется процесс сбора и распространения информации об исполнении, включая отчеты о текущем состоянии, оценку исполнения и прогнозы?

Ответ: отчеты об исполнении

Вопрос 7: Какой документ может предоставлять информацию о внутренних и внешних сторонах, вовлеченных в проект или подверженных его влиянию, например о спонсоре (спонсорах) проекта, заказчиках, членах команды, группах и отделах, участвующих в проекте, а также о других людях или организациях, на которых проект оказывает влияние?

Ответ: Устав проекта

Вопрос 8: Как называется процесс систематического сбора и анализа количественной и качественной информации с целью определения того, чьи интересы необходимо учитывать в течение проекта, в ходе которого определяются интересы, ожидания и влияние заинтересованных сторон проекта, которые затем связываются с целью проекта?

Ответ: Анализ заинтересованных сторон проекта

Вопрос 9: Каким образом может быть получена экспертная оценка?

Ответ: может быть получена с помощью индивидуальных консультаций (личных встреч, интервью и т. д.) или с помощью обсуждений в формате группы экспертов (целевые группы, опросы и т. д.)

Вопрос 10: Наиболее распространенным способом представления стратегии управления заинтересованными сторонами проекта является?

Ответ: матрица анализа заинтересованных сторон проекта.

Вопрос 11: К таким проблемам, как задержки в доставке сообщений, передача конфиденциальной информации не тем лицам, недостаточная коммуникация с некоторыми из важных заинтересованных сторон проекта, может привести...

Ответ: неправильное планирование коммуникаций

Вопрос 12: что означает «рациональное общение»?

Ответ: предоставление только той информации, которая действительно необходима.

Вопрос 13: Все, что может помешать передаче и пониманию сообщения (например, расстояние, незнакомая технология, недостаток дополнительной информации) - это

Ответ: помехи

Вопрос 14: Изложение мыслей или идей на языке, понятном для других, это

Ответ: кодирование

Вопрос 15: Для чего используется журнал изменений?

Ответ: для документирования изменений, происходящих во время проекта.

Вопрос 16: как называется журнал, который может использоваться для документирования и проведения мониторинга разрешения проблем, для облегчения коммуникаций и обеспечения общего понимания проблем?

Ответ: Журнал регистрации проблем или вопросов, требующих решения

Вопрос 17: Стандартный инструмент для сбора, хранения и распространения среди заинтересованных сторон проекта информации о стоимости, продвижении и исполнении проекта, это

Ответ: система отчетности

Вопрос 18: Отчеты, которые организуют и объединяют собранную информацию, а также представляют результаты любого анализа в сравнении с базовым планом исполнения, называются..

Ответ: отчеты об исполнении

Вопрос 19: Какие требования предъявляются к отчетам об исполнении?

Ответ: Отчеты об исполнении должны быть как можно более актуальными и точными.

Вопрос 20: Сведения о передаваемой информации, включая язык, формат, содержание и степень детализации обычно определяются в плане...

Ответ: управления коммуникациями

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАКРЫТЫХ ЗАДАНИЙ: 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 ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА.

«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 экзамена по всему изученному курсу. Тест размещен в разделе «Промежуточная аттестация по дисциплине» онлайн-курса на образовательном портале «Открытый университет АлтГУ»:

<https://public.edu.asu.ru/mod/quiz/view.php?id=75615>Количество заданий в контрольно-измерительном материале (тесте) для промежуточной аттестации, составляет 46 заданий.

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

Для зачета с оценкой: «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	Ньютон Р.	Управление проектами от А до Я=Project Management. Step by Step. The proven, practical guide to running a successful project, every time:	М. : Альпина Паблишер, 2016	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=81655
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Вылегжанина, А.О.	Информационно-технологическое и программное обеспечение управления проектом: учеб. пособие	М.: ИНФРА-М//ЭБС "Университетская библиотека он-лайн", 2015	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=362892
Л2.2	Вылегжанина, А.О.	Организационный инструментарий управления проектом : учебное пособие	М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015	URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=275276
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Курс Особенности управления проектами в профессиональной деятельности		https://public.edu.asu.ru/course/view.php?id=1786	
6.3. Перечень программного обеспечения				
<p>Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно); Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно); Chrome (http://www.chromium.org/chromium-os/licenses), (бессрочно); 7-Zip (http://www.7-zip.org/license.txt), (бессрочно); AcrobatReader (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно); ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно); LibreOffice (https://ru.libreoffice.org/), (бессрочно); Веб-браузер Chromium (https://www.chromium.org/Home/), (бессрочно); Антивирус Касперский (https://www.kaspersky.ru/), (до 23 июня 2024); Архиватор Ark (https://apps.kde.org/ark/), (бессрочно); Okular (https://okular.kde.org/ru/download/), (бессрочно);</p>				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
<p>Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com) Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/) Научная электронная библиотека elibrary (http://elibrary.ru)</p>				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
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)
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

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции и практические занятия, а также самостоятельную работу. Изучение курса завершается в 1 семестре – 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.

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

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

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

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

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

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

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

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

руководствоваться графиком самостоятельной работы,
выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях

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

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

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Эффективная презентация проекта рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.04.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Социальная безопасность медиaproстранства Большого Алтая
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_04_01_Реклама и СО_СБА-2022

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты:	2
аудиторные занятия	24		
самостоятельная работа	84		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (2)		Итого	
	19			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	8	8	8	8
Практические	16	16	16	16
Сам. работа	84	84	84	84
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
Телеведущий ГТРК АЛТАЙ, Долгова Т.Н.

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

Рабочая программа дисциплины
Эффективная презентация проекта

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528)

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

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

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Срок действия программы: 2022-2025 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 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: Б1.В.ДВ.01.02

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-2	Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный продукт/проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.
ПК-2.1	Знает технологии разработки, реализации и продвижения коммуникационных продуктов\проектов
ПК-2.2	Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы по созданию, реализации и продвижению коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-2.3	Владеет навыками разработки концепции создания, реализации и продвижения коммуникационного продукта/проекта в сфере рекламы и связей с общественностью
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
УК-2.1	Знает требования, предъявляемые к проектной работе; методы представления и описания результатов проектной деятельности; критерии и параметры оценки результатов выполнения проекта
УК-2.2	Формирует план-график реализации проекта в целом и план контроля его выполнения; организывает и координирует работу участников проекта; представляет результаты проекта в различных формах
УК-2.3	Владеет навыками осуществления деятельности по управлению проектом на всех этапах его жизненного цикла

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	УК-2.1. Знает требования, предъявляемые к проектной работе; методы представления и описания результатов проектной деятельности; критерии и параметры оценки результатов выполнения проекта. ПК-2.1. Знает технологии разработки, реализации и продвижения коммуникационных продуктов\проектов;
3.2.	Уметь:
3.2.1.	УК-2.2. Формирует план-график реализации проекта в целом и план контроля его выполнения; организывает и координирует работу участников проекта; представляет результаты проекта в различных формах. ПК-2.2. Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы по созданию, реализации и продвижению коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):

3.3.1.	УК-2.3. Владеет навыками осуществления деятельности по управлению проектом на всех этапах его жизненного цикла. ПК-2.3. Владеет навыками разработки концепции создания, реализации и продвижения коммуникацион-ного продукта/проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;
--------	---


4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Эффективная презентация проекта						
1.1.	Презентация как жанр	Лекции	2	2		Л1.2, Л1.1, Л2.3, Л2.4
1.2.	Типы презентаций. Оценка ресурсов на создание презентации. Соотношение между текстом и презентацией.	Практические	2	2		Л1.2, Л2.2, Л1.1
1.3.	Ситуации презентации. Устная презентация. Правила создания текста выступления. Правила проведения устной презентации.	Практические	2	2		Л1.2, Л1.1, Л2.5
1.4.	История презентаций, визуальных средств. Слайды и история их появления. Современные взгляды на принципы презентаций.	Сам. работа	2	20		Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5
1.5.	Аудитория и идея презентации	Лекции	2	2		Л1.2, Л1.1
1.6.	Потребности и характеристики аудитории. Идея как основа презентации. Анализ основной идеи, разработка системы ее представления.	Практические	2	2		Л1.2, Л2.2, Л1.1, Л2.3, Л2.4, Л2.5
1.7.	Роль целей и ценностей при создании истории. Цели по отношению к аудитории. Приемы для коллективной и индивидуальной работы над созданием и развитием идей.	Практические	2	2		Л2.1, Л2.5
1.8.	ехнические средства создания презентации	Лекции	2	2		Л1.2, Л1.1
1.9.	Креативные методы создания презентаций	Сам. работа	2	30		Л1.2, Л2.1, Л1.1, Л2.3, Л2.4, Л2.5
1.10.	Тенденции развития презентаций.Графическое сопровождение	Лекции	2	2		Л1.2, Л1.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	презентации.Сторителлинг и презентации					
1.11.	Программы для создания презентации: основные техники работы с программой, автоматизация создания презентаций.	Практические	2	2		Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5
1.12.	Альтернативные средства создания презентаций: ограничения и возможности. Выбор материала для презентации.	Практические	2	2		Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5
1.13.	Элементы презентации: рисунки, анимация, текст, таблицы. Принципы построения и оформления диаграмм. Основные виды и элементы диаграммы: правила и примеры их использования. Таблицы: правила оформления, способы создания, примеры применения. Текстовые элементы в презентации: разметки, шрифты, целесообразность. Графические объекты. Анимация. Интерактивность в презентации. Оформление слайдов как способ повышения ее эффективности.	Практические	2	4		Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5
1.14.	Подходы к визуализации и представлению результатов деятельности. Примеры отчетов, презентаций, кейсы.Принципы сторителлинга в презентации. Конфликт в истории, конфликт в презентации. Типы проблем: моральная, психологическая проблема, конфликт с компанией или человеком, конфликт с господствующей парадигмой, конфликт с «силами». Динамика истории, решение проблемы. Цельность и	Сам. работа	2	34		Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л2.3, Л2.4, Л2.5

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	структура истории, временные затраты.					

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_Effektivnaya_prezentatsia_proekta_BA.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	Коноплева, Ирина Аполлоновна	Информационные технологии : учебное пособие	Проспект, 2016	
Л1.2	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	Михайлова, Елена Витальевна	Самопрезентация: теории, исследования, тренинг: Психологический практикум	СПб. : Речь, 2007	
Л2.2	Под ред. Я.Н.Засурского	Средства массовой информации России. : Учебное пособие	М.: Аспект Пресс, 2011	
Л2.3	Бужин, В.Н.	Медиапланирование: теория и практика : учебное пособие	Юнити-Дана, 2015	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114785

Л2.4	Бобров, А.А.	Путь к профессионализму: учебное пособие	Директ-Медиа, 2014	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233722
Л2.5	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	Курс на Едином образовательном портале Алтайского государственного университета		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=9215	
6.3. Перечень программного обеспечения				
<p>Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно); Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно); Chrome (http://www.chromium.org/chromium-os/licenses), (бессрочно); 7-Zip (http://www.7-zip.org/license.txt), (бессрочно); AcrobatReader (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно); ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно); LibreOffice (https://ru.libreoffice.org/), (бессрочно); Веб-браузер Chromium (https://www.chromium.org/Home/), (бессрочно); Антивирус Касперский (https://www.kaspersky.ru/), (до 23 июня 2024); Архиватор Ark (https://apps.kde.org/ark/), (бессрочно); Okular (https://okular.kde.org/ru/download/), (бессрочно);</p>				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
<p>Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com) Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/) Научная электронная библиотека elibrary (http://elibrary.ru)</p>				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
415Д	специализированный компьютерный класс кафедры связей с общественностью и рекламы - компьютерный класс - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 16 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1шт.; системный блок: IntelCore 2 DuoE7400 -17 шт.; сервер: системный блок: AquariusIntelPentiumD; монитор: Acer V173 B -16 шт.; монитор: Acer V193W 1 шт.; телевизор Samsung

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, 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 универсальных и общепрофессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к практическим занятиям, сдаче зачета.

Зачет. Подготовка к зачету ведется на основе полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы. При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете 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»

Иностранный язык в сфере делового и профессионального общения рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра лингвистики, перевода и иностранных языков
Направление подготовки	42.04.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Социальная безопасность медиaprостранства Большого Алтая
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_04_01_Реклама и СО_СБА-2022

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	1
аудиторные занятия	54		
самостоятельная работа	27		
контроль	27		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		Итого	
	Неделя	16		
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Практические	54	54	54	54
Сам. работа	27	27	27	27
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

д.филол.н., Профессор, Карпухина Виктория Николаевна; д.филол.н., Профессор, Осокина Светлана Анатольевна; к.филол.н., Доцент, Савочкина Елена Александровна; к.филол.н., Доцент, Широких Ирина Алексеевна; к.филол.н., Доцент, Саланина Ольга Сергеевна

Рецензент(ы):

к.филол.н., Доцент, Саланина Ольга Сергеевна

Рабочая программа дисциплины

Иностранный язык в сфере делового и профессионального общения

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528)

составлена на основании учебного плана:

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра лингвистики, перевода и иностранных языков

Протокол от 12.05.2023 г. № 8

Срок действия программы: 2023-2024 уч. г.

Заведующий кафедрой

к.филол.н., доцент Саланина Ольга Сергеевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра лингвистики, перевода и иностранных языков

Протокол от 12.05.2023 г. № 8

Заведующий кафедрой *к.филол.н., доцент Саланина Ольга Сергеевна*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	<p>Целью освоения дисциплины является формирование компетенций, связанных с осуществлением коммуникации на иностранном языке в сфере академического, делового и профессионального общения в различных областях деятельности, в том числе с применением современных коммуникативных технологий.</p> <p>Задачи курса:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Сформировать универсальную компетенцию (УК-4), состоящую в способности применять современные коммуникативные технологии на иностранном языке для академического и профессионального взаимодействия, на достаточном уровне, требуемом ФГОС ВО 3++ для выпускников магистратуры.2. Сформировать навыки общения на иностранном языке в профессиональной деловой и академической научной сфере у обучающихся разных направлений подготовки, включая естественно-научные и гуманитарные направления.3. Подготовить обучающихся к сдаче международного экзамена по английскому языку для возможности дальнейшего развития профессиональной и академической деятельности на иностранном языке.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.О.01**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
УК-4.1	Определяет особенности академического и профессионального делового общения, учитывает их в профессиональной деятельности
УК-4.2	Эффективно применяет вербальные и невербальные средства взаимодействия в профессиональной деятельности
УК-4.3	Применяет современные коммуникативные технологии при поиске и использовании необходимой информации для академического и профессионального общения
УК-4.4	Представляет результаты профессиональной деятельности на различных публичных мероприятиях

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	Особенности академического и профессионального делового общения, учитывает их в профессиональной деятельности
3.2.	Уметь:
3.2.1.	Эффективно применять вербальные и невербальные средства взаимодействия в профессиональной деятельности.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	Современными коммуникативными технологиями при поиске и использовании необходимой информации для академического и профессионального общения.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. ENGLISH IN BUSINESS AND PROFESSIONAL COMMUNICATION/WISSENSCHAFTLICHES SCHREIBEN IN DEUTSCH						
1.1.	Academic Writing Types. Components of Academic Writing/Arten der akademischen Schriftsprache. Die Struktur des akademischen Textes / Виды академической письменной речи. Структура академического текста.	Практические	1	6	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.2.	Ответы на вопросы по прочитанному материалу.Задание на анализ конкретной ситуации. Письменные задания.	Сам. работа	1	2	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.3.	Structure of a Journal Article.Organising Paragraphs/ Die Struktur des wissenschaftlichen Artikels. Regeln für die Organisation von Paragraphen / Структура научной статьи. Правила организации параграфов.	Практические	1	4	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.4.	Ответы на вопросы по прочитанному материалу.Задание на анализ конкретной ситуации. Письменные задания.	Сам. работа	1	2	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.5.	Specific Vocabulary: Argument, Cause and Effect, Comparison, Definition / Spezifisches Vokabular: Argument, Ursache und Wirkung, Vergleich, Attribut /Специфическая лексика: аргумент, причина и следствие, сравнение, определение.	Практические	1	4	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.6.	Выполнение заданий на отработку устных коммуникативных технологий.Выполнение проверочных тестов. Написание отрывка научного сообщения.	Сам. работа	1	2	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.7.	Constructing a Report on Your Investigation: Cohesion / Bericht nach den Ergebnissen der wissenschaftlichen Forschung /Доклад по итогам научного исследования. Связность и её элементы.	Практические	1	4	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.8.	Выполнение заданий на восприятие звучащей речи. Написание доклада по итогам	Сам. работа	1	2	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	научного исследования (части научного исследования)					
1.9.	Plagiarism. Degrees of Plagiarism. Avoiding Plagiarism by Summarising and Paraphrasing/Plagiat. Wie man Plagiate vermeidet / Плагиат. Разные степени плагиата. Как избежать плагиата посредством перифразирования и резюмирования.	Практические	1	4	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.10.	Ответы на вопросы по прочитанному материалу. Задание на анализ конкретной ситуации. Письменные задания.	Сам. работа	1	2	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.11.	Talking about Science: A Presentation and Talking to an Audience/ Ein Beitrag zum wissenschaftlichen Thema / Сообщение на научную тему. Презентация и выступление перед аудиторией.	Практические	1	4	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.12.	Подготовка научного сообщения на иностранном языке.	Сам. работа	1	2	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.13.	Preparing Visual Information and Visual Aids/ Vorbereitung von anschaulichen Informationen und Verwendung von Demonstrationsgeräten / Подготовка наглядной информации и использование демонстрирующих устройств.	Практические	1	6	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.14.	Командная работа по подготовке презентации на иностранном языке.	Сам. работа	1	2	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.15.	Business Communications: Business Letters, E-mails, Memoranda/ Geschäftliche Kommunikation: geschäftliche und E-Mails, Informationsmeldungen./ Деловое общение: деловые и электронные письма, информационные сообщения.	Практические	1	4	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.16.	Ответы на вопросы по прочитанному материалу. Задание на анализ конкретной ситуации. Письменные задания.	Сам. работа	1	4	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.17.	Application for Employment: CVs, Resumes, and Cover Letters / Beschäftigung: Lebenslauf und	Практические	1	4	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	Anschreiben /Трудоустройство: резюме и сопроводительное письмо.					
1.18.	Ответы на вопросы по прочитанному материалу.Задание на анализ конкретной ситуации. Письменные задания.	Сам. работа	1	4	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.19.	Job Interviews: How to Sell Yourself / Mündliches Vorstellungsgespräch: wie man den besten Eindruck macht / Устное собеседование: как произвести наилучшее впечатление	Практические	1	4	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.20.	Выполнение заданий на восприятие звучащей речи. Написание доклада по итогам научного исследования (части научного исследования)	Сам. работа	1	2	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.21.	Building International Relations / Internationale Kontakte /Международные контакты	Практические	1	6	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.22.	Выполнение заданийна анализ конкретной ситуации.Выполнение заданий на восприятие звучащей речи.	Сам. работа	1	2	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.23.	Conducting Business Negotiations /Geschäftsverhandlungen /Деловые переговоры	Практические	1	4	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.1, Л2.1, Л1.2
1.24.	Ответы на вопросы по прочитанному материалу.Задание на анализ конкретной ситуации.Подготовка к ролевой игре.	Сам. работа	1	1	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	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

АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

Оценочные материалы для текущего контроля (тестовые задания, контрольные работы и т.д.) размещены в онлайн-курсе на образовательном портале <https://portal.edu.asu.ru/enrol/index.php?id=8152>

Контрольные вопросы и задания для проведения промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Тестовые задания (выбор одного из вариантов)

1. Academic writing style is

A) clearly different from the written style of newspapers or novels

B) identical the written style of newspapers or novels

C) can not be compared to the written style of newspapers or novels

2. The most common types of academic writing may include:

- A) Resume, Curriculum Vitae, Cover Letter
- B) Presentation, Poster presentation, Handouts
- C) Report, Project, Essay, Dissertation, Paper

3. There are 2 types of essays:

- A) oral essays and written essays
- B) short essays and longer essays
- C) original essay and plagiarism

4. Different schools and departments may require students to follow different formats in their writing. Your teachers may give students different guidelines, but some general patterns apply to most formats for academic writing.

- A) True
- B) False

5. All academic writing types generally include such parts as

- A) Example 1, example 2, references
- B) Introduction, main body, conclusion
- C) Purpose, hypotheses, appendix

6. An effective introduction explains the purpose, scope and methodology of the paper to the reader.

- A) True
- B) False

7. Choose the better way to start an essay:

- A) Nowadays there is a lot of competition among different news providers...
- B) In the last 20 years newspapers have faced strong competition from the...

8. Planning a coursework, it is suggested to write the introduction after writing the main body.

- A) True
- B) False

9. Introductions are usually no more than about 30% of the total length of an assignment.

- A) True
- B) False

10. There is no standard pattern for an introduction, since much depends on the type of research you are conducting and the length of your work.

- A) True
- B) False

11. Although there is no fixed pattern, a common structure for an essay conclusion is:

- a) Summary of main findings or results
- b) Link back to the original question to show it has been answered
- c) Reference of the limitations of your work (e.g. geographical)
- d) Suggestions for future possible related research
- e) Comments on the implications of your research

- A) True
- B) False

12. Introduction as a part of a scientific paper should

- A) explain how you did the research and include a description of equipment and materials used
- B) contextualize your work with reference to other similar research

13. Choose the phrase which is inappropriate for discussion section of an article:

- A) It is widely agreed that...
- B) Most people think that....
- C) In my opinion...

14. In the sentence "Washington is less crowded than New York" the underline phrase is a form of

- A) comparative degree
- B) superlative degree

15. Definitions are needed in every paper.

- A) True
- B) False

ПРАВИЛЬНЫЕ ОТВЕТЫ:

- 1. A
- 2. C
- 3. B
- 4. A
- 5. B
- 6. A
- 7. B
- 8. A
- 9. B
- 10. A
- 11. A
- 12. B
- 13. C
- 14. A
- 15. B

Критерии оценивания:

Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ в целом:

«зачтено» – верно выполнено более 60% заданий.

«не зачтено» – верно менее 60% заданий.

Тестовые задания открытой формы (с кратким свободным ответом)

Complete the following sentences or answer the questions:

1. The main purpose of scientific journals is to provide a _____ for academics within a specific discipline to share cutting-edge research.
2. Peer-review _____ means that when an article is submitted the editors ask other specialists in that field to read the article and decide if it is worth publishing.
3. What part of the composition should help you define the purpose and scope of your work, and should inform the reader?
4. As you consider the purpose and scope of your composition, and assemble information and ideas, it is a good idea to spread key words, phrases and sentences over a sheet of paper or over the whole of a computer screen (or to write them on separate index _____).
5. How is copying somebody else's work called?
6. Repetition and _____ words and phrases can help a writer maintain flow and establish clear relationships between ideas.
7. Academic work depends on the research and ideas of others, so it is vital to show which _____ you have used in your work, in an acceptable manner.
8. To avoid plagiarism you should replace words in the source with _____ and perhaps change the grammar.
9. How do we call a special kind of talk, an exercise in persuasion involving one or more presenters, in which something new is presented to an audience for consideration?
10. If you have prepared a _____ report on the subject of your talk, remember that speaking is not the same as writing.
11. In scientific writing most people avoid the _____ language that is natural in conversation.
12. How many visual aids should you use to convey one message and make that message brief, clear and simple?
13. What is the maximum quantity of words in the title of the presentation slide?
14. A labelled diagram or drawing, or a cartoon, is effective because it has a _____ as well as words.
15. A format of a resume includes two main sections: education and _____.
16. If your visual aids are to be used in a handout, or publication, prepared with a monochrome printer, black on a _____ background is best.
17. What type of a visual aid represents tabular data?
18. How do we call a circular statistical graphic which is divided into slices to illustrate numerical proportion?
19. The name of the organization and its address should appear on the top _____ corner of the business letter.
20. What pronoun should the author of the business letter use in situations where he/she is referring to the

company's outlook or thinking?

21. What should you provide at the end of your business letter below the salutation?

22. How do we call a document created and used by a person to present their background, skills, and accomplishments?

23. Is the length of a CV strictly regulated?

24. Most British advertisements mention not only _____, but also other material incentives including a car and fringe benefits.

25. _____ in a broad sense include all forms of consultation, communication, discussion, exchanging of views, reaching a consensus.

ПРАВИЛЬНЫЕ ОТВЕТЫ:

1. forum
2. procedure
3. title
4. cards
5. plagiarism
6. linking
7. sources
8. synonyms
9. presentation
10. written
11. colloquial
12. one (1)
13. seven (7)
14. picture
15. experience
16. white
17. table
18. pie chart
19. left
20. we
21. signature
22. resume
23. no
24. salary
25. negotiations

Критерии оценки 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.

НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК

Оценочные материалы для текущего контроля (тестовые задания, контрольные работы) размещены в онлайн-курсе на образовательном портале <https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=4997>

Контрольные вопросы и задания для проведения промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Тестовые задания (выбор одного из вариантов)

1. Der Master ist ein akademischer Grad und es dauert meistens
A) zwei bis vier Semester

- B) fünf bis sieben Semester
- C) vier bis sechs Semester

2. Eine ausführliche und aussagekräftige Bewerbung ist der erste Schritt auf der beruflichen Karriereleiter.

- A) falsch
- B) richtig

3. Das Vorstellungsgespräch ist

- A) ein gegenseitiges Kennenlernen
- B) eine Unterhaltung
- C) ein Telefongespräch

4. Es gibt zwei Bewerbungsformen: Kurzbewerbung und vollständige Bewerbung.

- A) falsch
- B) richtig

5. Bei E-Mails in der beruflichen Kommunikation ist die Trennung zwischen formell und informell oft weniger stark als bei Geschäftsbriefen.

- A) falsch
- B) richtig

6. Offizielle Anschreiben per E-Mail beginnen immer mit der üblichen Anrede

- A) Sehr geehrter Herr Professor (Dr. Lauth)
- B) Hallo
- C) Guten Tag

7. Zu einer vollständigen Bewerbung gehören

- A) private Briefe, Fotos, Hobbys
- B) Anschreiben, Motivationsschreiben, Ausbildungszeugnisse

8. Artikel, die der Master zu veröffentlichen hat, müssen dem Inhalt entsprechen

- A) des Buches
- B) der Dissertation
- C) der Geschichte

9. Der Master muss deutsche im Original lesen.

- A) schöngeistige Literatur
- B) Fachliteratur
- C) Erzählungen

10. Viele wissenschaftlichen Projekte können ohne Hilfe nicht finanziert werden.

- A) staatliche
- B) städtische

11. Wie heißt der/die wissenschaftliche Betreuer/in?

- A) Lektor/in
- B) Lehrer/in
- C) wissenschaftlicher Leiter/wissenschaftliche Leiterin

12. Schreiben ist ein spezieller Schreibstil, der häufig in der Hochschulbildung und im wissenschaftlichen Umfeld verwendet wird.

- A) akademisches
- B) literarisches

13. Was passt zu den Merkmalen guten akademischen Schreibens nicht?

- A) Der Text ist kurz und klar und verwendet eine Sprache, die dem Zielpublikum angemessen ist
- B) Den Text ist schwer zu verstehen
- C) Der Text ist außerdem logisch aufgebaut und strukturiert, so dass der Leser den Argumenten und Schlussfolgerungen des Verfassers leicht folgen kann.

14. Zu den Geisteswissenschaften gehören

- A) Soziologie, Philologie, Philosophie

- B) Physik, Chemie, Biologie
- C) Geografie, Mathematik, Geschichte

15. Zu den Naturwissenschaften gehören

- A) Soziologie, Philologie, Philosophie
- B) Physik, Chemie, Biologie
- C) Geografie, Mathematik, Geschichte

ПРАВИЛЬНЫЕ ОТВЕТЫ:

- 1. A
- 2. B
- 3. A
- 4. B
- 5. B
- 6. A
- 7. B
- 8. B
- 9. B
- 10. A
- 11. C
- 12. A
- 13. B
- 14. A
- 15. B

Критерии оценивания:

Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ в целом:

«зачтено» – верно выполнено более 60% заданий.

«не зачтено» – верно менее 60% заданий.

Тестовые задания открытой формы (с кратким свободным ответом)

- 1. Ihre Bewerbung vermittelt einen _____ Eindruck von Ihrer Persönlichkeit und Qualifikation.
- 2. Eine Kurzbewerbung besteht aus dem Anschreiben und tabellarischen _____, aus zwei bis drei Seiten.
- 3. Der Lebenslauf _____ man auch das Curriculum Vitae (oder CV).
- 4. Der Master erarbeitet eine _____.
- 5. Nach einer erfolgreichen Verteidigung der Dissertation erwirbt der Master den _____ Grad eines Magisters der Wissenschaften.
- 6. _____ Schreiben ist ein zentrales Medium wissenschaftlicher Kommunikation.
- 7. Die Studie diskutiert die sozialen, psychologischen und wirtschaftlichen _____.
- 8. Der Professor leitet einen Sektor am Institut für Weltwirtschaft und internationale Beziehungen der Akademie der _____ Russlands
- 9. Der wissenschaftliche Betreuer leitet die wissenschaftliche _____ an.
- 10. Unter dem Begriff Naturwissenschaft werden Wissenschaften zusammengefasst, die empirisch arbeiten und sich mit der Erforschung der _____ befassen.
- 11. Soft-Skills sind persönliche _____, die über das Fachwissen hinausgehen.
- 12. Eine wichtige _____ spielt ein gutes Einkommen.
- 13. Fragebogen werden vor allem in Psychologie und Sozialwissenschaften verbreitet eingesetzt, um soziale und politische _____ zu erfassen.
- 14. Beschreiben Sie, was _____ Sie persönlich Integration bedeutet.
- 15. Welche _____ möchten Sie erreichen?
- 16. Anstatt lange zu telefonieren, könntest du mir eine Mail _____
- 17. Sie soll _____ über die bekanntesten Wissenschaftler sammeln und sie im Kurs vorstellen.
- 18. Ich bin der _____ Meinung wie du.
- 19. Das Wort _____ bezeichnet die Gesamtheit des menschlichen Wissens.
- 20. In der Welt gibt es viele _____, die die Wissenschaft zu lösen versucht.

ПРАВИЛЬНЫЕ ОТВЕТЫ:

- 1. ersten
- 2. Lebenslauf

3. nennt
4. Dissertation
5. akademischen
6. wissenschaftliches
7. Probleme
8. Wissenschaften
9. Arbeit
10. Natur
11. Qualifikationen
12. Rolle
13. Meinungen
14. für
15. Ziele
16. schicken
17. Informationen
18. gleichen
19. Wissenschaft
20. Probleme

Критерии оценки 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

Процедура проведения: основным оценочным средством является задание «Итоговое тестирование по курсу /Final test», предполагающем три блока:

1) блок на проверку общих знаний, связанных с использованием английского/немецкого языка в сфере делового и профессионального общения, проверку уровня понимания и обработки информации на иностранном языке, выполнения практических заданий, следуя определенным коммуникативным технологиям (тест множественного выбора),

2) блок на выявление навыков письма в рамках делового и академического общения (тест в виде вопросов, предполагающих написание короткого текста в соответствии с пройденными шаблонами письменных документов),

3) собеседование (ответ студента в рамках данного блока представляет собой устное монологическое высказывание и беседу с преподавателем по одной из предложенных тем, проводится очно в учебной аудитории).

Пример оценочного средства Final Test/Итоговое тестирование по курсу /Итоговое тестирование (немецкий язык) расположен в онлайн курсе на платформе LMS Moodle

Критерии оценивания:

1) за выполнение первого блока заданий, представляющего собой тест множественного выбора, состоящий из 60 вопросов, студент может получить максимум 60 баллов (по 1 баллу за каждый правильный ответ);

2) за выполнение второго блока, представляющего собой письменное задание, студент может получить максимум 20 баллов при выполнении следующих условий: письменное задание правильно понято, представлен письменный текст с соответствующим заголовком – начисляется 1 балл, отражена структура текста соответствующего типа – начисляется до 6 баллов, где максимум 6 баллов – если структура текста в полном объеме соответствует структуре текстов данного типа, при отсутствии отдельных обязательных элементов текста баллы вычитаются, в зависимости от количества не представленных структурных элементов

текста, смысловое содержание представленного студентом текста соответствует смысловому содержанию текстов данного типа – начисляется до 4 баллов, где максимум 4 балла – если смысловое наполнение соответствующих структурных компонентов текста соответствует смысловому наполнению данных компонентов в текстах заданного типа, при отклонении смыслового содержания компонентов баллы вычитаются, студент продемонстрировал развитый словарный запас (вокабуляр) – начисляется до 4 баллов, если в представленном студентом тексте имеются единицы вокабуляра (слова и выражения), являющиеся характерными для текстов данного типа, при недостаточном использовании соответствующих слов и устойчивых выражений баллы вычитаются, студент продемонстрировал правильное употребление грамматических конструкций – начисляется до 5 баллов, баллы вычитаются в зависимости от количества сделанных грамматических ошибок.

3) за выполнение третьего блока, представляющего собой устный ответ на предложенную тему и собеседование с преподавателем, студент может получить максимум 20 баллов при выполнении следующих условий:

студентом представлено развернутое монологическое высказывание, содержащее от 10 предложений – начисляется до 10 баллов, при представлении в монологическом высказывании менее 10 предложений количество начисленных баллов соответствует количеству сказанных развернутых предложений, монологическое высказывание студента насыщено активным вокабуляром по предложенной теме – начисляется до 2 баллов, в монологическом высказывании студента отсутствуют грамматические ошибки – начисляется

до 3 баллов, студентом даны ответы на заданные преподавателем дополнительные вопросы – начисляется до 5 баллов, в зависимости от скорости реагирования студентом на поставленный вопрос, полноты ответа, наличия грамматических ошибок и ошибок на употребление слов.

Общая суммарная оценка за выполнение задания «Итоговое тестирование по курсу /Final test» может составлять максимум 100 баллов.

Далее, баллы, начисленные студенту за выполнение тестовой части (Блок 1) автоматически пересчитываются системой в 4-балльную шкалу (от «5» до «2»). Баллы, начисленные студенту за выполнение заданий Блока 2 и Блока 3 (до 20 баллов за каждый блок) пересчитываются преподавателем по схеме:

1-5 баллов – оценка «2»,

6-10 баллов – оценка «3»,

11-15 баллов – оценка «4»,

16-20 баллов – оценка «5».

Таким образом, за итоговое тестирование студент получает три оценки за каждый блок и выводится средняя оценка за тестирование целиком.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Т. А. Яшина, Д. Н. Жаткин.	Английский язык для делового общения: учебное пособие	Флинта, 2021	https://e.lanbook.com/book/166592
Л1.2	Карасёва Е.В.	Немецкий язык для магистрантов: учебное пособие: для студентов 1 курса по профилю подготовки "магистр" очной и очно-заочной формы обучения	Елецкий государственный университет им. И. А. Бунина, 2020	https://e.lanbook.com/book/331898
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Слуднева, Л. В.	Деловое и научное общение на английском языке: учебное пособие	, 2018	URL: https://e.lanbook.com/book/117586

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"		
	Название	Эл. адрес
Э1	Электронный курс на платформе АлтГУ Moodle (английский язык)	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8152
Э2	Электронный курс на платформе АлтГУ Moodle (немецкий язык)	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=4997
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.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)</p>		
6.4. Перечень информационных справочных систем		
<p>http://dictionary.cambridge.org/ http://engood.ru/ http://www.oxfordlearnersdictionaries.com/ http://www.macmillandictionary.com/ https://www.collinsdictionary.com/ https://www.merriam-webster.com/</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)
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-

Аудитория	Назначение	Оборудование
		LED - 1 единица; микросистема преподавателя Panasonic SA-PM07; учебно-наглядные пособия, карты
Помещение для самостоятельной работы	помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Курс ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В СФЕРЕ ДЕЛОВОГО И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ предназначен для студентов магистратуры АлтГУ первого года обучения. Целью курса является формирование компетенций, связанных с осуществлением коммуникации на иностранном языке в сфере академического, делового и профессионального общения в различных областях деятельности, в том числе с применением современных коммуникативных технологий.

Курс предназначен как для студентов, обучающихся по гуманитарным направлениям подготовки, так и для студентов, обучающихся по естественнонаучным направлениям подготовки, поскольку в нем предусмотрены задания, направленные на отработку универсальных коммуникативных навыков и технологий, общих для любых областей профессиональной деятельности, а также более предметные задания, направленные на отработку словарного запаса и способов ведения коммуникации в конкретных профессиональных сферах.

Поскольку студенты магистратуры могут иметь разный уровень владения английским/немецким языком, в зависимости от того, какое направление бакалавриата они закончили, в курсе предусмотрены задания как для студентов, имеющих базовые знания языка на уровне бакалавриата, так и для студентов, профессионально изучавших язык ранее. В частности, в курсе имеются задания, направленные на достижения достаточного уровня знания иностранного языка, который требуется в соответствии с государственным стандартом, а также задания повышенного уровня сложности, в том числе задания, нацеленные на отработку умений и навыков, необходимых для сдачи международных экзаменов по английскому/немецкому языку.

Курс состоит из 12 изучаемых тем, направленных на формирование навыков использования английского/немецкого языка в сфере академического, делового и профессионального общения. Чему посвящена каждая тема вы можете узнать из названия и описания темы. Темы подобраны таким образом, чтобы обеспечить сформированность у выпускников магистратуры компетенций по осуществлению научной профессиональной коммуникации (написание научных статей и докладов, подготовка публичной речи и визуальных сопровождающих материалов и т.д.), навыков делового общения (оформление письменной деловой документации, отработка устных коммуникативных технологий в деловой сфере), и работы в условиях международной коммуникации в широком контексте.

В рамках каждой темы представлен блок заданий на отработку соответствующих навыков и умений. Набор заданий может варьироваться от одной темы к другой, но в целом в рамках курса предусмотрены задания на отработку навыков чтения и понимания, говорения, слушания, письменных навыков, задания на разбор конкретной ситуации, интерактивные задания, задания на работа в команде или группе, а также материал для самостоятельного изучения. В конце каждой темы имеется проверочный тест по содержанию темы.

Для получения зачета по дисциплине после завершения курса студент должен пройти итоговое тестирование.

Итоговая оценка за курс выставляется при учете оценки, полученной студентом за Итоговое тестирование по курсу, и оценок, полученных за выполнение заданий в рамках курса.

Аудиторная работа

Аудиторная работа направлена на развитие навыков письменного и устного общения и осуществляется под руководством преподавателя. Основными задачами изучения дисциплины являются:

- накопление и практика вокабуляра;

- формирование навыков научной монологической речи;
- совершенствование навыков ведения диалога на профессиональные темы, обсуждения услышанного (прочитанного, увиденного);
- формирование навыков выступления с докладом (презентацией) на тему, связанную со специальностью (5-10 минут).
- овладение и развитие навыков работы с англоязычным текстом профессиональной тематики (поисковое и просмотровое чтение, передача краткого содержания, подробный пересказ, умение делать выводы);
- навыки письма (эссе, резюме, отчет, и т.д.)

На занятиях по английскому языку студент должен иметь:

- англо-русский словарь;
- русско-английский словарь;
- используемые учебники и пособия.

На занятиях по немецкому языку студент должен иметь:

- немецко-русский словарь;
- русско-немецкий словарь;
- используемые учебники и пособия.

Самостоятельная (внеаудиторная) работа

Самостоятельная подготовка включает в себя выполнение домашних заданий. Эффективность обучения во многом зависит от правильной организации самостоятельной работы.

Подготовка к занятиям

Основной целью организации подготовки к практическим занятиям является развитие навыков чтения, письма, говорения и аудирования. При подготовке к каждому занятию необходимо обратиться к уроку в учебнике по данной теме и дополнительным учебным пособиям, чтобы уточнить новую лексику, терминологию, грамматические структуры.

Произношение и чтение

Правильное произношение – гарантия понимания не только устной, но и письменной речи, так как чтение и письмо происходят под контролем слуха и сопровождаются проговариванием на уровне внутренней речи. Неправильное чтение слова приводит к его неправильному запоминанию и не узнаванию.

Основные сложности овладения произношением обусловлены следующими причинами:

- несовпадением звуковых систем русского и английского/немецкого языков.
- Следует изучить фонетическую систему английского/немецкого языка, научиться правильно и четко произносить звуки.
- отсутствие автоматизации фонетических навыков. Следует регулярно выполнять фонетические упражнения, прослушивать звукозаписи и передачи с английской/немецкой речью, смотреть фильмы и телепередачи на английском/немецком языке.
 - частым несовпадением звучания и написания. Следует изучить правила чтения букв и буквосочетаний, регулярно их повторять.
 - несовпадение интонационных систем английского/немецкого и русского языков.

Следует изучить правила слогаделения, членения речевого потока на ритмические группы и синтагмы, усвоить основные интонационные модели.

Лексика

Потенциальный запас лексики может быть почти удвоен за счет:

- 1) усвоения системы словообразования;
- 2) запоминания значений словообразовательных элементов (префиксов, суффиксов), что позволит выводить значения производных слов;
- 3) изучения интернациональной лексики.

Работая над переводом текста или упражнения, следует выписывать в тетрадь-словарик встречающиеся незнакомые слова в их исходной (словарной) форме: глаголы – в неопределенной форме, существительные – в форме единственного числа, прилагательные – в форме положительной степени.

Найдя слово в словаре, внимательно прочитайте всю словарную статью. Помните, что словарь чаще всего дает не однозначный перевод слова с одного языка на другой, а предлагает несколько, иногда много, значений. Правильный перевод возможен только с учетом общего смысла, контекста.

Заучивать следует в первую очередь наиболее часто встречающиеся слова. Их надо сразу выделять в тетради-словарике и работать над ними: повторять, писать под диктовку, составлять с ними словосочетания и предложения, стараться в дальнейшем находить в тексте их однокоренные слова, определять их синонимы, антонимы и т.д. Нельзя забывать, что только постоянная работа над лексикой поможет выучить и активно использовать нужное количество слов.

Работа над текстом

В зависимости от цели, которую ставит перед собой читающий, и от скорости чтения выделяют:

- изучающее чтение;
- селективное (быстрое) чтение, включающее ознакомительное,
- просмотровое и поисковое.

Изучающее чтение предполагает полное и адекватное понимание всей информации текста.

Ознакомительное чтение предусматривает быстрое прочтение всего текста (скорость около 180-190 слов в минуту) с полным пониманием основной информации текста.

Просмотровое чтение позволяет выяснить, о чем идет речь в тексте. Этот вид чтения используется, когда необходимо определить, насколько важна или интересна для читающего информация, содержащаяся в тексте.

Поисковое чтение даёт возможность находить в тексте те элементы информации, о которых заранее известно, что они имеются в тексте.

Не следует выписывать незнакомые слова сразу из всего текста и переводить их изолированно. Этот способ не оправдывает себя: во-первых, о значении некоторых слов можно догадаться, переведя предыдущую часть текста. Во-вторых, придется выписывать либо все значения многозначного слова, либо первое попавшееся, которое может и не подойти для данного предложения, и тогда нужно будет снова обращаться к словарю, отыскивая другое, подходящее значение слова.

При устном переводе текста последовательность действий остается практически той же. Следует только более тщательно переводить новые слова, что поможет при сдаче текста преподавателю.

Все виды селективного (быстрого) чтения предполагают охват общего содержания текста без использования словаря. Следует постараться уловить смысл прочитанного, опираясь на знакомые слова.

Контроль понимания может осуществляться разными способами: студент должен изложить своими словами на русском или английском/немецком языке содержание всего текста или его части; составить план пересказа; озаглавить абзацы или другие структурные единицы текста; ответить на вопросы или выбрать правильный ответ из нескольких предложенных вариантов и т.д.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Командообразование и лидерские навыки рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра менеджмента, организации бизнеса и инноваций
Направление подготовки	42.04.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Социальная безопасность медиaprостранства Большого Алтая
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_04_01_Реклама и СО_СБА-2022

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты:	1
аудиторные занятия	36		
самостоятельная работа	72		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
	Лекции	20	20	20
Практические	16	16	16	16
Сам. работа	72	72	72	72
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

к.э.н., доцент, Ануфриева Ирина Юрьевна; к.э.н., зав. каф., доцент, Рудакова Оксана Юрьевна

Рецензент(ы):

к.э.н., доцент, Петрова Людмила Ивановна

Рабочая программа дисциплины

Командообразование и лидерские навыки

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528)

составлена на основании учебного плана:

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра менеджмента, организации бизнеса и инноваций

Протокол от 27.05.2022 г. № 9

Срок действия программы: 2022-2023 уч. г.

Заведующий кафедрой

к.э.н., доцент Рудакова Оксана Юрьевна

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 менеджмента, организации бизнеса и инноваций

Протокол от 27.05.2022 г. № 9

Заведующий кафедрой *к.э.н., доцент Рудакова Оксана Юрьевна*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	дать комплексные знания о командообразовании и лидерстве, сформировать умения и навыки эффективного применения полученных знаний на практике.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.01

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	теоретико-методологические правила командной работы; необходимые условия для эффективной командной работы; основы проведения самоанализа и самооценки, и саморазвития (в том числе здоровьесбережение) и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки определяет направления повышения личной эффективности в профессиональной деятельности.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	планировать командную работу, распределяет поручения и делегирует полномочия членам команды; организует обсуждение разных идей и мнений; прогнозирует результаты действий; вырабатывает командную стратегию для достижения поставленной цели; выстраивать индивидуальную образовательную траекторию развития; планировать свою профессионально-образовательную деятельность; критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач; применять разнообразные способы, приемы техники самообразования и самовоспитания.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками деятельности по организации и руководству работой команды для достижения поставленной цели; навыками эффективного целеполагания; приемами саморегуляции, регуляции поведения в сложных, стрессовых ситуациях.

4. Структура и содержание дисциплины


Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Командообразование						
1.1.	Команда как особый тип организации: сущность, миссия. Виды команд.	Лекции	1	2	УК-3, УК-6	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.2.	Команда как особый тип организации: сущность, миссия. Виды команд.	Практические	1	1	УК-3, УК-6	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.3.	Команда как особый тип организации: сущность, миссия. Виды команд.	Сам. работа	1	4	УК-3, УК-6	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.4.	Теоретико-методологические подходы к командообразованию	Лекции	1	2	УК-3, УК-6	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.5.	Теоретико-методологические подходы к командообразованию	Практические	1	1	УК-3, УК-6	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.6.	Теоретико-методологические подходы к командообразованию	Сам. работа	1	4	УК-3, УК-6	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.7.	Структура команды. Классификация ролей в команде.	Лекции	1	2	УК-3, УК-6	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.8.	Структура команды. Классификация ролей в команде.	Практические	1	2	УК-3, УК-6	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.9.	Структура команды. Классификация ролей в команде.	Сам. работа	1	8	УК-3, УК-6	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
Раздел 2. Лидер в современном обществе.						
2.1.	Рольевые функции и характеристики лидера	Лекции	1	2	УК-3, УК-6	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.2.	Рольевые функции и характеристики лидера	Практические	1	1	УК-3, УК-6	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.3.	Рольевые функции и характеристики лидера	Сам. работа	1	8	УК-3, УК-6	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.4.	Личностный ресурс и основные компетенции в реализации лидерской позиции	Лекции	1	2	УК-3, УК-6	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.5.	Личностный ресурс и основные компетенции в реализации лидерской позиции	Практические	1	1	УК-3, УК-6	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.6.	Личностный ресурс и основные компетенции в реализации лидерской позиции	Сам. работа	1	8	УК-3, УК-6	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
Раздел 3. Управление командой. Эффективность работы команды						
3.1.	Управление командой в системе управления персоналом	Лекции	1	2	УК-3, УК-6	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
3.2.	Управление командой в системе управления персоналом	Практические	1	2	УК-3, УК-6	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.3.	Управление командой в системе управления персоналом	Сам. работа	1	8	УК-3, УК-6	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.4.	Формирование и развитие команды	Лекции	1	2	УК-3, УК-6	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.5.	Формирование и развитие команды	Практические	1	2	УК-3, УК-6	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.6.	Формирование и развитие команды	Сам. работа	1	8	УК-3, УК-6	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.7.	Организация работы команды: стратегические и операционные аспекты	Лекции	1	2	УК-3, УК-6	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.8.	Организация работы команды: стратегические и операционные аспекты	Практические	1	2	УК-3, УК-6	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.9.	Организация работы команды: стратегические и операционные аспекты	Сам. работа	1	8	УК-3, УК-6	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.10.	Профориентация, адаптация и развитие членов команды	Лекции	1	2	УК-3, УК-6	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.11.	Профориентация, адаптация и развитие членов команды	Практические	1	2	УК-3, УК-6	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.12.	Профориентация, адаптация и развитие членов команды	Сам. работа	1	8	УК-3, УК-6	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.13.	Мотивация, стимулирование и оплата индивидуального и командного труда	Лекции	1	2	УК-3, УК-6	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.14.	Мотивация, стимулирование и оплата индивидуального и командного труда	Практические	1	2	УК-3, УК-6	Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.15.	Мотивация, стимулирование и оплата индивидуального и командного труда	Сам. работа	1	8	УК-3, УК-6	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

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 Командообразование и лидерские навыки зачет МОБИ.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	Ридецкая О.Г.	Эффективное лидерство. Хрестоматия. Учебно-методический комплекс : Университетская библиотека online	М.: Директ-Медия, 2012	
Л1.2	Басманова, Н.И.	Тренинг командообразования : учебное пособие	Технологический университет. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, , 2019	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572170
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Камнева, Е.В.	Тренинг командообразования и групповой работы : учебник для магистратуры	Москва : Прометей, 2019	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576048
Л2.2	Дейнека, А.В.; Беспалько В.А.	Управление человеческими ресурсами: учебник	Москва : Дашков и К°, 2020	https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=573308
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Командообразование и лидерские навыки		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8520	
Э2	База данных по российским компаниям		www.fira.ru	
Э3	Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»		http://www.ecsocman.edu.ru	
6.3. Перечень программного обеспечения				

Microsoft Windows
Microsoft Office
7-Zip
AcrobatReader

6.4. Перечень информационных справочных систем

1. Электронная база данных Гарант , КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru/>.
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

Изучение учебной дисциплины студентами предусматривает два вида работ:

- работа с преподавателем;
- самостоятельная работа.

Работа с преподавателем охватывает два вида учебных занятий: лекционные занятия и практические (лабораторные) занятия. Последовательность проведения данных занятий, их содержание определяются настоящей программой. Посещение данных занятий является обязательным для всех студентов.

В ходе лекционных занятий необходимо вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Практическое (лабораторное) занятие требует подготовки студентов, предусматривающей изучение теоретического материала по теме занятия с использованием учебной литературы, перечень которой приведен в данной рабочей программе. Результат такой работы должен проявиться в способности свободно ответить на теоретические вопросы, обсуждаемые на практическом занятии, выступать и участвовать в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильно выполнять практические задания.

Вторым видом работы студента, выполняемым им при изучении курса, является самостоятельная работа, которая помимо подготовки к практическим занятиям предусматривает изучение нормативных, правовых актов и рекомендованной основной и дополнительной литературы.

Цель самостоятельной работы - закрепить полученные знания на лекциях, практических (лабораторных) занятиях, углубить и расширить их, сформировать умения и навыки по решению вопросов, составляющих содержание курса.

При необходимости в процессе самостоятельной работы студент может получить индивидуальную консультацию у преподавателя.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Алтайский государственный университет»

Межкультурное взаимодействие в современном мире

рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра всеобщей истории и международных отношений
Направление подготовки	42.04.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Социальная безопасность медиaprостранства Большого Алтая
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_04_01_Реклама и СО_СБА-2022

Часов по учебному плану 108

в том числе:

аудиторные занятия 36

самостоятельная работа 72

Виды контроля по семестрам

зачеты: 2

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (2)		Итого	
	Неделя 19			
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):

д.ист.наук, Зав.кафедрой, Чернышов Юрий Георгиевич; к.ист.наук, Доцент, Козулин Вячеслав Николаевич; к.фил.наук, Доцент, Казакова Ольга Михайловна

Рецензент(ы):

Рабочая программа дисциплины

Межкультурное взаимодействие в современном мире

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528)

составлена на основании учебного плана:

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра всеобщей истории и международных отношений

Протокол от 26.06.2023 г. № 11

Срок действия программы: 2023-2024 уч. г.

Заведующий кафедрой

к.и.н., доцент Усольцев С.А.

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 всеобщей истории и международных отношений

Протокол от 26.06.2023 г. № 11

Заведующий кафедрой *к.и.н., доцент Усольцев С.А.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Основной целью изучения курса является формирование способностей анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия, применять коммуникативные технологии (в том числе на иностранном языке).
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.01

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
УК-4.1	Определяет особенности академического и профессионального делового общения, учитывает их в профессиональной деятельности
УК-4.2	Эффективно применяет вербальные и невербальные средства взаимодействия в профессиональной деятельности
УК-4.3	Применяет современные коммуникативные технологии при поиске и использовании необходимой информации для академического и профессионального общения
УК-4.4	Представляет результаты профессиональной деятельности на различных публичных мероприятиях
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
УК-5.1	Знает основные понятия истории, культурологии, закономерности и этапы развития духовной и материальной культуры народов мира, подходы к изучению культурных явлений, основные принципы межкультурного взаимодействия в зависимости от различных контекстов развития общества; многообразия культур и цивилизаций
УК-5.2	Определяет и применяет способы межкультурного взаимодействия в различных социокультурных ситуациях; применяет научную терминологию и основные научные категории гуманитарного знания
УК-5.3	Владеет навыками применения способов межкультурного взаимодействия в различных социокультурных ситуациях; навыками самостоятельного анализа и оценки социальных явлений

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	комплекс причин появления социальных обычаев и различий в поведении людей на основе объяснения социального и культурного многообразия как фактора, обогащающего личность и коллектив; национальные, этнокультурные и конфессиональные особенности и народные традиции населения; сущность, виды, принципы и особенности социальной регуляции межкультурного взаимодействия.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	анализировать и прогнозировать особенности поведения и мотивации людей различного социального и культурного происхождения в процессе межкультурного взаимодействия с ними; осуществлять комплексный анализ особенностей межкультурного взаимодействия с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных различий.

3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	различными моделями анализа разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия; технологиями создания благоприятной среды для межкультурного взаимодействия, соблюдая этические нормы и права человека, в целях успешного выполнения профессиональных задач; речевыми стратегиями, позволяющими решать поставленные коммуникативные задачи.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Раздел 1. Теоретические аспекты межкультурного взаимодействия. Содержание основных понятий.						
1.1.	Введение. Межкультурное взаимодействие: основные подходы и ключевые понятия.	Лекции	2	2		Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.2.	Барьеры на пути межкультурного взаимодействия.	Лекции	2	2		Л1.2, Л1.3
1.3.	Барьеры на пути межкультурного взаимодействия.	Практические	2	2		Л1.2, Л1.3
1.4.	Пути и способы развития межкультурного взаимодействия.	Лекции	2	2		Л1.4
1.5.	Пути и способы развития межкультурного взаимодействия.	Практические	2	2		Л1.4
Раздел 2. Раздел 2. Россия и Запад: проблемы взаимовосприятия народов. История и современность.						
2.1.	Проблема «чужого» в современной науке. Имагология. Проблемы взаимодействия и взаимовосприятия народов России и Запада (вводная тема).	Лекции	2	2		Л1.2, Л1.3, Л1.4
2.2.	Русь, Московия и Запад: формирование тенденций взаимовосприятия (X—XVII вв.).	Лекции	2	2		Л1.4
2.3.	Формирование образа Московского государства в европейской литературной традиции.	Практические	2	2		Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.4.	Россия и Запад в XVIII — начале XXI в.: сближение— противостояние— сближение...	Лекции	2	2		Л1.4
2.5.	Тенденции и стереотипы восприятия России и русских в европейской литературной традиции и общественном мнении XVIII — начала XXI в.	Практические	2	2		Л1.4
Раздел 3. Раздел 3. Лингвистические и культурные аспекты коммуникации в современном мире.						
3.1.	Язык и культура. Языковая картина мира.	Лекции	2	2		Л1.1
3.2.	Язык и культура. Языковая картина мира.	Практические	2	2		Л1.1
3.3.	Коммуникация и основы семиотики.	Лекции	2	2		Л1.1
3.4.	Коммуникация и основы семиотики.	Практические	2	2		Л1.1
3.5.	Отношение к миру в разных культурах через призму языка.	Лекции	2	2		Л1.1
3.6.	Отношение к миру в разных культурах через призму языка.	Практические	2	2		Л1.1
3.7.	Отношение ко времени и пространству в языке и культуре.	Лекции	2	2		Л1.1
3.8.	Отношение ко времени и пространству в языке и культуре.	Практические	2	2		Л1.1
3.9.	Подготовка к практическим занятиям и к зачету	Сам. работа	2	72		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
<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=8043</p> <p>ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p> <p>ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА 1. Безэквивалентной лексикой называют слова, которые являются...</p>

А. оценочными

Б. не имеющими устойчивых соответствий в других языках

В. экспрессивные

ОТВЕТ: Б

2. К поведенческим (социальным) нормам не относятся:

А. артефакты

Б. законы

В. обычаи

ОТВЕТ: А

3. Как называется использование времени в невербальном коммуникационном процессе?

А. хронемика

Б. кинесика

В. проксемика

ОТВЕТ: А

4. Мимика представляет собой все изменения _____ человека, которые можно наблюдать в процессе общения.

А. поз

Б. выражения лица

В. движения глаз

ОТВЕТ: Б

5. То, какое значение в данной культуре имеют социальные роли, предписывающие определенное поведение представителям мужского и женского пола, показывает измерение культуры...

А. избегание неопределенности

Б. коллективизм — индивидуализм

В. маскулинность — феминность

ОТВЕТ: В

6. Каким видом коммуникации считается словесное взаимодействие сторон?

А. активным

Б. динамичным

В. вербальным

ОТВЕТ: В

7. Культуры, в которых прикосновение к коммуникативному партнеру очень распространено, называют:

А. контактными

Б. контекстными

В. монохронными

ОТВЕТ: А

8. Общества, в которых интересы группы преобладают над интересами индивида, называют:

А. индивидуалистскими

Б. коллективистскими

В. маскулинными

ОТВЕТ: Б

9. Когда теория межкультурной коммуникации выделилась в отдельную дисциплину?

А. в конце XX в.

Б. в середине XX в.

В. в начале XX в.

ОТВЕТ: Б

10. Выделите ключевую причину изучения принципов и стратегий межкультурной коммуникации в настоящее время.

А. расширение представлений о коммуникации за счет акцентирования невербального аспекта в передаче информации;

Б. стремление к сохранению уникальных культурных ценностей и норм в условиях интенсификация глобализационных процессов

В. углубление представлений о междисциплинарных связях лингвистики и ее прикладном значении

ОТВЕТ: Б

11. Осознание человеком своей принадлежности к какой-нибудь социокультурной группе, позволяющее ему определить свое место в социокультурном пространстве и свободно ориентироваться в окружающем мире, называется...

А. идентичность

Б. индивидуализм

В. коллективизм

ОТВЕТ: А

12. Данным термином обозначается состояние физического и эмоционального дискомфорта,

возникающего в процессе приспособления личности к новому культурному окружению.

- А. культурный релятивизм
- Б. культурная компетенция
- В. культурный шок

ОТВЕТ: В

13. Упрощенная ментальная репрезентация определенной категории людей, преувеличивающая моменты сходства между ними и игнорирующая различия, называется...

- А. стереотип
- Б. категоризация
- В. предрассудок

ОТВЕТ: А

14. Основателем теории межкультурной коммуникации (МКК) считается:

- А. С.Г. Тер-Минасова
- Б. А.П. Садохин
- В. Э. Холл

ОТВЕТ: В

15. Определите среди приведенных примеров этнический стереотип.

- А. французы галантные
- Б. зима холодная
- В. Франция – европейская страна

ОТВЕТ: А

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.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

1. Что такое языковая картина мира?

Ответ: Это исторически сложившаяся в обыденном сознании данного языкового коллектива и отраженная в языке совокупность представлений о мире, определённый способ восприятия и устройства мира, концептуализации действительности.

2. Дайте определение термину «семиотика».

Ответ: Семиотика (также ее называют семиологией) – это междисциплинарная область исследований, изучающая знаки и знаковые системы, которые хранят и передают информацию. Помимо исследования знаковых систем, семиотика также принимает участие в их разработке (к примеру, в создании систем автоматизированного перевода и программировании), изучает ряд культурных явлений (ритуалы и мифы), слуховое и зрительное восприятие человека. Особое внимание эта наука уделяет знаковой природе текста, стремясь объяснить его в качестве языкового феномена. Семиотика это – общая теория, исследующая свойства знаков и знаковых систем. Согласно Ю.М. Лотману, под семиотикой следует понимать науку о коммуникативных системах и знаках, используемых в процессе общения.

3. Каковы основные свойства языкового знака?

Ответ: Двусторонность (наличие материальной формы и содержания) - языковой знак материален и идеален одновременно; он представляет собой единство звуковой оболочки (акустического образа) — означающего (формы) и обозначаемого понятия — означаемого (содержания). Означающее материально, означаемое идеально.

Противопоставленность другим знакам в языковой системе, условность (мотивированность).

4. Что такое наивная «анатомия» в языковой картине мира?

Ответ: Под «наивной анатомией» могут пониматься существительные, обозначающие человеческие способности (ум, память, сила, зрение), а также такие слова как: «воля», «душа», «дух» и т.д. Такая «анатомия» может варьироваться в разных языках, выдвигая на первое место по значимости разные «органы». Например, в русском языке ключевым «органом» является душа.

5. Чем отличаются подходы русской культуры и англосаксонской культуры к познанию?

Ответ: Англосаксонская культура ценит последовательность, точность, логические формулировки, отсутствие противоречий, отсутствие «эмоций», холодные рассуждения. А русская культура, напротив, с подозрением относится к сухой рациональности, пронизана эмоциональностью и даже «моральной страстностью».

6. Дайте определение термину «хронотоп».

Ответ: Под «хронотопом» понимается существенная взаимосвязь временных и пространственных отношений. Таким образом, пространство и время формируют основу картины мира.

7. Как понимается время в американской культуре?

Ответ: Время понимается как материальный ресурс, который позволяет создавать новые блага, Отсюда известная фраза: «Time is money».

8. Как определяется время суток в американской культуре?

Ответ: В этом есть свои особенности: у американцев АМ, то есть ante meridiem — промежуток from midnight until noon — после полуночи до полудня, а время from noon until midnight, то есть с полудня до полуночи, составляющее вторую половину суток, обозначается аббревиатурой РМ (post meridiem). Время делится на in the morning, — грубо говоря, с девяти до полудня; lunchtime — от полудня до двух; и in the afternoon — с двух до пяти. Начало отсчета суток у американцев начинается с полуночи.

9. Дайте определение термина «культура».

Ответ: Культура определяется как совокупность духовных и материальных ценностей, созданных группой людей. Кроме того, культура – это и образ мыслей, и поведение, и язык, и традиции. и материальные объекты, и методы, с помощью которых они создаются?

10. Когда появился термин «межкультурная коммуникация»?

Ответ: Понятие межкультурной коммуникации было введено в 1950-х американским культурным антропологом Эдвардом Холлом. Изучение межкультурной коммуникации было связано (и связано по сей день) с практическими интересами бизнесменов, политиков, дипломатов.

11. Дайте определение термина «языковой знак».

Ответ: Языковой знак – это двусторонняя единица языка, представляющая собой заменитель предмета в целях общения и позволяющая говорящему вызвать в сознании собеседника образ предмета или понятия. Это единица языка, служащая для обозначения предметов или явлений действительности и их отношений. Языковой знак обозначает отношения между элементами языка в составе сложных языков.

12. Дайте определение термину «культурный релятивизм».

Ответ: Культурный релятивизм — направление в антропологии, отрицающее этноцентризм и признающее все культуры равными. Каждая культура является уникальной системой ценностей. Начало этому направлению заложил ещё Франц Боас, впоследствии разработку продолжили его ученики.

13. Что понимается под процессом «ассимиляции»?

Ответ: Под ассимиляцией понимается процесс, в результате которого отличительные черты одного этноса заменяются чертами другого общества. При этом может быть утрачен язык, культура, и даже национальное самосознание. Ассимиляция может носить как естественный, так и насильственный характер.

14. Что такое сепарация (этническая)?

Ответ: Этническая сепарация – отделение определенной части народа от основной, которое приводит к образованию самостоятельного этноса. Причинами этнической сепарации может быть и переселение части исходного этноса, и государственно-политическое отделение части народа, и отделение группы этноса по религиозным аспектам и т.д.

15. Дайте определение термину «этноцентризм».

Ответ: Этноцентризм – мировоззрение, рассматривающее собственную культуру как образец, по которому выносятся суждения о людях других культур. Этноцентризм предполагает предпочтение своей этнической группы, проявляющееся в восприятии и оценке жизненных явлений сквозь призму традиций, ценностей.

16. Что такое стереотип (этнический/национальный)?

Ответ: Стереотип – исторически сложившиеся внешние или собственные представления о складе ума, менталитете и стандартном поведении представителей того или иного этноса. Стереотипы отличаются упрощенностью, односторонностью, а нередко и искаженностью.

17. Что такое идентичность (этническая)?

Ответ: Идентичность – осознание человеком своей принадлежности к какой-нибудь социокультурной

группе, позволяющее ему определить свое место в социокультурном пространстве и свободно ориентироваться в окружающем мире. Идентичность формируется в процессе социализации личности, с ростом самосознания человека.

18. Какие виды идентичностей бывают?

Ответ: Этническая, территориальная, конфессиональная, региональная, социальная, гражданская и другие виды. Кроме того, идентичность можно поделить на естественную, не требующую организованного участия по её воспроизводству, и искусственную, постоянно нуждающуюся в организованном поддержании.

19. Дайте определение термину «ксенофобия».

Ответ: Ксенофобия – нетерпимость к чужому, незнакомому, иностранному, восприятие чужого как опасного. Ксенофобия может рассматриваться и как механизм поддержания идентичности.

20. Под термином «мягкая сила» подразумевается...

Ответ: Мягкая сила – форма политической власти, способность добиваться желаемых результатов на основе добровольного участия, симпатии и привлекательности. Термин был введен во второй половине 1980-х годов, автором является Джозеф Най – американский политолог.

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 анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

1. Выберите верное название научного подхода к изучению этничности, в котором нация или этническая общность представлены как социальные конструкторы.

- А. примордиализм
- Б. ситуационизм (инструментализм)
- В. конструктивизм

ОТВЕТ: В

2. Как называется стратегия аккультурации, которая предполагает идентификацию как со старой, так и с новой культурой?

- А. маргинализация
- Б. ассимиляция
- В. интеграция

ОТВЕТ: В

3. Отрицание чужой культуры при сохранении идентификации со своей культурой называется...

- А. сегрегация
- Б. аккультурация
- В. сепарация

ОТВЕТ: В

4. Свойство сознания человека воспринимать и оценивать окружающий мир с точки зрения превосходства традиций и ценностей собственной этнической группы над другими, определяется как...

- А. патриотизм
- Б. этноцентризм
- В. эмпатия

ОТВЕТ: Б

5. К «природным» символам можно отнести...

- А. герб, гимн, флаг
- Б. леса, горы, озера
- В. известных политических лидеров

ОТВЕТ: Б

6. Образ своей социальной группы (собственного этноса)

А. экстраобраз

Б. интрообраз

ОТВЕТ: Б

7. Отрицание культуры и цивилизации, убеждение в том, что любое усовершенствование человеческой жизни и «отдаление от природы» вредно:

А. мягкий примитивизм

Б. культурный примитивизм

ОТВЕТ: Б

8. Какого термина в современной этнологии не существует?

А. стереотип отражения

Б. стереотип восприятия

В. стереотип поведения

ОТВЕТ: А

9. Какие этнические представления, согласно концепции французской исследовательницы С. Марандон, являются первичными?

А. этнические образы

Б. этнические предубеждения

В. этнические стереотипы

Г. этнические (национальные) идеи (мнения)

ОТВЕТ: Б

10. Группа идей, связанных с романтизацией простого (первобытного) образа жизни и отрицательным отношением к прогрессу и цивилизации:

А. примитивизм

Б. коммунизм

ОТВЕТ: А

11. Какие идеи способствовали идеализации «варваров» в античности?

А. идеи примитивизма

Б. идеи ромоцентризма

В. идеи христианства

ОТВЕТ: А

12. Идеализация прошлых времен, убеждение в том, что раньше «и трава была зеленее, и деревья выше», в концепции американских ученых А.О. Лавджоя и Дж. Боаса называется:

А. культурный примитивизм

Б. хронологический примитивизм

ОТВЕТ: Б

13. При каком русском князе появилась концепция «Москва— третий Рим»?

А. Иване III

Б. Василии III

В. Иване IV

ОТВЕТ: А

14. Какой европейский автор написал первое подробное сочинение о Московском государстве, которое считается первоисточником всех стереотипов о России?

А. Сигизмунд фон Герберштейн

Б. Адам Олеарий

В. Джайлс Флетчер

ОТВЕТ: А

15. Какой французский писатель, посетивший Россию в XIX в., описал ее в таком неприглядном свете, что с тех пор считается едва ли не самым главным «клеветником России»?

А. Астольф де Кюстин

Б. Теофиль Готье

В. Александр Дюма

ОТВЕТ: А

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.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

1. Что относится к государственным символам?

Ответ: К государственным символам относятся – герб, гимн и флаг. Данные символы устанавливаются специальными законами, традициями, обычаями, как правило – это исторически сложившиеся символы, которые отражают суверенитет государства.

2. Кем был впервые введен в научный оборот термин «мягкая сила»?

Ответ: Термин был введен Джозефом Наем. Под «мягкой силой» понималась форма политической власти, способность добиваться желаемых результатов на основе добровольного участия, симпатии и привлекательности.

3. Что можно отнести к инструментам «жесткой силы»?

Ответ: К таким инструментам можно отнести принуждение, силу, использование оружия, войск и т.д. Кроме того, «экономическая сила», а именно: экономические санкции, взятки также являются инструментами «жесткой силы».

4. Что такое «информационная война»?

Ответ: Информационная война – противоборство сторон посредством распространения специально подготовленной информации и противодействия аналогичному внешнему воздействию на себя. Информационная война – это война без правил, война без видимых разрушений и порой даже без четко определенного противника.

5. Какие бывают этнические стереотипы?

Ответ: Этнические стереотипы можно разделить на положительные (позитивные), отрицательные (негативные) и нейтральные. Кроме того, среди разновидностей этнических стереотипов выделяют: автостереотипы, гетеростереотипы и т.д.

6. Какие бывают символы, непосредственно оказывающие влияние на имидж государства?

Ответ: Символы бывают государственные, природные, исторические, религиозные, культурные и т.д. Кроме того, символами могут выступать и официальный язык государства, и денежная единица, и даже какие-либо институты общества.

7. Какие основные формы межкультурной коммуникации выделяют?

Ответ: Выделяют четыре основные формы межкультурной коммуникации — прямую и косвенную, опосредованную и непосредственную. При этом, в межкультурной коммуникации стоит учитывать внутренний и внешний контекст коммуникации.

8. Что можно отнести к инструментам информационной войны?

Ответ: К инструментам информационной войны можно отнести психологические операции, дезинформацию, прямые информационные атаки, искажение информации и т.д. В информационной войне не задействуются психоактивные вещества, прямой шантаж и запугивание (это характерно для терроризма), подкуп, физическое воздействие и т.д.

9. Кто ввел в научный оборот термин «имидж»?

Ответ: В научный оборот термин «имидж» ввёл американский экономист К. Боулдинг. В 60-е годы XX в. он рассматривал имидж с позиции практической значимости, поскольку привязывал этот феномен к экономической сфере.

10. Что из перечисленного относится к негативному этническому стереотипу: «русские – ленивые», «немцы – пунктуальные», «англичане любят пить чай», «в России всегда холодно»?

Ответ: «Русские – ленивые» – является негативным этническим стереотипом. Считается, что данный стереотип был создан иностранцами, посещавшими Россию в XVI–XVII вв.

11. Дайте определение термину «ассимиляция».

Ответ: Тип этнических процессов, представляющий собой взаимодействие двух этносов, в результате которого один из них поглощается другим и утрачивает этническую идентичность.

12. Что такое «бренд»?

Ответ: Торговая марка, имеющая определенные характерные ценные свойства и атрибуты. Обычно бренд тесно связан с репутацией компании, продукта или услуги в глазах клиентов, партнеров, общественности.

13. Что изучает «имиджелогия»?

Ответ: «Имиджелогия» — научно-практическое, прикладное направление, специализирующееся на

изучении формирования имиджа (публичных деятелей, фирм, городов, регионов, стран). Представители данного направления (профессии) называются имиджмейкерами.

14. Что входит в понятие «ксенофобия»?

Ответ: Страх, неприязнь и/или ненависть к кому-либо или чему-либо чужому, незнакомому, непривычному; восприятие чужого в негативном ключе, как непонятного, непостижимого и поэтому опасного и враждебного.

15. Как вы понимаете слово менталитет?

Ответ: Относительно целостная совокупность мыслей, верований, создающих коллективную картину мира и скрепляющих единство культурной традиции и какой-либо общности.

16. Как вы понимаете концепцию «Москва — Третий Рим».

Ответ: Геологическая, историософская и политическая концепция, утверждающая, что Москва является преемницей Римской империи и Византии. С этим связаны идеи об особой имперской миссии государства.

17. Что является национализмом?

Ответ: Идеология и направление политики, основополагающим принципом которых является тезис о ценности нации как высшей формы общественного единства, ее первичности в государствообразующем процессе.

18. Что в отечественной научной традиции обычно понимается под словом «нация»?

Ответ: Исторический тип этноса, представляющий собой социально-экономическую целостность, которая складывается и воспроизводится на основе общности территории, экономических связей, языка, некоторых особенностей культуры, психологического склада и этнического (национального) самосознания.

19. Какое явление называется пропагандой?

Ответ: Целенаправленное распространение взглядов, фактов, аргументов и других сведений, в том числе слухов или заведомо ложных сведений, для формирования общественного мнения или иных преследуемых целей.

20. Дайте определение этноса.

Ответ: Исторически сложившаяся на определенной территории устойчивая совокупность людей, обладающих общими, относительно стабильными особенностями культуры (в том числе языка), а также сознанием своего единства и отличия от всех других подобных образований (самосознанием), зафиксированным в самоназвании (этнониме).

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 в виде зачета может приниматься как в устной форме (которая предполагает ответы студентов на теоретические вопросы), так и выставляться по результатам выполнения студентами установленных программой видов работ, включая итоговый тест. Доступ к итоговому тесту открывается после просмотра всех лекций и выполнения всех практических заданий. Зачет получают те студенты, которые набрали при выполнении итогового теста 20 и более баллов. Для разных обучающихся учебной группы могут быть определены разные формы сдачи зачета в зависимости от качества их работы в

семестре изучения дисциплины. Вопросы к зачету, задания, которые должны выполнить студенты в семестре, (и форму его проведения) студенты получают на первом занятии по дисциплине в данном семестре. 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 заведующим кафедрой. Инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, имеющие нарушения опорно-двигательного аппарата, допускаются на устные аттестационные испытания в сопровождении ассистентов-сопровождающих.

Во время аттестационных испытаний обучающиеся могут пользоваться программой учебной дисциплины.

Оценка результатов аттестационного испытания объявляется обучающимся в день его проведения.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ЗАЧЕТА

1. Содержание и соотношение понятий «межкультурное взаимодействие» и «межкультурная коммуникация».
2. Примордиалистский и конструктивистский подходы к проблеме этничности и этнокультурная идентичность.
3. Ассимиляция, сепарация, маргинализация, интеграция как стратегии аккультурации.
4. Влияние стереотипов и предрассудков на процесс межкультурного общения.
5. Информационные войны и «мягкая сила», их влияние на межкультурное взаимодействие в современном мире.
6. Роль имиджей и символов (этноса, страны, государства) в межкультурном взаимодействии.
7. Имагология как научное направление: история возникновения, современный этап развития, представители направления в России и за рубежом.
8. Формирование стереотипов восприятия «Московии» и ее жителей в европейской литературной традиции XV—XVII вв. Основные сочинения европейской «Россики» этого периода.
9. Особенности восприятия России и русских во французской литературной традиции и общественном мнении XIX—XX вв.
10. «Русофильство» и «русофобия» в немецкой литературной традиции и общественной мысли XVIII—XIX вв.
11. Эволюция образа Запада в отечественной литературной традиции и общественном мнении XVIII — начала XXI в.
12. Особенности восприятия Советской России и СССР на Западе в XX веке: различные тенденции и эволюция восприятия.
13. В чем заключается теория лингвистической относительности Э. Сепира и Б. Уорфа?
14. Языковая картина мира. Примеры сравнения русскоязычных концептов с англоязычными (или концептами других языков).
15. Перечислите основные свойства знака, приведите пример известной вам знаковой системы.
16. Отличия языка как естественной знаковой системы от искусственных знаковых систем.
17. Отличия в отношении русских и американцев к судьбе, к возможности влиять на судьбу и управлять своей жизнью. Проявления этого в языке.
18. Черты национального характера, проявляющиеся в подходе к наименованию родной страны (на примерах американцев и русских).
19. Различия в понимании того, что такое «некультурное поведение» (на примерах американцев и русских).
20. Различия в отношении к слову «неудачник» в американской и русской культурах.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:

«Зачтено»: Выполнение всех видов работ и заданий текущего контроля.

Итоговый тест: за правильный ответ – 1 балл, за неправильный или неуказанный ответ – 0 баллов.

Студент правильно ответил от 50% до 90% вопросов теста.

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

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
ЛП.1	О.Е. Данчевская, А.В. Малёв	English for Cross-Cultural and Professional Communication=Английский язык для межкультурного и профессионального общения: Учебное пособие	Москва: Флинта, 2017	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93369
ЛП.2	под ред. Ю.Г. Чернышова	Дневник Алтайской школы политических исследований. №23. Современная Россия и мир: альтернативы развития (международный имидж России в XXI веке): материалы международной научно-практической конференции	Барнаул : Изд-во Алтайского ун-та, 2007	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/287
ЛП.3	под ред. Ю.Г. Чернышова	Современная Россия и мир: альтернативы развития (роль политических лидеров в формировании имиджа страны и региона: материалы международной научно-практической конференции	Барнаул: Изд-во Алт.ун-та, 2009	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/286
ЛП.4	под ред. Ю.Г. Чернышова	Современная Россия и мир: альтернативы развития (Россия и Западная Европа: влияние образов стран на двусторонние отношения): материалы международной научно-практической конференции	Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2010	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/285
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Межкультурное взаимодействие в современном мире		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8043	
6.3. Перечень программного обеспечения				
Microsoft Office 7-Zip AcrobatReader				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
Электронная база данных "Scopus" (http://www.scopus.com); Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/); Научная электронная библиотека eLibrary (http://elibrary.ru).				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Помещение для самостоятельной работы	помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную

Аудитория	Назначение	Оборудование
		информационно-образовательную среду АлтГУ
301М	лаборатория «Лингафонный кабинет» - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Интерактивная доска в комплекте SmartBoard B480iv3 – 1 шт.; рабочее место преподавателя в комплекте: стол, ПК: ViewSonic, гарнитура: Dialog, колонки, магнитофон Erisson; рабочее место студента на 12 посадочных мест в комплекте: столы, гарнитуры: Dialog – 12 единиц, цифровые пульта: HOPG – 12 шт.; учебные издания и журналы на иностранных языках
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

Изучение курса следует начать с ознакомления с рабочей программой дисциплины, чтобы выяснить ее общий объем в часах, соотношение лекций, практических занятий и самостоятельной работы, а также понять логику и систему распределения материала между тематическими разделами курса. При этом следует учесть рекомендации и пояснения преподавателя по структуре курса и соотношению аудиторной и самостоятельной работы студента на начальном этапе изучения дисциплины (как правило, на первом занятии).

Для успешного освоения материала дисциплины необходимо обратить особое внимание на ее профессиональный словарь - перечень основных категорий, понятий и терминов (глоссарий), которые используют специалисты в указанной области. Поощряется самостоятельный поиск определений через доступные и популярные источники и электронные ресурсы (Википедия и др.), что само по себе является эффективным способом расширения профессиональной эрудиции. Следует иметь в виду, что точные научные определения содержатся в учебной (учебниках и учебных пособиях) и научной (монографиях) литературе, рекомендованной в программе дисциплины. Она представляет минимальный требуемый перечень опубликованных источников информации, который студент должен освоить в процессе изучения дисциплины.

Поскольку лекционный раздел курса носит, как правило, авторский (оригинальный) характер, то для активного усвоения лекционного материала и понимания позиции преподавателя рекомендуется записывать по ходу лекции ее наиболее важные положения и тезисы, как правило, сформулированные в соответствии с планом лекции. Эти записи будут полезны при подготовке к практическим занятиям, коллоквиумам и промежуточной аттестации (тесту и зачету).

В ходе подготовки к практическим занятиям необходимо обратить внимание на их тематический план и формы проведения: (а) традиционные развернутые ответы на вопросы плана, (б) коллоквиумы и др. Исходя из этого, нужно заранее спланировать свое участие – индивидуальное, в составе малой группы и т.п. При этом следует учитывать специфику каждой из этих форм проведения занятий и внимательно отнестись к пояснениям преподавателя по их поводу.

Основная информация по теме содержится в списке литературы, который обязательно приводится в плане практического (семинарского) занятия и может содержать значительно больше наименований по сравнению с перечнем учебников и пособий ко всему курсу в целом. В процессе освоения фактического материала необходимо критически оценивать его источники, а для этого учиться сравнивать их и на основе критического анализа формировать собственную позицию. Руководствуясь общими рекомендациями преподавателя по работе с научной литературой и источниками, уместно обратиться к нему за индивидуальной консультацией по поводу дополнительных источников информации и формы ее подачи, особенно в случае подготовки презентации по теме. Любое выступление на занятии – развернутый ответ, сообщение, презентация – должны отвечать следующим универсальным требованиям

к форме и содержанию:

релевантность (точное соответствие теме);

фокусирование на наиболее важных моментах;

понимание аудитории;

драйв/энтузиазм докладчика - умение держать внимание аудитории;

доступность, ясность излагаемого материала;

живое изложение, умение заинтересовать;

убедительность выступления;

культура речи, четкость дикции, темп изложения;

логическая завершенность выступления;

соблюдение регламента выступления;

текст презентации легко читается, фон сочетается с текстом и графическими файлами;

логическая последовательность информации на слайдах;

общее впечатление от просмотра презентации;

знание источников и основной литературы по теме;

уровень владения проблемой (правильность ответа);

уровень аргументации при ответе на вопросы (логичность);

полнота ответа;

владение профессиональным языком.

Значительный объем самостоятельной работы студента приходится на подготовку к промежуточной аттестации – итоговому тесту и зачету, программа которого представлена в специальном перечне теоретических и практических вопросов. Исходя из этого списка, следует самостоятельно определить степень освоения материала по каждой теме, повторить либо самостоятельно изучить, используя рекомендованную литературу и записи лекций, темы, которые были недостаточно освоены в течение семестра.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Методология прикладного исследования

рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью		
Направление подготовки	42.04.01. Реклама и связи с общественностью		
Профиль	Социальная безопасность медиaproстранства Большого Алтая		
Форма обучения	Очная		
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ		
Учебный план	42_04_01_Реклама и СО_СБА-2022		
Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты: 1	
аудиторные занятия	36		
самостоятельная работа	72		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		Итого	
	Неделя	16		
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	20	20	20	20
Практические	16	16	16	16
Сам. работа	72	72	72	72
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
д.социол.н, Профессор, Ковалева Алла Владимировна

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

Рабочая программа дисциплины
Методология прикладного исследования

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528)

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

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

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Срок действия программы: 2023-2025 уч. г.

Заведующий кафедрой
Ковалева Алла Владимировна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Заведующий кафедрой *Ковалева Алла Владимировна*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	<p>Целью изучения дисциплины является формирование представления о природе научного знания, его месте и роли в системе социогуманитарного знания; систематизация мировоззренческих компонентов, включенных в различные области гуманитарного знания и культуру в целом; изучение методологических принципов научного исследования в профессиональной сфере, изучение методологии прикладного исследования в профессиональной сфере.</p> <p>Задачи обучения:</p> <p>изучение особенностей современного этапа развития научного знания и характерных для него методологических проблем;</p> <p>Формирование системного представления об основных этапах осуществления научных исследований в области рекламы и связей с общественностью, а также их содержания;</p> <p>Выработка умения выстраивать собственные стратегии исследовательского поиска, самостоятельно устанавливать его цели, задачи и гуманитарный смысл;</p> <p>Выработка умения подготовить исследовательский проект по одной из выбранных тем и защитить его;</p>
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.01

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий
УК-1.1	Знает методы и основные принципы критического анализа и оценки проблемных ситуаций на основе системного подхода
УК-1.2	Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи внутри; осуществляет поиск вариантов решения поставленной проблемной ситуации; определяет стратегию достижения поставленной цели
УК-1.3	Применяет навыки критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода и определяет стратегию действий для достижения поставленной цели

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	Методы и основные принципы критического анализа и оценки проблемных ситуаций на основе системного подхода.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	Анализировать проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи внутри; осуществлять поиск вариантов решения поставленной проблемной ситуации; определять стратегию достижения поставленной цели.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	Применять навыки критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода и определять стратегию действий для достижения поставленной цели

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Основы научных исследований.						
1.1.	Основания методологии научного исследования	Лекции	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.2.	Основания методологии научного исследования	Практические	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.3.	Основания методологии научного исследования	Сам. работа	1	8	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.4.	Организация процесса научного исследования.	Лекции	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.5.	Организация процесса научного исследования.	Практические	1	1	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.6.	Организация процесса научного исследования.	Сам. работа	1	4	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.7.	Средства и методы научного исследования.	Лекции	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.8.	Средства и методы научного исследования.	Практические	1	1	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.9.	Средства и методы научного исследования.	Сам. работа	1	6	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
Раздел 2. Проектирование и реализация прикладного исследования						
2.1.	Общая характеристика социологических и маркетинговых исследований.	Лекции	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.2.	Общая характеристика социологических и маркетинговых исследований.	Практические	1	1	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.3.	Общая характеристика социологических и маркетинговых исследований.	Сам. работа	1	8	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.4.	Структура процесса социологических исследований и характеристика проектов маркетинговых исследований.	Лекции	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.5.	Структура процесса социологических исследований и характеристика проектов маркетинговых исследований.	Практические	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.6.	Структура процесса социологических исследований и	Сам. работа	1	8	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	характеристика проектов маркетинговых исследований.					
2.7.	Качественные методы сбора данных в социологических и маркетинговых исследованиях.	Лекции	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.8.	Качественные методы сбора данных в социологических и маркетинговых исследованиях.	Практические	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.9.	Качественные методы сбора данных в социологических и маркетинговых исследованиях.	Сам. работа	1	8	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.10.	Количественные методы сбора данных в социологических и маркетинговых исследованиях.	Лекции	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.11.	Количественные методы сбора данных в социологических и маркетинговых исследованиях.	Практические	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.12.	Количественные методы сбора данных в социологических и маркетинговых исследованиях.	Сам. работа	1	8	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.13.	Формирование выборки в социологических и маркетинговых исследованиях.	Лекции	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.14.	Формирование выборки в социологических и маркетинговых исследованиях.	Практические	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.15.	Формирование выборки в социологических и маркетинговых исследованиях.	Сам. работа	1	8	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.16.	Анализ данных в социологических и маркетинговых исследованиях.	Лекции	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.17.	Анализ данных в социологических и	Практические	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	маркетинговых исследованиях.					
2.18.	Анализ данных в социологических и маркетинговых исследованиях.	Сам. работа	1	8	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.19.	Основные требования к составлению исследовательских отчетов.	Лекции	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.20.	Основные требования к составлению исследовательских отчетов.	Практические	1	1	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.21.	Основные требования к составлению исследовательских отчетов.	Сам. работа	1	6	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
Раздел 3. Промежуточная аттестация						
3.1.	зачет	Практические	1	0	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
<p>Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале «Открытый университет АлтГУ» - https://public.edu.asu.ru/course/view.php?id=1785</p> <p>Оценка сформированности компетенции: УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.</p> <p>ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА</p> <p>Вопрос 1. Научное исследование - это...</p> <p>а) целенаправленное познание б) выработка общей стратегии науки в) система методов, функционирующих в конкретной науке г) учение, позволяющее критически осмыслить методы познания</p> <p>Правильный ответ: а</p> <p>Вопрос 2. Методология науки - это...</p> <p>а) система методов, функционирующих в конкретной науке б) целенаправленное познание в) воспроизведение новых знаний г) учение о принципах построения научного познания</p> <p>Правильный ответ: а</p> <p>Вопрос 3. Цель и задачи исследования</p> <p>а) позволяют определить логику, основные шаги, ведущие к разрешению проблемы и достижению результатов работы. б) улучшение здоровья населения. в) позволяют определить основные шаги работы. г) позволяют определить логику работы.</p> <p>Правильный ответ: а</p>

Вопрос 4. Предмет исследования - это:

- а) особая проблема, отдельные стороны объекта, его свойства и особенности, которые, не выходя за рамки исследуемого объекта, будут исследованы в работе;
- б) то, что в самом общем виде должно быть получено в конечном итоге работы
- в) то, что будет взято учащимся для изучения и исследования
- г) научное предположение, допущение, истинное значение которого неопределенно.

Правильный ответ: а

Вопрос 5. Проблема – это:

- а) область риска, требующая дополнительных затрат;
- б) несоответствие текущего состояния желаемому;
- в) спрогнозированная величина снижения прибыли;
- г) не достижение цели, поставленной маркетингом фирмы.

Правильный ответ: б

Вопрос 6. Новые факты и цифры, которые собраны специально для проекта исследования, называются:

- а) данными опросов;
- б) факторами для принятия решения;
- в) данными исследования;
- г) вторичными данными;
- д) первичными данными.

Правильный ответ: д

Вопрос 7. Фокус-группа – это:

- а) особый метод исследования, заключающийся в многократном обследовании отдельной группы респондентов;
- б) вид опроса, представляющий собой групповое интервью в форме свободного обсуждения заданной темы;
- в) вид опроса, характеризующийся четко заданной структурной периодичностью проведения и ограниченностью круга респондентов;
- г) вид опроса, характеризующийся отсутствием четко заданной периодичности проведения и ограниченностью круга респондентов.

Правильный ответ: б

Вопрос 8. Полевое исследование – это:

- а) исследование, которое проводится маркетинговой службой фирмы в сельской местности;
- б) сбор первичных данных у носителей информации;
- в) обработка данных, полученных на коммерческой основе у официальных источников;

Правильный ответ: б

Вопрос 9. Анкетирование – это:

- а) выявление мнений и определение действий респондентов путём личного диалога;
- б) опрос респондентов с помощью документа в виде композиции вопросов и ответов;
- в) визуальный осмотр изучаемого объекта;
- г) анализ отношения автора к описываемым событиям.

Правильный ответ: б

Вопрос 10. Лабораторные эксперименты отличаются от полевых экспериментов:

- а) манипулированием с зависимыми и независимыми переменными; стоимостью;
- б) репрезентативностью полученных данных;
- в) возможностью контроля над каждым этапом эксперимента;
- г) различной средой, в которой проводится эксперимент.

Правильный ответ: г

Вопрос 11. Генеральная совокупность – это:

- а) часть потребителей, отражающая интересующие фирму вкусы и предпочтения;
- б) всё население страны, структурированное по уровню дохода;
- в) множество всех единиц, являющихся объектом исследования;
- г) потребители конкретного товара.

Правильный ответ: в

Вопрос 12. Процесс прикладного исследования подразумевает такую последовательность этапов:

- а) Постановка проблемы, разработка методического плана исследования, разработка организационно-технического плана исследования, предоставление аналитической записки;

б) Определение проблемы, выбор проекта исследования, определение методов сбора данных, разработка форм, заполняемых в ходе сбора информации, проектирование выборки и сбор данных, анализ и интерпретация данных, подготовка отчета о результатах исследования;

в) Описание проблемы, разработка исследовательского инструментария, сбор информации, определение методов анализа информации, редактирование и кодирование данных, интерпретация данных, предоставление отчетных материалов;

Правильный ответ: б

Вопрос 13. В каком порядке обычно осуществляется предварительный анализ данных?

а) Кодирование, табулирование, редактирование.

б) Редактирование, кодирование, табулирование.

в) Кодирование, редактирование, табулирование.

г) Редактирование, табулирование, кодирование.

Правильный ответ: б

Вопрос 14. Что понимается под вероятностной выборкой?

а) Выборка, в которую каждый элемент генеральной совокупности может войти с равной степенью вероятности.

б) Выборка, в которой можно определить вероятность ошибки.

в) Выборка, в которую может попасть любой элемент генеральной совокупности с определенной степенью вероятности.

г) Выборка, вероятность попадания в которую элементом генеральной совокупности неизменна.

Правильный ответ: а

Вопрос 15. Тест на словесные ассоциации подразумевает, что:

а) Участники опроса отвечают на каждое слово из предложенного для прочтения списка первым пришедшим на ум словом;

б) Участники опроса просят при помощи слов описать какую-либо ситуацию;

в) Участники опроса при помощи определенного списка слов составляют рассказ;

правильный ответ: а

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1: Учение об организации деятельности называется

Ответ: методология

Вопрос 2: Совокупность всех объектов/субъектов, не входящих в систему, изменение свойств и/или поведение которых влияет на изучаемую систему, а также тех объектов/субъектов, чьи свойства и/или поведение которых меняются в зависимости от поведения системы определяется как

Ответ: внешняя среда.

Вопрос 3: Установленные факты науки и сформулированные на основе их обобщения эмпирические закономерности и законы – это знание

Ответ: эмпирическое.

Вопрос 4: Существенное, объективное, всеобщее, устойчивое повторяющееся отношение между явлениями, процессами называется

Ответ: законом.

Вопрос 5: Какой подход направлен на выявление характеристик различных явлений, процессов по степени развития или интенсивности присущих им свойств, выражаемых в величинах и числах?

Ответ: количественный подход.

Вопрос 6: Как называется признак научной теории, который означает, что в научной теории истинность ее основных положений достоверно установлена?

Ответ: достоверность.

Вопрос 7: Предположение о той или иной форме связи между наблюдаемыми явлениями и процессами, либо о связи между наблюдаемыми явлениями, процессами и внутренней их основой называется

Ответ: гипотезой.

Вопрос 8: Метод разложения исследуемого целого на части, выделение отдельных признаков и качеств явления, процесса или отношений явлений, процессов называется

Ответ: анализ.

Вопрос 9: Как называется познавательная операция, лежащая в основе суждений о сходстве или различии объектов?

Ответ: сравнение.

Вопрос 10: Процесс или явление, порождающее проблемную ситуацию и выбранное для изучения - это

Ответ: объект исследования

Вопрос 11: Как называется последовательность всех операций, общая система действий и способов организации исследования?

Ответ: процедура.

Вопрос 12: Как называется схематическое представление процесса принятия управленческих решений по определенной проблеме, изображаемое графически в виде древовидной структуры?

Ответ: дерево решений .

Вопрос 13: Научный документ, отвечающий ряду необходимых требований, все части которого связаны в единое целое, а его составление предполагает осуществление следующих процедур: постановку проблемы; определение объекта и предмета исследования; описание целей и задач исследования; интерпретацию основных понятий; формулировку рабочих гипотез; разработку, стратегического плана исследования, описание методов сбора данных; списание схемы анализа данных называется

Ответ: программа исследования.

Вопрос 14: Как называется конечный результат исследования, теоретико-познавательный или практически-прикладной?

Ответ: цель исследования.

Вопрос 15: Как называются методы сбора данных при помощи которых в ходе исследования была получена информация, которую невозможно количественно измерить или для анализа которой невозможно применить количественные методы?

Ответ:качественные методы.

Вопрос 16: Как называются методы исследования, в которых конечные данные выражаются в цифровой форме?

Ответ: количественные методы.

Вопрос 17: Как называется наблюдение, которое проводится в естественной обстановке, в реальной жизненной ситуации, в непосредственном контакте с изучаемым объектом? Полевое

Вопрос 18: Как называется метод исследования, предполагающий компетентное участие экспертов в анализе и решении проблем исследования?

Ответ: экспертный опрос.

Вопрос 19: Часть объектов генеральной совокупности, выступающих в качестве объектов наблюдения, называется

Ответ: выборочной совокупностью.

Вопрос 20: Как называется шкала, которая включает ранжированное распределение ответов в порядке убывания или увеличения интенсивности исследуемого признака?

Ответ:ранговая.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА: 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 ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА.

«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 по всему изученному курсу. Тест размещен в разделе «Промежуточная аттестация» онлайн-курса на образовательном портале «Открытый университет АлтГУ»: <https://public.edu.asu.ru/mod/quiz/view.php?id=95838>

Количество заданий в контрольно-измерительном материале (тесте) для промежуточной аттестации, составляет 137 заданий.

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

Для зачета: «зачтено» – верно выполнено более 50% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 50% и менее 50% заданий.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	М.Ф. Шкляр	Основы научных исследований : учебное пособие	М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019	https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=684505
Л1.2	Божук, С. Г.	Маркетинговые исследования: Учебник для академического бакалавриата	М. : Издательство Юрайт, 2018	: www.biblio-online.ru/book/3014568F-E1A6-4233-BEA1-B6BE3F0FD31F
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Кузнецов И.Н.	Основы научных исследований : Основы научных исследований	Дашков и Ко, , 2017	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450759
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).
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	курс Методология прикладного исследования		https://public.edu.asu.ru/course/view.php?id=1785	
6.3. Перечень программного обеспечения				
<p>Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно); Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно); Chrome (http://www.chromium.org/chromium-os/licenses), (бессрочно); 7-Zip (http://www.7-zip.org/license.txt), (бессрочно); AcrobatReader (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно); ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно); LibreOffice (https://ru.libreoffice.org/), (бессрочно); Веб-браузер Chromium (https://www.chromium.org/Home/), (бессрочно); Антивирус Касперский (https://www.kaspersky.ru/), (до 23 июня 2024); Архиватор Ark (https://apps.kde.org/ark/), (бессрочно); Okular (https://okular.kde.org/ru/download/), (бессрочно);</p>				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
<p>Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com)</p>				

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

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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

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

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

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

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

процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

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

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

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

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

руководствоваться графиком самостоятельной работы,

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

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

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

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Кросс-культурные коммуникации Большого Алтая

рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.04.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Социальная безопасность медиaprостранства Большого Алтая
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_04_01_Реклама и СО_СБА-2022

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам
в том числе:		зачеты: 1
аудиторные занятия	32	
самостоятельная работа	76	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		Итого	
	Неделя	16		
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	8	8	8	8
Практические	24	24	24	24
Сам. работа	76	76	76	76
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
Кросс-культурные коммуникации Большого Алтая

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528)

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

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

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

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

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

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

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	<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 «Кросс-культурные коммуникации» 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.О.02**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ОПК-3	Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-3.1	Знает содержание этапов и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса
ОПК-3.2	Умеет анализировать достижения отечественной и мировой культуры
ОПК-3.3	Создает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты с учетом результатов анализа достижений отечественной и мировой культуры
ПК-1	Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии в целях продвижения продукции СМИ средствами стратегических коммуникаций
ПК-1.1	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-1.2	Умеет разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга
ПК-1.3	Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций
ПК-1.4	Умеет осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение
ПК-1.5	Владеет: навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий
ПК-1.6	Владеет навыками выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации

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. Кросс-культурные коммуникации						
1.1.	История возникновения и развития межкультурных коммуникаций.	Лекции	1	1	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.2.	История возникновения и развития межкультурных коммуникаций.	Сам. работа	1	18	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.3.	Культура и культурное многообразие мира.	Лекции	1	1	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.4.	Этноцентризм и культурный релятивизм.	Практические	1	4	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.5.	Культурная идентичность.	Лекции	1	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.6.	Культура и коммуникация.	Практические	1	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.7.	Межкультурная коммуникация как научная дисциплина.	Лекции	1	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6,	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
					ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3	
1.8.	Межкультурная коммуникация как научная дисциплина.	Сам. работа	1	28	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.9.	Культурные ценности родной культуры и других культур.	Практические	1	1	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.10.	Национальные стили ведения деловых переговоров.	Практические	1	1	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.11.	Основные аспекты межкультурного взаимодействия в условиях глобализации.	Практические	1	1	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.12.	Основные стереотипы и предрассудки в межкультурной коммуникации	Практические	1	1	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.13.	Деловая коммуникация и кросскультурные тренинги.	Практические	1	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.14.	Результаты межкультурной коммуникации.	Лекции	1	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.15.	Межкультурная коммуникация как учебная дисциплина.	Практические	1	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.16.	Освоение культуры.	Практические	1	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.17.	Виды межкультурной коммуникации.	Практические	1	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.18.	Невербальная коммуникация.	Практические	1	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.19.	Проблемы понимания в межкультурной коммуникации	Практические	1	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.20.	Проблемы понимания в межкультурной коммуникации	Сам. работа	1	30	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.21.	Стереотипы и предрассудки в межкультурной коммуникации.	Практические	1	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-3.3	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

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>

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ ОПК-3: Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

1.. История мировой культуры как дисциплина подразумевает такой контекст:

- а) изобразительный
- б) литературный
- в) философский

Ответ: в

2. Реформа алфавита, проведенная в 1710 г., включала в себя:

- а) замену старославянской кириллицы гражданским печатным алфавитом
- б) обязательное использование латинских букв
- в) замену арабских чисел римскими

Ответ а

3. Первоначально территория Византии являлась:

- а) северной частью Римской империи
- б) восточной частью Римской империи
- в) западной частью Римской империи

Ответ: б

4. Лирика, как род литературного творчества, связан, прежде всего, с отражением:

- а) внутреннего мира автора
- б) объективной картины событий
- в) скептического отношения автора к событиям

Ответ а

5. Основные фазы историко-философского анализа развития культуры по терминологии Н. Данилевского носят название:

- а) культурные суперсистемы

- б) культурно-исторические типы
в) культурно-исторические периоды
Ответ б

6.. Основоположником стоицизма был:
а) Зенон
б) Сенека
в) Платон
Ответ а

7. . Стремление наделять душой объекты природы и неодушевленные предметы:
а) пакагия
б) апофтегма
в) анимизм
Ответ в

8. Вера древних людей в родство между людьми и определенными видами животных и растений обозначается словом:
а) тотемизм
б) гедонизм
в) синкретизм
Ответ а

9. К поведенческим нормам не относятся:
а) законы
б) артефакты
в) нравы
Ответ б

10. Художником, видоизменившим традиции барокко, придав им демократичность, психологизм и реалистичность стал:
а) Караваджо
б) Кранах
в) Рембрандт
Ответ в

11. Натурализм – направление в европейской художественной культуре:
а) начала XX в.
б) последней трети XIX в.
в) середины XIX в.
Ответ б

12. Древние римляне не умели использовать арки при строительстве архитектурных сооружений, так ли это:
а) отчасти
б) да
в) нет
Ответ в

13. Философское направление, признающее разум основой познания и поведения людей:
а) схоластика
б) рационализм
в) сенсуализм
Ответ б

14. По Ф. Ницше, история культуры начинается с такой культуры:
а) звуковой
б) зрительной
в) восхитительной
Ответ а

15. Группа людей, обладающих определенными правами и обязанностями, закрепленными в индийском обществе:

- а) собрание
 - б) коллектив
 - в) каста
- Ответ в

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

1. Чем сдерживается, по мнению исследователей, развитие человечества в эпоху глобализации, несмотря на ее неоспоримые преимущества?

Ответ: Несмотря на достоинства глобализации, есть некоторые основания предполагать, что движущие силы, определяющие судьбу человечества, будут ограничены по числу (четыре, пять или шесть) и будут связаны с размером (население, площадь суши, богатство ресурсов или военная мощь).

2. Каковы условия для государств и стран для того, чтобы их культура играла актуальную роль в исторических процессах 21 века?

Ответ: На сцене 21-го века будут представлены крупные актеры с ведущими или доминирующими ролями. Меньшие, автономные страны будут иметь меньшее влияние и будут сметены вместе с крупными игроками (при возможном выравнивании).

3. Какие страны, по мнению мировых экспертов, должны стать двигателями могущества и прогресса в нынешнем столетии?

Ответ: Двигателями могущества и прогресса в нынешнем столетии должны стать Китай, Индия, Россия и Запад (Европа плюс Северная Америка). Китай и Индия выбирает сама себя благодаря своему ошеломляющему населению и долговечности культуры. Россия, если она удержит свою ошеломляющую территорию, обладает евразийской широтой взглядов и военной доблестью, чтобы возглавить ее.

4. В чем преимущество России в историческом процессе 21 века?

Тот факт, что территория и управление Россией охватывают два континента – Европу и Азия – наделяет интеллект многих россиян евразийским складом ума, не имеющим аналогов ни у одной другой национальности. Русские имеют долгую историю в Европе, поэтому они обладают европейской широтой взглядов, отвечающих западным требованиям и часто шире, чем у Европейских наций.

5. Что поможет Западу продвигаться вперед в историческом развитии?

Ответ: его вера в линейно-активное превосходство

6. Каким образом Ричард Лэвис оценивает роль Японии в развитии человечества в 21 веке?

Ответ: Влияние Японии на мировые события в прошлом недооценивалось, и ее экономическая стагнация за последние 20 лет бросила тень на ее нынешний профиль. Однако в 2018 году она легко заняла третье место по мировому ВВП. Ее мировая роль в будущем, вероятно, будет связана с ее манерой выстраивать отношения. Сможет ли она уравновесить чашу весов, перейдя на сторону Востока или Запада?

7. Религия рассматривается в 21 веке как культурное влияние. Каковы четыре крупнейшими религиозными группами в мире?

Ответ: четыре крупнейшими религиозными группами в мире, ранжированными по количеству приверженцев (2015), являются Христианство (2,38 миллиарда), ислам (1,8 миллиарда), индуизм (1,1 миллиарда) и буддизм (0,5 миллиарда). Исторически конфликты и конфронтация между религиями приводили к многочисленным войнам на протяжении веков, начиная со времен крестовых походов.

8. Что такое линейно-активное поведение?

Ответ: Линейно-активное поведение - это англо-германский феномен, зародившийся в Северо-Западной Европе и распространившийся в результате колонизации на Север Америка, Южная Африка, Австралия и Новая Зеландия. Только среди негерманских народов Финны присоединились к этой категории, и даже они отчасти реагируют. Уместно говорить о линейно-активном чувстве превосходства

9. Какие страны относятся к линейно активным?

Ответ: Два континента – Северная Америка (за вычетом Мексики) и Австралия – полностью линейно активны. Поразительно разные судьбы Северной и Южной Америки (последняя колонизирована многоактивными испанцами и португальцами) свидетельствуют о зияющем разрыве в поведении между этими двумя категориями.

10. В каком веке начинает оформляться линейно-активное чувство превосходства? Какие мотивы его обусловили?

Ответ: по прихоти судьбы или исторической случайности, считает Ричард Лэвис, англо-германский блок начиная с 18 века начал считать себя более эффективным, как в торговле, так и в способности управлять, чем другие культурные категории. Эта убежденность в превосходстве и сопутствующий ей напор, возможно, уходили корнями в компетентность и энергию в холодном климате, протестантское реформаторское рвение или немецкую скрупулезность. Она, безусловно, расцвела после английского Промышленной революции, быстрое развитие британского и американского производства (подпитываемое изобилием угля) и непрерывное существование демократических институтов в

англоязычном и скандинавском сообществах.

11. Что поддерживает линейно-активное чувство превосходства?

Ответ: Среди стран с линейной активностью все еще бытует мнение, что системы управления линейно-активных стран, их концепции справедливости, их отношение к правам человека, их интеллектуально активные общества, сочетание работы и досуга, их право руководить и давать советы другим, их методы ведения бизнеса и способность поддерживать уровень производства и высокие уровни жизни являются жизнеспособными для будущего.

12. В чем преуспела индийская цивилизация, по мнению Арабского исследователя Аль-Джахиз?

Ответ: Арабский исследователь Аль-Джахиз в IX веке писал: «Что касается индийцев, то мы обнаруживаем, что они преуспели в астрономии, арифметике и медицине, овладели тайнами врачебного искусства. Они высекают скульптуры и изображения, имеется у них богатое буквами письмо... У индийцев — богатая поэзия, развитое ораторское искусство, медицина, философия, этика. Наука астрономия происходит от них, и прочие люди её заимствовали. От них пошла наука мыслить».

13. Каковы значимые для всего человечества успехи индийской научной мысли?

Ответ: Выдающимся достижением индийской науки было создание десятичной системы счёта, которой ныне пользуются во всём цивилизованном мире. Ещё задолго до наступления нашей эры индийцы научились составлять таблицы биномиальных коэффициентов (в Европе к ним пришли лишь в XVI в. и назвали «треугольником Паскаля»). Учёные этой страны знали определение значения числа π («пи») и эффективный способ решения линейных уравнений, им были знакомы понятия интеграла и дифференциала. Мы до сих пор пользуемся в математике терминами, введёнными индийцами — косинус, синус, минус и др. Они же первыми в мире стали использовать цифру «ноль» в исчислениях. ольшее развитие получила в Индии лингвистика: здесь был написан древнейший трактат о языке «Нирукта» («этимология» - буквально — «происхождение слов») и фундаментальные труды по грамматике (автор Панини). Язык, на котором говорили древние жители Индии арии, является, по мнению некоторых ученых, прародителем большинства европейских языков - латыни, древнегреческого, иранских, германских, славянских и других, относящихся к индоевропейской лингвистической семье. Кроме того, мудрецы этой страны разработали особый язык — санскрит (само слово означает «отделанный», «обработанный»), который не был разговорным, а использовался только как литературный, а также применялся в религиозно-ритуальной сфере.

14. Какой вклад в развитие человечества внесла арабская цивилизация?

15. Ответ: Арабские ученые и философы великий вклад внесли в развитие науки и философии. Во время золотого периода исламской науки (VIII-XIII века) арабы сделали значительные открытия в области математики, астрономии, медицины и физики. Одной из наиболее известных фигур того времени был астроном и философ Аль-Фараби, который внес важный вклад в развитие музыковедения и логики. Он был одним из первых ученых, которые предложили рациональные объяснения некоторых философских и медицинских проблем. История арабов неразрывно связана с Древним Египтом. Арабы играли значительную роль в жизни этой древней цивилизации. Они были активными участниками торговли на пути Великого шелкового пути, связывая Египет с другими древними цивилизациями. Арабы также принимали участие в строительстве великих пирамид Гизы и легендарного затмевания солнца на площади Саада. Будучи искусными инженерами и строителями, они оставили свой след не только в возвышенных памятниках, но и в разработке системы орошения, которая обеспечивала процветание нила и позволяла земледельцам развиваться. Это была эпоха, когда арабская цивилизация оказывала огромное влияние на культуру Египта, внедряя свои уникальные традиции и обычаи в ткань общества.

16. Какова роль африканских цивилизаций в эволюции человечества?

Ответ: ельское хозяйство появилось на африканских землях более 10 тыс. лет назад. Примерно за 4 тыс. лет до нашей эры африканцы овладели металлургией, что и обусловило последующее успешное развитие древних африканских обществ. Первые цивилизации зародились в Древнем Египте, несколько позднее североафриканское население формирует сложные общества в Нубии, Магрибе и на Африканском Роге. В античные времена Северная Африка была соединена неразрывными узами с ближневосточными государствами, поэтому во многом их культуры похожи. Археология подтверждает интенсивную циркуляцию товаров и идей в этом обширном регионе.

17. Что собой представляет реконкиста как феномен и факт истории развития Европы?

Ответ: В 8 веке произошел захват арабами, исповедовавшими ислам, значительных территорий на Пиренейском полуострове. Это вызвало ответные действия христиан, проживающих на указанных землях. Процесс возврата пиренейцами своих земель получил название «реконкиста». Годом окончания отвоевывания считается 1492, когда на испанской территории не осталось ни одного мавританского правителя. Завершение реконкисты на Пиренейском полуострове привело к таким результатам: Образование централизованных государств: в период отвоевывания сформировались королевства Португалия (вначале была частью Кастилии), Кастилия (изначально пограничная область Астурии), Арагон, Наварра; Объединение кастильских и арагонских земель в Испанское королевство с помощью династического брака; Изгнание с полуострова мусульман и евреев, христианизация пожелавших остаться; Появление множества военных-авантюристов, которых необходимо было чем-то занять. Для

этих целей идеально подошла конкиста – завоевание Америки с 1492; Смещение арабской культуры с европейской.

18. Каковы особенности китайской цивилизации и ее вклада в эволюцию человечества?

Ответ: Китайская цивилизация развивалась последовательно, непрерывно и почти исключительно на собственной основе. Китай – классический образец цивилизации циклического типа: еще в древности было замечено, что в истории этой страны есть определенный ритм, действующий с четкостью маятникового механизма. Каждая новая династия как бы начинала новый цикл, процветали ее дела, но спустя некоторое время в стране все сильнее и сильнее проявлялись признаки упадка: разорялись крестьяне, провинции начинали борьбу за независимость от центральной власти, чиновники все больше коррумпировались. Народное восстание венчало всеобщий развал. Так, в 206 г. до н.э. пришла к власти династия Хань, которую основал крестьянин – один из вождей восставших. Блестяще начав, уже к середине II в.н.э. империя вступила в полосу упадка. В III в. Китай распался на три самостоятельных государства, но новой династии Цзинь удалось восстановить единство на несколько десятилетий и т.д. Древнекитайская цивилизация по своему прорыву в развитии человека, общества и государства, по своим основным достижениям и влиянию на окружающий мир сравнима с Античностью. Ближайшие соседи Китая, страны Восточной Азии (Корея, Вьетнам, Япония) использовали, приспосабливая к нуждам своих языков, китайскую иероглифику, древнекитайский язык стал языком дипломатов, государственное устройство и система права выстраивались по китайским образцам, на формирование официальной идеологии значительное влияние оказывало конфуцианство или буддизм в китаизированном виде. Китайская модель мира, предполагает эволюционное саморазвитие Вселенной из «небытия» после некоего «первоимпульса» или «великого изменения». В Китае отсутствует идея Бога-Творца. Идея постоянных «изменений» выработала у китайцев удивительную способность к адаптации. Этому же способствовал культ клана, государства и постоянное пренебрежение интересами личности. И всякий раз, когда искусственные ограничения ослабевали или снимались, личность являла собой пример высочайшей степени адаптации к новой реальности.

За несколько тысячелетий своего развития китайский народ создал чрезвычайно своеобразную, легко узнаваемую культуру. Исторически опередив в какой-то момент одни соседние народы (Японию), либо осуществляя «постоянное присутствие» в процессе развития других (Вьетнама), сформировал определенную культурную общность, охватывающую весь дальневосточный регион, где самой заметной отличительной чертой является иероглифическая письменность, родившаяся в Китае. Китайская цивилизация, встречаясь со степными кочевниками, «варварами четырех сторон света», обогащала их своей высокой культурой, выросшей на конфуцианстве и буддизме.

Древнекитайская цивилизация дала неповторимый в истории мировых цивилизаций пример торжества движущей плодотворной силы, гармоничного сочетания традиции и новации.

19. В чем особенности российской цивилизации?

Ответ: Российская цивилизация - это социально-культурная общность, сформировавшаяся на основе универсальных, т. е. сверхлокальных ценностей православного христианства, а также под влиянием особенностей географического положения и природно-климатических условий. Эти ценности получили выражение в соответствующих системах морали, права, искусства, а также нашли также свои формы выражения в обширном комплексе практических и духовных знаний, в символических системах, способствующих преодолению локальной замкнутости первичных коллективов. Российская цивилизация исторически определилась ее этно-конфессиональным ядром – русским (древнерусским) народом и, соответственно, – русским православием. Язык и культура «ядра», т. е. русский язык и русская культура решающим образом повлияли на интеграцию всех элементов цивилизации в единое целое. Именно «ядро» во многом определяет характер и особенности российской цивилизации, ее отличия от других цивилизаций. Вместе с тем, многоэтничность и многоконфессиональность является неотъемлемой чертой российской цивилизации. Явившись ядром российской цивилизации, русский (первоначально – древнерусский) народ стал и носителем культурно-генетического кода. Этот код со временем, в той или иной степени, стал достоянием и других народов, вошедших в состав России, стал основой общероссийского народного характера, образа жизни и мысли.

20. Что является основной проблемой 21 века?

Ответ: биологическая культура нашей планеты.

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ ПК-1: Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии в целях продвижения продукции СМИ средствами стратегических коммуникаций

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

1.. Для романского стиля свойственны широкие, привлекающие к себе внимание оконные проемы, так ли это:

- а) да
- б) нет
- в) отчасти

Ответ: б

2. Императорский указ, разрешающий христианам строить храмы и открыто молиться, был издан Константином в этом году:

- а) 515
- б) 414
- в) 313

Ответ: в

3. Приоритет художественного творчества перед всеми другими видами творческой деятельности отразился в эстетических взглядах:

- а) Шиллера
- б) Шеллинга
- в) Гегеля

Ответ: б

4. Реформы Эхнатона оказались:

- а) не эффективными
- б) недолговечными
- в) эффективными

Ответ: б

5. О происхождении смерти рассказывается в:

- а) антропогонических мифах +
- б) космогонических мифах
- в) эсхатологических мифах

Ответ: а

6. В какой стране на улицах города устраивают фестиваль «Томатина» с битвой помидорами под танцы и музыку?

- а) Испания
- б) Греция
- в) Италия

Ответ: а

7. В какой стране существует странный обычай в канун Пасхи бить женщин специальным плетёным кнутом?

- а) В Бразилии
- б) В Испании
- в) В Белоруссии
- г) В Чехии

Ответ: г

8. Как здороваются коренные жители в Новой Зеландии?

- а) Касаются левого уха друг друга
- б) Касаются друг друга носами
- в) Пожимают друг другу обе руки

Ответ: б

9. Если в Индии (Пенджаб) мужчина хочет жениться в 4 раз, то на ком он должен жениться в 3 раз?

- а) На скале
- б) На корове
- в) На дереве

Ответ: в

10. Назовите страну, где по сей день существует жуткая традиция добровольных самораспятий.

Варианты ответов:

- а) Мексика
- б) Португалия
- в) Филиппины

Ответ: в

11. Одна из главных традиций Японии?

- а) Снимать немедленно обувь, входя в дом
- б) Обязательно в новом доме заводить животное

в) В гостях ходить только по татами (циновка)

Ответ: а

12 Необычная традиция здороваться на Тибете?

а) Кидать друг в друга горсть земли

б) Выливать кувшин воды в след уходящим гостям

в) Показывать друг другу язык

Ответ: в

13. В какой стране женщинам разрешено иметь несколько мужей?

Варианты ответов:

а) Пакистан

б) Мадагаскар

в) Непал

Ответ: в

14 Во что, по традиции, принято наряжать мужа в Кении?

а) В юбку из кожи слона

б) В женские одежды

в) В бусы из костей

15. А в какой стране разводиться нельзя до сих пор?

а) Боливия

б) Чили

в) Филиппины

Ответ: в

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

1. Между какими полюсами располагает понятие культуры П. Бёрк?

Ответ: Культураполучает в наследство величественную мантию религиозного авторитета, но в то же время приобретает неприятное сходство с оккупацией и нашествием, и именно между этими двумя полюсами, положительным и отрицательным, располагается сейчас данное понятие

2. Что предполагает понимание культуры как ресурса дальнейшего развития общества?

Ответ: В настоящее время стало популярным рассматривать отдельные проявления культуры как ресурса дальнейшего развития общества: формула «каково общество, такова и культура» сегодня перевернута до формулы «какова культура, таково и общество».

3. Когда и где, по мнению британского литературоведа Т. Иглтона, культура приобретает значимость?

Ответ: Т. Иглтон считает: «Как идея культура обретает значимость в четырех точках исторического кризиса: когда она становится единственной видимой альтернативой деградировавшему обществу; когда кажется, что без глубоких социальных изменений культура как искусство и утонченная жизнь становится невозможной; когда она вырабатывает термины, позволяющие группе людей или целому народу бороться за политическое освобождение; наконец, когда империалистическая власть вынуждена соглашаться с образом жизни тех, кого она стремится подчинить себе» (Иглтон, 2012).

4. Чем обусловлена сложность изучения взаимодействия категорий, характеризующих культурные ресурсы?

Ответ: Сложность изучения взаимодействия категорий, характеризующих культурные ресурсы, связана помимо недостаточного интереса к этому вопросу с отсутствием об разцов, которые раскрывали бы эту связь.

5. При каких условиях культурные явления становятся капиталом?

Ответ: Культурные явления становятся капиталом тогда, когда они участвуют в решении злободневных проблем предотвращения расколов, намечают тенденции позитивного развития того или иного общества. То есть тогда, когда превращаются из «пассива»

в «актив» развития.

6. Какие ценностные установки выделяют Р. Инглхарт и К. Вельцель на основе сравнительных международных исследований?

Ответ: два типа ценностных установок — «ценности выживания», характеризующие экономически неразвитое традиционное общество и его культуру,

и «ценности самовыражения», которые свойственны индустриальному экономически

успешному обществу постматериальной культуры. Ценности выживания и ценности

самовыражения противоположны: ценности выживания требуют почтения по отно/

шению к власти, поощряют абсолютные стандарты и религию, в то время как ценнос/

ти самовыражения рациональны и включают межличностное доверие, терпимость, благосостояние, соучастие и участие в принятии решений

7. Каким образом Р. Инглхарт и К. Вельцель соотносят культурные и политические изменения?

Ответ: экономические изменения (жизненная защищенность) приводят к культурным изменениям (доминированию ценности самовыражения), что, в свою очередь, вызывает политические изменения (демократические институты)

8. Какие варианты рассмотрения культуры еще существуют?

Ответ: Существует широкая, возможно, естественная тенденция говорить о культуре так, как если бы это была конкретная, материальная вещь. Иногда его описывают как нечто, к чему принадлежат люди, или как некую внешнюю субстанцию или силу, которая окружает его членов и направляет их их поведение. Хотя иногда трудно избежать этих интуитивных предположений, они не выдерживают тщательной проверки.

9. Что часто принимается в качестве операционального определения культуры? Что это за собой влечет?

Ответ: Вместо этого исследователи часто неофициально принимают национальность в качестве операционального определения культуры. Практически это позволяет исследователям изучать культурные различия путем сравнения средних показателей по странам по измерениям. Проблема заключается в том, что многочисленные исследования неизменно выявляли широкий диапазон вариативности средних значений. Это подразумевает, что подход к культуре «через» нацию может обеспечить неправильный уровень анализа.

10. На что опирается анализ культурных сетей?

Ответ: Анализ культурных сетей опирается на фундамент исследовательских практик, взятых из областей когнитивной антропологии, культурной и когнитивно-когнитивной психологии, а также анализа решений. Эта методология расширяет существующие практики исследования культуры, предоставляя строгий, систематический метод построения культурных моделей для групп, организаций или обществ в целом.

11. Что собой представляют культурные модели, полученные с помощью Ответ: Культурные модели, полученные с помощью CNA, представлены графически в виде сети культурно разделяемых концепций, причинно-следственных убеждений и ценностей, которые влияют на ключевые решения в определенном контексте В полностью разработанной форме культурные модели также передают подробную количественную информацию о распространенности их конкретных компонентов.

12. Что включают усилия по углублению взаимопонимания между культурами и улучшения качества межкультурных взаимодействий?

Ответ: а) разработку тренингов, позволяющих отдельным лицам быстро достичь социальной компетентности в принимающей культуре; б) разработку коммуникационных стратегий для отбора и настройки сообщений, которые усиливают убеждающее воздействие внутри культурной группы; и в) разработку и внедрение систем и процессов, позволяющих мультикультурным командам использовать преимущества их разнообразия для решения сложных задач.

13. Какие подходы повышения эффективности межкультурных взаимодействий существуют?

Ответ: Один из подходов к повышению эффективности межкультурных взаимодействий заключается в выявлении того, как культурно компетентные люди мыслят в соответствующих ситуациях.

14. В каких случаях может быть использована модель культуры?

Ответ: может быть использована для определения приоритетных культурных аспектов, на которые следует обратить особое внимание при обучении, в качестве помощи в прогнозировании того, как сообщения будут интерпретированы и оценены представителями данной культуры, или в качестве средства диагностики культурных разногласий, препятствующих эффективному функционированию команды.

15. На чем сосредоточена культура измерений?

Ответ: Парадигма культурных измерений сосредоточена на сборе данных по предлагаемым “существенным” измерениям по всему миру для описания национальных различий.

16. В связи с чем возрос интерес к описанию сложных культурных знаний?

Ответ: По мере развития когнитивных подходов к культуре в рамках антропологии и когнитивной науки возрос интерес к описанию и объяснению происхождения сложных культурных знаний . Перспектива этих подходов состоит в том, что они позволяют ученым исследовать культурные концепции на гораздо более тонком уровне детализации , который был достигнут в прошлом

17. На каком подходе к культурным идеям основывается культурный сетевой анализ (CNA)?

Ответ: Он отображает культурные идеи таким образом, чтобы непосредственно показать, как они соотносятся друг с другом с точки зрения членов культурной группы. Ключевой предпосылкой этого подхода является то, что культурное знание состоит из общих сетей идей. Общепринятые причинно - следственные убеждения обеспечивают связи, которые связывают другие идеи воедино.

18. Что использует для отображения знаний CNA?

Ответ: использует диаграммы влияния., которые уже давно используются для отображения знаний при анализе принятия решений .

19. Что собой представляют культурные ценности и культурные знания?

Ответ: “культурные” ценности - это просто ценности, которые большинство людей внутри культурной

группы считают важными. Культурные знания - это знания, которыми владеет большинство населения.

20. Какие методы, необходимые для построения диаграмм культурных моделей включает подход CNA? Ответ: включает в себя полный набор методов, необходимых для построения диаграмм культурных моделей. Это включает в себя конкретные методы, позволяющие: 1) выявить три вида идей у людей в интервью или инструментах опроса, 2) извлечь идеи из стенограмм интервью или других текстов, 3) проанализировать, насколько распространены идеи между культурными группами и внутри них, 4) согласовать и собрать общие идеи в законченные карты. CNA имеет много общих аспектов с другими подходами к культурному анализу, особенно с когнитивными подходами, разработанными антропологами (Гарро, 2000). Однако в качестве целостного метода он предлагает некоторые специфические аспекты, которые отличают его от других способов изучения культуры.

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 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

Типовое практическое задание:

Кейс «Преодолевающие межкультурные барьеры»

Иван Сергеев является известным хэдхантером в одной из ведущих московских международных рекрутинговых компаний. Ему недавно было поручено очень ответственное задание от имени Олимпийского комитета России — найти специалиста по связям для олимпийской сборной России на время летних Олимпийских Игр в Лондоне. Основные функции будущего сотрудника — поддерживать связь с оргкомитетом лондонских Игр 2012 года и обеспечивать все условия для благополучного пребывания российских спортсменов в Олимпийской столице и участия в соревнованиях во время Игр. Ему предстоит решать самые разные задачи: от размещения спортсменов в отелях соответствующего класса и организации мероприятий на высшем уровне до включения членов российской команды в международные VIP-списки и сопровождения в качестве переводчика. Опыт игр в Пекине 2008 года показал, что многие задачи были специфическими и на первый взгляд казались невыполнимыми.

Например, «Мне нужен билет на аншлаговый гала-концерт сегодня вечером».

Идеальным кандидатом является позитивно настроенный, гибкий, предприимчивый человек, готовый преодолеть языковой, культурный и географический барьеры. Кроме того, к соискателю предъявляются три основных требования:

1. отличное знание языка;
2. знание местных порядков;
3. знание особенностей межкультурного общения.

Поиск кандидатуры, удовлетворяющей всем трем условиям, занял у Сергеева длительное время. Перед Вами список кандидатов, которых он отобрал в результате поисков:

А — «отлично знающий язык». Российский гражданин, кандидат филологических наук. Изучал 6 разных языков в языковой школе EF Education First за рубежом (www.ef.com).

В — «знаток местных порядков». Британский гражданин. Родился и вырос в Лондоне. Бакалавр Британской истории. Уровень английского по шкале CEFR — C2, русского — B1 (мать — россиянка). Никогда не выезжал из Великобритании.

С — «знаток культуры». Гражданин Швеции, кандидат наук по межкультурному менеджменту. Уровень английского по шкале CEFR — C1 (изучал по интернету с Ошибкой! Недопустимый объект гиперссылки. и русского — C1 (учился по обмену в МГУ). Посетил 100 стран, учился, работал и жил более чем в десяти, в том числе в России и Великобритании в чечении нескольких лет, но в Лондоне прожил всего пол года.

Сроки подбора кандидата истекают. Иван должен в ближайшее время представить отобранные кандидатуры Олимпийскому комитету России. Он затрудняется в оценке кандидатов — все они имеют свои плюсы и минусы. Таким образом, он решил обратиться к сообществу BFM.ru за советом.

Вопросы по ситуации.

1. Расположите кандидатов в порядке приоритета от наиболее подходящих к наименее подходящим для данной работы и обоснуйте свое решение.
2. Какой минимальный уровень владения языком (как английским, так и русским) по Общеввропейской шкале CEFR (см. приложение) Вы бы порекомендовали на эту должность?
3. Если уровень владения языком у выбранного Вами кандидата отличается от необходимого на Ваш взгляд для данной работы, порекомендовали бы Вы ему пройти обучение в России, по Интернету или за рубежом (или в различных комбинациях)?

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:

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

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

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

«Неудовлетворительно» (не зачтено): студентом дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, неумением давать аргументированные ответы. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено.

Студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Коноваленко, М. Ю.	Теория коммуникации : учебник для вузов	Москва : Издательство Юрайт, 2020	https://pay.urait.ru/book/teoriya-kommunikacii-449867
Л1.2	Крысько В. Г.	Этническая психология : учебник для бакалавров	М. : Издательство Юрайт, 2018	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/977
Л1.3	Антонова, Н. В.	Психология массовых коммуникаций: учебник и практикум для академического бакалавриата	М. : Издательство Юрайт, 2018	http://www.biblio-online.ru/book/3BA95C2E-5E2F-49A4-8F06-F301E9D805BE
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Кирия, И.В.	История и теория медиа :	Издательский дом Высшей школы экономики, 2020	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753
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 Кросс-культурные коммуникации	https://public.edu.asu.ru/course/view.php?id=1789		
6.3. Перечень программного обеспечения				
<p>пункт Перечень программного обеспечения следующий:</p> <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>AcrobatReader (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно);</p> <p>ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно);</p> <p>LibreOffice (https://ru.libreoffice.org/), (бессрочно);</p> <p>Веб-браузер Chromium (https://www.chromium.org/Home/), (бессрочно);</p> <p>Антивирус Касперский (https://www.kaspersky.ru/), (до 23 июня 2024);</p> <p>Архиватор Ark (https://apps.kde.org/ark/), (бессрочно);</p> <p>Okular (https://okular.kde.org/ru/download/), (бессрочно);</p> <p>Редактор изображений Gimp (https://www.gimp.org/), (бессрочно)</p>				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
<p>Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru)</p> <p>«КонсультантПлюс» (http://consultant.ru)</p> <p>Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com)</p>				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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

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

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

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

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 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»

Медиакоммуникационные системы стран Большого Алтая

рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.04.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Социальная безопасность медиaprостранства Большого Алтая
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	6 ЗЕТ
Учебный план	42_04_01_Реклама и СО_СБА-2022

Часов по учебному плану	216	Виды контроля по семестрам
в том числе:		экзамены: 2
аудиторные занятия	64	
самостоятельная работа	125	
контроль	27	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		1 (2)		Итого	
	Неделя		16			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	14	14	14	14	28	28
Практические	18	18	18	18	36	36
Сам. работа	76	76	49	49	125	125
Часы на контроль	0	0	27	27	27	27
Итого	108	108	108	108	216	216

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

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

Рабочая программа дисциплины
Медиакоммуникационные системы стран Большого Алтая

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528)

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

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

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Срок действия программы: 2023-2025 уч. г.

Заведующий кафедрой
Ковалева Алла Владимировна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Заведующий кафедрой *Ковалева Алла Владимировна*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Целью освоения дисциплины является изучение теоретических основ, принципов и механизмов функционирования медиакоммуникаций как системы, основных концепций и методов медиакоммуникаций; формирование современного понятийного аппарата, необходимого для восприятия и осмысления медиа процессов в разных сферах общественной жизни, углубление знаний в области профессиональной деятельности, обеспечения эффективного управления организацией в сфере медиакоммуникаций.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.О.02**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ОПК-4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
ОПК-4.1	Знает методологию, методику и технику социологических и маркетинговых исследований
ОПК-4.2	Умеет интерпретировать данные социологических\маркетинговых исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп и составлять прогноз спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в разных целевых аудиториях
ОПК-4.3	Создает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты с учетом выявленных потребностей общества и интересов целевой аудитории
ОПК-5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ОПК-5.1	Знает политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, правовые и этические нормы регулирования.
ОПК-5.2	Умеет анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира
ОПК-5.3	Создает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования
ПК-1	Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии в целях продвижения продукции СМИ средствами стратегических коммуникаций
ПК-1.1	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-1.2	Умеет разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга
ПК-1.3	Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций
ПК-1.4	Умеет осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение
ПК-1.5	Владеет: навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий

ПК-1.6	Владеет навыками выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации
--------	---

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	особенности тенденции развития медиакоммуникации как системы, принципы регулирования и функционирования медиакоммуникационных систем на различных уровнях, иметь представление о специфике коммуникационных продуктов в различных условиях функционирования медиакоммуникационной системы.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	выявлять факторы и условия, воздействующие на медиакоммуникационные процессы и определяющие принципы разработки и функционирования коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками анализа факторов и норм, регулирующих развитие и функционирование медиакоммуникационных систем разного уровня, разработки коммуникационного продукта, эффективно функционирующего в условиях определенной медиакоммуникационной системы.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Медиакоммуникационные системы: теоретический аспект						
1.1.	Медиа, медиакоммуникация, СМИ: к определению понятий	Лекции	1	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.2.	Медиа, медиакоммуникация, СМИ: к определению понятий	Сам. работа	1	10	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
1.3.	Тенденции трансформации медиа в XXI веке	Лекции	1	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1,	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
					ОПК-4.2, ОПК-4.3	
1.4.	Тенденции трансформации медиа в XXI веке	Сам. работа	1	8	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	Л2.1, Л1.1.2, Л1.1.3
1.5.	Нормативные теории медиа медиасистем	Практические	1	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	Л2.1, Л1.1.2, Л1.1.3
1.6.	Нормативные теории медиа медиасистем	Сам. работа	1	8	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	Л2.1, Л1.1.2, Л1.1.3
1.7.	Медиаизменения: исторический аспект	Практические	1	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	Л2.1, Л1.1.2, Л1.1.3
1.8.	Медиаизменения: исторический аспект	Сам. работа	1	8	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	Л2.1, Л1.1.2, Л1.1.3
Раздел 2. Компоненты медиакоммуникационной системы						
2.1.	Медиа как система. Компоненты медиасистемы	Лекции	1	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3,	Л2.1, Л1.1.2, Л1.1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
					ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	
2.2.	Медиа как система. Компоненты медиасистемы	Практические	1	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
2.3.	Медиа как система. Компоненты медиасистемы	Сам. работа	1	10	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
2.4.	Стейкхолдеры медиасистемы	Лекции	1	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3
2.5.	Стейкхолдеры медиасистемы	Практические	1	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
2.6.	Современные виды и уровни медиакommunikаций	Сам. работа	1	8	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1,	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
					ОПК-4.2, ОПК-4.3	
2.7.	Стейкхолдеры медиасистемы	Лекции	1	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	Л1.1, Л1.2
2.8.	Влияние медиа на аудиторию	Практические	1	4	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
2.9.	Влияние медиа на аудиторию	Сам. работа	1	8	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
Раздел 3. Медиакоммуникационные системы стран БА: языковой аспект						
3.1.	Политические и культурные особенности билингвизма на постсоветском пространстве	Лекции	1	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3
3.2.	Политические и культурные особенности билингвизма на постсоветском пространстве	Практические	1	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
3.3.	Политические и культурные особенности билингвизма на постсоветском пространстве	Сам. работа	1	8	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	Л2.1, Л1.2, Л1.1
3.4.	Уровни управления российским медиапространством	Практические	1	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	Л2.1, Л1.2, Л1.1
3.5.	Русский язык с медиапространстве стран Большого Алтая	Лекции	1	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	Л1.1, Л1.1
3.6.	Русский язык с медиапространстве стран Большого Алтая	Сам. работа	1	8	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	Л2.1, Л1.2, Л1.1
3.7.	Русский язык с медиапространстве стран Большого Алтая	Практические	1	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	Л2.1, Л1.2, Л1.1
Раздел 4. Новые медиа: форматы, профкомпетенции						
4.1.	Новые медиа в современной системе коммуникаций	Лекции	2	4	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6,	Л2.1, Л1.2, Л1.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
					ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	
4.2.	Новые медиа в современной системе коммуникаций	Практические	2	6	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	Л2.1, Л11.2, Л11.2, Л11.2
4.3.	Новые медиа в современной системе коммуникаций	Сам. работа	2	16	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	Л2.1, Л11.2, Л11.2, Л11.2
4.4.	Профессиональные траектории в медиасистеме стран Большого Алтая	Лекции	2	4	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	Л2.1, Л11.2, Л11.2, Л11.2
4.5.	Профессиональные траектории в медиасистеме стран Большого Алтая	Практические	2	4	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	Л2.1, Л11.2, Л11.2, Л11.2
4.6.	Профессиональные траектории в медиасистеме стран Большого Алтая	Сам. работа	2	12	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	Л2.1, Л11.2, Л11.2, Л11.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 5. Взаимодействие культур в медиасфере						
5.1.	Медиатизация культуры в пространстве современных медиа	Лекции	2	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	Л2.1, Л1.2, Л1.1
5.2.	Медиатизация культуры в пространстве современных медиа	Сам. работа	2	11	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	Л2.1, Л1.2, Л1.1
5.3.	Медиатизация культуры в пространстве современных медиа	Практические	2	4	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	Л2.1, Л1.2, Л1.1
5.4.	Культурные коды и стереотипы в медиакоммуникациимедиакоммуникации	Лекции	2	4	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	Л2.1, Л1.2, Л1.1
5.5.	Культурные коды и стереотипы в медиакоммуникациимедиакоммуникации	Сам. работа	2	10	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	Л2.1, Л1.2, Л1.1
5.6.	Культурные коды и стереотипы в медиакоммуникациимедиакоммуникации	Практические	2	4	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6,	Л2.1, Л1.2, Л1.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
					ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3, ОПК-4.1, ОПК-4.2, ОПК-4.3	

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 «Открытый университет АлтГУ» <https://public.edu.asu.ru/course/view.php?id=1787>

Оценка сформированности компетенции:

ОПК-4: Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1: Стейкхолдер относительно СМИ, в котором он заинтересован, обладает:

1. Капиталом;
2. Ожиданиями;
3. Долей акций;
4. Аудиторией;

Ответ: 1

Вопрос 2: В медиасистеме выделяют три ключевых стейкхолдера: бизнес, общественность и:

1. Власть;
2. Государство;
3. Правительство;
4. Партия;

Ответ: 1

Вопрос 3: Социолог М. Бочаров, выделяет у медийного рынка в России четыре уровня и относит к одному из них русско-язычные радиостанции «Свобода», «Голос Америки», русскую службу Би*би*си и «Дойче велле», отмечая, что их роль в современной информационной системе не слишком велика, хотя по потенциальному охвату аудитории и профессиональным стандартам их можно отнести и к другим уровням. К какому уровню следует отнести эти медиа?

1. СМИ, формирующие единое российское информационное пространство;
2. Коммерческие издания, теле- и радиокomпании, имеющие выход в регионы, но не являющиеся общенациональными;
3. Внесистемные СМИ;
4. Интернет-медиа;

Ответ: 3

Вопрос 4: В мировой практике система СМИ включает в себя правительственные СМИ, учредителями которых являются государственные органы; частные СМИ, учредителями которых являются граждане и (или) юридические лица, и общественные СМИ, функционирующие на средства граждан (выручка от розницы, абонентской платы, рекламы) и государственных органов, выступающих соучредителями. Российская ситуация существенно отличается от той, что есть за рубежом, прежде всего потому, что...

1. СМИ в России принадлежат частному капиталу, противостоящего обществу;
2. В системе СМИ в России не установились четкие отношения собственности, и это затрудняет анализ «государственных», «общественных» и «частных» медиа;
3. Российские СМИ подконтрольны исполнительной власти (правительства). Они тождественны правительственным;
4. СМИ в России регулируется «третьим сектором», поскольку ни государство, ни коммерческий сектор, нацеленный не способны решить задачи, которые ставят перед собой российские СМИ;

Ответ: 2

Вопрос 5: Какой из ключевых характеристик новых медиа дана характеристика?

Это предоставление возможности высказаться неограниченному кругу людей, интернет-пространство позволяет индивидам взаимодействовать, обмениваться информацией, дискутировать, оценивать реакцию пользователей на получаемые сообщения.

1. Цифровой формат;
2. Интерактивность;
3. Мультимедийность;
4. Доступность;

Ответ: 2

Вопрос 6: В новых медиа используются текстовые, мультимедийные и синтетические формы и жанры построения материала. К каким жанрам следует отнести интерактивную карту, на которой размещены фотографии, документы, карты, сопровождаемые аудиорядом с цитатами?

1. Текстовые;
2. Мультимедийные;
3. Синтетические;
4. Аналитические;

Ответ: 3

Вопрос 7: Рассуждая о готовности новых медиа отражать события реальности, ряд медиа называют аккумуляционными, их задача - аккумуляция сведений о различных периодах истории человечества, становления государств, отраслей экономики, науки, культуры. К ним относят, например, онлайн-энциклопедии и видеохостинги. С точки зрения отражения динамических процессов им можно противопоставить:

1. Оперативные медиа;
2. Верифицируемые медиа;
3. Информационные медиа;
4. Познавательные медиа;

Ответ: 1

Вопрос 8: Какое из определений соответствует понятию "новые медиа"?

1. Информационные ресурсы, существующие в интернете;
2. Совокупность онлайн-технологий, методик и сред, которые используются людьми для создания контента и обмена новостями, мнениями, опытом и интересами;
3. Интерактивные интернет-медиа, обладающие потенциалом гипермедийности и мобильного доступа к контенту;

Ответ: 2,3

Вопрос 9: Направление работы современных медиа, в рамках которого генерирование контента происходит в специальных программах, обрабатывающих релизы и и другие источники информации, переупаковывающих их в новости и распространяющих на определенных площадках (например, итоги спортивных матчей), называют...

1. Автоматизированной журналистикой;
2. Глобальной журналистикой;
3. Краудсорсинг- журналистикой;

Ответ: 1

Вопрос 10: Какие страны стали пионерами в Центральной Азии в переходе на латинскую графику?

1. Узбекистан;
2. Туркменистан;
3. Казахстан;
4. Кыргызстан;

Ответ: 1,2

Вопрос 11: Как бы вы назвали явление, когда ненадежный источник информации сообщает аудитории недостоверные сведения?

1. Фейк;
2. Мейкап;
3. Донос;
4. Хайп;

Ответ: 1

Вопрос 12: Выберите одно определение, которое лучше всего отражает понятие «вирусный контент»?

1. Способность контента распространяться через расшаривание ссылок на интересную информацию между подписчиками пользователя;
2. Это контент – который заражает компьютеры, но не ловится антивирусами;
3. Информация, содержащая сведения о вирусах, как биологических, так и компьютерных;
4. Развлекательный контент, состоящий из картинок;

Ответ: 1

Вопрос 13: Найдите среди перечисленных термин, который не должен иметь отношения к современной

журналистике :

1. Продакт плейсмент;
2. Инфотейнмент;
3. Конвергенция;
4. Таблоид;

Ответ: 1

Вопрос 14: Выберите определение понятия «конвергенция СМИ»:

1. Слияние всех носителей СМИ в один с целью передачи пользователю разнообразного содержания в цифровом формате;
2. Взаимное усиление воздействия разных средств информации на массовую аудиторию;
3. Устройство для получения чрезвычайно интенсивных узконаправленных пучков светового излучения;
4. Двусторонний обмен информацией между людьми в ходе их личных общений или посредством масс-медиа;

Ответ: 1

Вопрос 15: Назовите фактор, который обуславливает глобальную сущность:

1. Всеобщность информации;
2. Огромная территория;
3. Количество населения;
4. Количество средств массовой информации;

Ответ: 1

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1: Как называют совокупность людей, к которым обращаются различные средства массовой коммуникации; тех, кто получает и воспринимает обращенную к читателю, слушателю, зрителю или пользователю информацию?

Ответ: аудитория

Вопрос 2: Как называется процесс формирования и выдачи в эфир упорядоченной совокупности аудио- и аудиовизуальных произведений (программ), предназначенных для определенного круга слушателей/зрителей, находящихся на конкретной территории?

Ответ: вещание

Вопрос 3: Как называется процесс, в ходе которого в культуре происходит движение от доминирования вербальных способов передачи информации к визуальным?

Ответ: визуализация

Вопрос 4: Кто является автором термина «гипермедиа»?

Ответ: Теодор Нельсон

Вопрос 5: В каком году Теодором Нельсоном был введен термин «гипермедиа»?

Ответ: в 1965 году

Вопрос 6: Какой вид журналистики связан с содействием развитию общественного диалога, участию и гражданской активности представителей различных социальных групп и сообществ?

Ответ: гражданская журналистика

Вопрос 7: Как называется профессиональная массово-информационная и коммуникативная творческая деятельность по написанию текстов, медиатекстов (или созданию аудиовизуального контента), относящихся к актуальным событиям жизни и имеющих общественное значение?

Ответ: журналистика

Вопрос 8: как называется фактор, снижающий эффективность коммуникационного процесса?

Ответ: коммуникационный барьер

Вопрос 9: Какие авторы разработали понятие «коммуникационный шум»?

Ответ: К. Э. Шеннон и У. Уивер

Вопрос 10: Как называют представителя общества или (чаще) определенного сообщества, который является для его членов авторитетным источником информации по определенной теме?

Ответ: лидер мнений

Вопрос 11: Кто впервые использовал понятие «лидер мнений»?

Ответ: Пол Лазарфельд

Вопрос 12: В каком году впервые понятие «лидер мнений» было использовано американским социологом Полом Лазарфельдом при анализе результатов исследования предвыборной кампании на президентских выборах в США?

Ответ: в 1940 году

Вопрос 13: Кто такие ньюсмейкеры?

Ответ: публичные персоны, деятельность и высказывания которых оказывают влияние на формирование повестки дня в новостных медиа.

Вопрос 14: Как называется комплекс медиаинститутов и медиаакторов, их отношений с другими институтами и аудиторией, регулирующих нормы и ценности, обеспечивающих в совокупности удовлетворение общественно необходимой потребности в социально значимой информации?

Ответ: медиасистема

Вопрос 15: С какими процессами связано появление новых медиа?

Ответ: связано с глобальным прогрессом информационно-коммуникационных технологий и вызванным им процессом конвергенции.

Вопрос 16: Как называется система моральных принципов и стандартов поведения журналиста, регулирующих его профессиональную деятельность?

Ответ: профессиональная этика журналиста

Вопрос 17: Кто впервые ввел термин «публичная сфера»?

Ответ: Ю. Хабермас

Вопрос 18: Как называется совокупность определенных общественно-политических условий, которые позволяют людям открыто высказываться по актуальным вопросам современности и тем самым оказывать влияние на происходящее в стране и мире?

Ответ: публичная сфера

Вопрос 19: В каком документе в России прописаны принципы и стандарты деятельности журналиста?

Ответ: в Кодексе профессиональной этики журналиста.

Вопрос 20: В каком году в России был принят Первый Кодекс профессиональной этики журналиста?

Ответ: в 1991 году

ОПК-5: Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Что входит в понятие «фрагментация аудитории СМИ»?

1. Группы по доходам;
2. Разноязыковая аудитория;
3. Многонациональные группы;
4. Социальные группы;

Ответ: 2

Вопрос 2: Целью «журналистики участия» является:

1. Дать работу непрофессионалам;
2. Предоставить независимую, достоверную, точную, многообразную и важную информацию согласно принципам демократии;
3. Противостоять мнению государственных органов;
4. Отстоять права граждан;

Ответ: 2

Вопрос 3: Экономика СМИ отличается от экономики других отраслей следующим/следующими параметром/параметрами:

1. По типу рынков, на которых конкурируют средства массовой информации; по природе и степени конкуренции на этих рынках; по уникальному уровню концентрации в данной отрасли; по монопольным характеристикам;
2. По степени демассификации, конвергенцией, по динамике роста заработной платы;
3. Глобальной сущностью;
4. Степенью капитализации, содержанием, рынком услуг;

Ответ: 1

Вопрос 4: Что понимают под рынком СМИ?

1. Географический рынок;
2. Рынок идей;
3. Рынок знаний;
4. Рынок лояльностей;

Ответ: 1

Вопрос 5: Каким путем идет концентрация и монополизация СМИ в современных условиях?

1. Конкуренцией на рекламном рынке;
2. Увеличением тиража газет;
3. Приобретением различных СМИ промышленно-финансовыми корпорациями;
4. Появлением цепи магазинов;

Ответ: 3

Вопрос 6: Каковы общие черты правовых документов отдельных государств в области свободы слова?

1. Охрана интересов государства и личности;
2. Защита прав самих журналистов;
3. Защита прав потребителей;
4. Охрана интересов предпринимателей;

Ответ: 1

Вопрос 7: Основной целью Международной организации журналистов (МОЖ) является:

1. Регулирование импорта и экспорта журналистской продукции;
 2. Предоставление информации об обстоятельствах, могущих вызвать загрязнение окружающей среды;
 3. Отделение сведений, порочащих честь, достоинство и деловую репутацию от мнения;
 4. Защита мира, укрепление дружбы и сотрудничества между народами с помощью свободного, правдивого и честного информирования общественности, защита свободы печати и прав журналистов;
- Ответ: 4

Вопрос 8: Что означает понятие «медиазация политики»?

1. Участие руководителей СМИ в работе государственных органов;
2. Создание политической партии с участием представителей СМИ;
3. Активное вторжение в политику медийного поля;
4. Влияние СМИ на поведение политиков;

Ответ: 3

Вопрос 9: Политический маркетинг – это:

1. Исследование роли массмедиа в избирательных компаниях, помогающих или препятствующих кандидатам получить желаемое большинство голосов при соблюдении принципа подчинения меньшинства большинству;
2. Плюрализация форм распространения и восприятия информации;
3. Создание универсального языка глобализирующегося информационного общества;
4. Комплекс средств с целью создания адекватности кандидата его потенциальному электорату, представления его как можно большему числу избирателей и каждому из них, создания различий между кандидатом и его конкурентами-противниками и увеличения числа голосов, необходимых для победы на выборах;

Ответ: 4

Вопрос 10: Особенностью современного процесса создания новостей является :

1. Наличие ослабленной оперативности в момент интриги;
2. Установление связи между событием и интересами местных жителей;
3. Стирание границ между жанрами новостей;
4. Уменьшение формата;

ответ: 3

Вопрос 11: Не является устойчивой тенденцией в новостях телесетей :

1. Инфотэйммент;
2. Политэйммент;
3. Бизнесэйммент;
4. Маргинализация;

Ответ: 4

Вопрос 12: Теория Маклюэна о «горячих» и «холодных» СМИ основана на критерии:

1. Классификации новостей;
2. Участия получателя сообщения СМИ;
3. Типов культуры;
4. Роли технических средств в культурном прогрессе человечества;

Ответ: 2

Вопрос 13: Общественно-правовое телевидение – это:

1. Африканская модель;
2. Восточная модель;
3. Американская модель;
4. Западноевропейская модель;

Ответ: 4

Вопрос 14: Создателем «желтой» прессы является:

1. Мэрдок;
2. Берлускони;
3. Пулитцер;
4. Блумберг;

Ответ: 3

Вопрос 15: Кому приписывается авторство метафоры «четвертая власть»?

1. Г. Филдингу;
2. Д. Вашингтону;
3. М. Тэтчер;
4. А Громыко;

Ответ: 1

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1: Как называется персональная страница на широко доступной онлайн-платформе (как правило, социальной сети), периодически наполняемая контентом по усмотрению ее автора (группы авторов)?

Ответ: Блог

Вопрос 2: Как называется печатное издание, выходящее под одним названием с заранее установленной периодичностью (чаще всего в ежедневном или еженедельном режиме) в заранее оговоренном формате (рубрикатор, объем, дизайн и т. д.), для которого характерно актуальное общественно значимое содержание?

Ответ: газета

Вопрос 3: Как называется печатное издание, выходящее под одним названием с заранее установленной периодичностью (чаще всего в еженедельном и ежемесячном режиме) в заранее оговоренном формате (рубрикатор, дизайн, тематика и т. д.)?

Ответ: журнал

Вопрос 4: Как называется организация, регулярно занимающаяся выпуском книг, газет, журналов, карт, плакатов, календарей, открыток и других видов медиапродукции, содержащей преимущественно текстовую и визуальную информацию, воспринимаемую пользователем с бумажного листа или с экрана, а также звукозаписей и различных видов программного обеспечения?

Ответ: издательство

Вопрос 5: Как называется любое техническое устройство или система, в опосредованной (медиатизированной) коммуникации обеспечивающее передачу сообщения от отправителя (источника информации) к получателю (адресату)?

Ответ: канал

Вопрос 6: Как называется смысловое наполнение инфраструктурных элементов медиакоммуникационной системы?

Ответ: контент

Вопрос 7: Какие базовые формы контента существуют в современных медиакоммуникационных системах?

Ответ: текст, изображение, звук, видео

Вопрос 8: Как называется самодостаточное и законченное по смыслу высказывание, созданное в любой доступной для адресата форме?

Ответ: условная минимальная единица контента

Вопрос 9: Как называется процесс, связанный с распространением с помощью технических средств между различными группами и индивидуумами специально подготовленных сообщений, представляющих социальную и личную значимость?

Ответ: медиакоммуникация

Вопрос 10: Как называется завершённый результат деятельности (творчества) участника медиакоммуникационного процесса, распространяемый в медиасреде и на медианосителе для конкретной аудитории?

Ответ: медиапродукт

Вопрос 11: Кто может быть производителем медиапродукта?

Ответ: институт (например, редакция), отдельная персона или группа лиц.

Вопрос 12: Как называется тип средства массовой информации, принцип функционирования которого заключается в передаче на расстояние упорядоченного потока единиц аудиоконтента?

Ответ: радио

Вопрос 13: Какие медиаметрические показатели являются главными для радиостанции?

Ответ: рейтинг (AQH) и доля (AQH Share).

Вопрос 14: Какие термины используют для обозначения единицы информационно-разговорного контента на радио?

Ответ: программа, трек

Вопрос 15: Какое ключевое свойство приобретают в в онлайн-среде любые медиа?

Ответ: свойство интерактивности

Вопрос 16: Где создается профессиональный медиаконтент?

Ответ: в специализированных медиаорганизациях

Вопрос 17: Что делает коммуникационный шум?

Ответ: искажает сообщение, снижая возможность его декодирования и получения.

Вопрос 18: Как называется система организации мультимедийной информации на основе связи различных элементов (блоков) с помощью перекрестных ссылок (так называемых гиперссылок – англ. hyperlinks)?

Ответ: гипермедиа

Вопрос 19 : Какие организации могут осуществлять вещание?

Ответ: радиостанции и телевизионные каналы, а также некоторые интернет-компании.

Вопрос 20: Что является характерной чертой блогов?

Ответ: возможность интерактивного взаимодействия автора с аудиторией при помощи опций, предоставляемых

платформой

ПК-1: Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии в целях продвижения продукции СМИ средствами стратегических коммуникаций.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. К задачам стратегического маркетинга НЕ относится:

- А) Формирование ценовой политики;
- Б) Разработка маркетинговых стратегий и планов;
- В) Оценка привлекательности рынков;
- Г) Разработка стратегии сегментации выбранных рынков.

Ответ: А

Вопрос 2: Какой из перечисленных базовых стратегий НЕ существует?

- А) стратегия размещения;
- Б) стратегия сокращения;
- В) стратегия стабильности;
- Г) стратегия роста.

Ответ: А

Вопрос 3: Интегрированный рост – это:

- А) рост за счет развития деятельности на уже занимаемых рынках;
- Б) развитие за счет объединений с организациями конкурирующего профиля, своими поставщиками или посредниками;
- В) развитие за счет поиска и выхода компании на новые товарные рынки с новыми товарными предложениями путем использования новых технологий, поглощения, слияния с организациями, уже присутствующими на выбранных рынках.

Ответ: Б

Вопрос 4: Аудит микроокружения:

- А) показывает факторы макросреды, оказывающее решающее влияние на деятельность предприятия;
- Б) означает сбор и анализ информации относительно: рынка, потребителей, конкурентов, партнеров по бизнесу (посредников и поставщиков).
- В) показывает размер, рост и тенденции рынка (стоимость, объем); потребители (покупатели), их демографические изменения, психографическое и покупательское поведение;

Ответ: Б

Вопрос 5: Сегментирование потребителей - это:

- А) разделение рынка для оценки значимости каждого сегмента и идентификации конкурентных товаров, определения источников рыночного развития, подсчета доли и роста рынка.
- Б) разбивка их на однородные группы по критериям так, чтобы эти группы были отличными от других (по-разному реагировали на стимул) и могли быть выбраны в качестве целевой аудитории.

Ответ: Б

Вопрос 6: Разбиение каждого полученного сегмента рынка (в результате проведения макросегментации) на части в зависимости от типа потребителей – это:

- А) Микросегментация;
- Б) Минисегментация;
- В) Классификация;

Ответ: А

Вопрос 7: Как называется стратегия, которая рассчитана на первоначальное принятие товара сегментами потребителей-новаторов с более высокими доходами, которые являются лидерами мнений и способны повлиять на дальнейшую популярность товара среди более широких групп потребителей:

- А) стратегия «снятия сливок»
- Б) стратегия лидерства
- В) стратегия опережения

ответ: А

Вопрос 8: Интегрированные усилия по построению, поддержанию и развитию сети отношений с отдельными потребителями для взаимной пользы посредством взаимодействия, индивидуализации отношений на протяжении длительного времени это:

- А) Маркетинг взаимоотношений
- Б) Маркетинг потребителей
- В) Маркетинг организации

Ответ: А

Вопрос 9: Какой из перечисленных этапов НЕ относится к процессу стратегического управления?

- А) Создание логотипа.
- Б) Формирование стратегического видения и миссии.
- В) Постановка целей.
- Г) Оценка и анализ внешней среды.
- Д) Оценка стратегий.

Ответ: А

Вопрос 10: Дифференцированный маркетинг означает, что:

- А) Фирма обращается ко всему рынку с одной маркетинговой программой и сосредоточена не на различиях, а на сходстве потребителей, экономя на рекламе, маркетинговых исследованиях и производстве товара.
- Б) Фирма выступает на нескольких сегментах, и разрабатывает на них комплекс маркетинга. Рынок предприятий при этом расширяется, но затраты велики, поэтому данную стратегию чаще используют крупные предприятия.
- В) Фирма концентрируется на большой доле рынка, это ведет к хорошему знанию рынка, лучшему удовлетворению потребностей, экономии на основе специализации; однако повышен риск.

Ответ: Б.

Вопрос 11: Наличие продуктов-заменителей:

- А) уменьшает ценовую власть покупателей;
- Б) увеличивает ценовую власть покупателей;
- В) не влияет на ценовую власть покупателей;
- Г) увеличивает экспортно-импортное сальдо.

Ответ: Б

Вопрос 12: После проведения внутреннего анализа фирма должна определить:

- А) каких внешних угроз, усугубленных недостатками организации нужно больше всего опасаться;
- Б) где она сейчас находится и каково ее состояние, выраженное в характеристиках ее клиентов, продуктов, технологий, персонала и управления;
- В) как могут быть нейтрализованы внешние угрозы конкурентными преимуществами организации;
- Г) как ключевые факторы успеха могут нейтрализовать слабости организации.

ответ: Б

Вопрос 13: Для товара «дойная корова» характерны денежные потоки:

- А) отрицательные;
- Б) инвестиционные;
- В) положительные;
- Г) нулевые.

Ответ: В

Вопрос 14: Положение фирмы на рынке, позволяющее ей преодолевать силы конкуренции и привлекать покупателей:

- А) деловая стратегия;
- Б) конкурентные преимущества;
- В) синергизм;
- Г) стратегия фокусирования.

ответ: Б

Вопрос 15: Стратегия лидерства в издержках направлена на достижение конкурентных преимуществ за счет:

- А) высоких затрат и более низкой себестоимости
- Б) высоких затрат и более высокой себестоимости
- В) низких затрат и более низкой себестоимости
- Г) низких затрат и более высокой себестоимости

ответ: В

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1: Как называется комплексный документ, объединяющий в единое целое видение перспектив развития компании, четко сформулированные цели и пути их достижения?

Ответ: Стратегический план

Вопрос 2: Как определяется состояние соперничества или соревнования, часто между более или менее соответствующими друг другу компаниями?

Ответ : Конкуренция

Вопрос 3: Как называется человек или компания, которая получает, потребляет и оценивает произведенные товары и услуги и почему они важны для организации?

Ответ: Потребитель. Именно потребители являются источником доходов компании.

Вопрос 4: Как называется агрессивная стратегия, которая означает способность компании разрабатывать, производить и продавать аналогичные продукты более эффективно, чем конкуренты?

Ответ: Лидерство по издержкам

Вопрос 5: Система разделяемых работниками компании ценностей, неофициальных правил и поведенческих норм, возникающих как следствие совместного опыта и ожиданий людей, работающих в компании, и определяющих, как люди должны вести себя в большинстве ситуаций это:

Ответ: Корпоративная культура

Вопрос 6: Как называется наиболее общая цель организации как конкурентоспособной структуры, представленная в наиболее общей форме и четко выражающая основную причину существования организации?

Ответ: Миссия

Вопрос 7: Как называется подход, который ориентирован на изучение влияния конкретной ситуации на процесс управления и почему он важен для управления?

Ответ: Ситуационный подход. Предполагается, что эффективность конкретного управления существенным образом зависит от его соответствия именно данной конкретной ситуации.

Вопрос 8: Группа товаров, которые могут быть сравнимы по их функциональному назначению, применению, качественным и техническим характеристикам, цене и другим параметрам таким образом, что покупатель действительно заменяет или готов заменить их друг другом в процессе потребления называется:

Ответ: Взаимозаменяемые товары

Вопрос 9: Что такое знак, символ, слова или их сочетание, помогающие потребителям отличить товары или услуги одной компании от другой и почему он важен для компании?

Ответ: Бренд . Бренд воспринимается как широко известная торговая марка или компания, занимающая в сознании и психологии потребительских сегментов особое место из массы себе подобных.

Вопрос 10: Как называются вложения средств с целью сохранения и увеличения капитала?

Ответ: Инвестиции

Вопрос 11: В рамках какого вида менеджмента происходит решение каждодневных задач существования организации в границах плана ее развития?

Ответ: В рамках оперативного менеджмента.

Вопрос 12: Как определяется общая функция менеджмента, комплекс работ по анализу ситуаций и факторов внешней среды, прогнозированию, оптимизации, оценке альтернативных вариантов достижения целей, выбору наилучшего варианта плана?

Ответ: Планирование

Вопрос 13: Что такое прогноз ?

Ответ: научно обоснованное суждение о возможных состояниях объекта в будущем, об альтернативных путях и сроках его существования.

Вопрос 14: Как называется условное место купли-продажи конкретного вида товара, заключения торговых сделок.

Ответ: Рынок

Вопрос 15: Как называется состав продаваемой фирмой продукции по группам, видам, типам, сортам, размерам и маркам и чем он различается?

Ответ: Ассортимент. Различается широтой (количеством товарных групп) и глубиной (количеством моделей, видов марки в каждой группе).

Вопрос 16: Этап жизненного цикла продукта, когда продажи растут медленно, а прибыль низка называется:

Ответ: Внедрение

Вопрос 17: Как называются совокупные затраты предприятия, связанные с производством продукции и доведением товара до потребителей?

Ответ: Издержки

Вопрос 18: Как называется компания, имеющая максимальную рыночную долю и (или) занимающая ведущие позиции на рынке в стратегически важных направлениях бизнеса?

Ответ: Лидер рынка

Вопрос 19: Кто такие новаторы?

Ответ: Потребитель, который раньше других готов к потреблению новых изделий.

Вопрос 20: Как называется соглашение на основе взаимной выгоды, в результате которого покупатель и продавец обмениваются чем-то, представляющим для них ценность (стоимость)?

Ответ: Обмен

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАКРЫТЫХ ЗАДАНИЙ: 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 ЗАДАНИЙ.

«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 «Открытый университет АлтГУ»:

<https://public.edu.asu.ru/mod/quiz/view.php?id=75656>

Количество заданий в контрольно-измерительном материале (тесте) для промежуточной аттестации, составляет 60 заданий.

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

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

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
--------	----------	-------------------	-----------

Л1.1	Шарков Ф.И., Бузин В.Н.	Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебники	Издательство "Дашков и К", 2017	https://e.lanbook.com/book/93416
Л1.2	Бонцанини М.	Анализ социальных медиа на Python. Извлекайте и анализируйте данные из всех уголков социальной паутины на Python: Другое	Издательство "ДМК Пресс", 2018	https://e.lanbook.com/book/108129
Л1.3	Е.Л. Вартанова	Медиасистема России:	, 2017	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495935

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Марченко И.О.	Мультимедиа технологии: учебно-методическое пособие	Издательство НГТУ, 2017	http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785778231481.html

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	Курс в Moodle "Медиакоммуникационные системы"	https://public.edu.asu.ru/course/view.php?id=1787

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)
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
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 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 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»

Правовое регулирование медиарынков в странах Большого Алтая

рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакommunikаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.04.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Социальная безопасность медиaprостранства Большого Алтая
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	6 ЗЕТ
Учебный план	42_04_01_Реклама и СО_СБА-2022

Часов по учебному плану	216	Виды контроля по семестрам
в том числе:		экзамены: 2
аудиторные занятия	64	
самостоятельная работа	125	
контроль	27	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		1 (2)		Итого	
	16	19	19	16		
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	14	14	14	14	28	28
Практические	18	18	18	18	36	36
Сам. работа	76	76	49	49	125	125
Часы на контроль	0	0	27	27	27	27
Итого	108	108	108	108	216	216

Программу составил(и):
Лоцент, Кацаева М.В.

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

Рабочая программа дисциплины
Правовое регулирование медиарынков в странах Большого Алтая

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528)

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

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

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Срок действия программы: 2022-2024 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.	Ознакомление студентов с основами законодательства, применяемого в практике медиарынков в странах Большого Алтая, юридическими документами и проблемами применения данной правовой базы в деятельности государственных, коммерческих структур и общественных организаций; формирование целостного представления о процессах правового регулирования в сфере массовых коммуникаций; освоение практических приемов использования российского законодательства в решении профессиональных задач.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.02

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ОПК-1	Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
ОПК-1.1	Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.
ОПК-1.2	Умеет разрабатывать организационный план производства медиатекстов\медиапродуктов или коммуникационных продуктов
ОПК-1.3	Создает востребованные индустрией рекламы и связей с общественностью тексты и (или) иных коммуникационные продукты с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем
ПК-3	Способен оценивать соответствие коммуникационного продукта/проекта критериям социальной безопасности
ПК-3.1	Знает: технологии обеспечения социальной безопасности продукции СМИ и критерии ее оценки; методы анализа и оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ; методологию социологических и маркетинговых исследований; методы корректировки стратегий и программ продвижения продукции СМИ
ПК-3.2	Умеет: Оценивать соответствие продукции СМИ критериям социальной безопасности; формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ; находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа
ПК-3.3	Владеет навыками применения современных ИКТ, в том числе интернет-технологий и специализированных программных продуктов; навыками анализа результатов продвижения продукции СМИ на основе полученных данных; навыками корректировки стратегий и программ продвижения продукции СМИ в соответствии с критериями социальной безопасности

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	виды и содержание категорий «медиатекст», «медиапродукты», «коммуникационные продукты»; юридические критерии признания «медиатекстом», «медиапродуктом» и (или) «коммуникационным продуктом» в качестве итогового продукта, подлежащего правовому регулированию; права и обязанности авторов медиа-текстов\медиапродуктов или коммуникационных продуктов в процессе их создания и в отношении уже созданных явлений; нормы ответственности за использование нецензурной лексики, нарушение авторских прав и распространение информации, оборот которой ограничен или запрещен; правовые основы распространения информации посредством СМИ; ограничения, установленные законодательством в сфере распространения информации посредством СМИ; критерии социальной безопасности продукции СМИ, закрепленные в действующем

	законодательстве; правовые особенности осуществления деятельности СМИ на просторах информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и распространения рекламы в информационном пространстве.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	соотносить правовые требования к категориям «медiateкст», «медиапродукты», «коммуникационные продукты» с характеристиками конкретного явления; оценивать степень завершенности создания таких явления как «медiateкст», «медиапродукты», «коммуникационные продукты» с учетом требования законодательства; дифференцировать процесс создания медиа-текстов\медиапродуктов или коммуникационных продуктов и определять степень готовности данных продуктов с учетом изначально разработанного порядка производства, соответствующего действующему законодательству; оценивать «медiateкст», «медиапродукты», «коммуникационные продукты» на предмет их соответствия действующему законодательству, ограничивающему свободы слова человека и гражданина в части лексических и содержательных характеристик распространяемой информации; определять перечень нормативных правовых актов, требуемых для проведения оценки социальной безопасности продуктов СМИ; оценивать характеристики продукции СМИ требованиям социальной безопасности, установленные законодательством; логически верно, аргументированно и ясно применять нормативные правовые акты, регулирующие вопросы деятельности СМИ на просторах информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и распространение информации в виртуальном пространстве.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками определения степени готовности таких явления как «медiateкст», «медиапродукты», «коммуникационные продукты» на основе уже имеющихся существенных характеристик; навыками планирования процедуры создания медиа-текстов\медиапродуктов или коммуникационных продуктов с учетом требований действующего законодательства; навыками определения допустимости использования тех или иных словесных конструкций в рамках установленных государством норм ответственности за ненормативную лексику и использование материала, защищенного авторским правом; навыками соотнесения требований законодательства с характеристиками деятельности СМИ в вопросах социальной безопасности; навыками поиска правоприменительной практики в вопросе проверки деятельности СМИ в рамках законодательных требований по вопросам социальной безопасности; навыками оценки допустимости деятельности, осуществляемой в рамках на просторах информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

4. Структура и содержание дисциплины


Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Правовые основы деятельности в сфере медиарынков в странах Большого Алтая.						
1.1.	Введение в правовое обеспечение медиарынков в Российской Федерации.	Лекции	1	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.2.	Введение в правовое обеспечение медиарынков в Российской Федерации.	Практические	1	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.3.	Введение в правовое обеспечение медиарынков в Российской Федерации.	Сам. работа	1	16	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л1.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.4.	Введение в правовое обеспечение медиарынков в странах Большого Алтая.	Лекции	1	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.5.	Введение в правовое обеспечение медиарынков в странах Большого Алтая.	Практические	1	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.6.	Введение в правовое обеспечение медиарынков в странах Большого Алтая.	Сам. работа	1	20	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.7.	Законы и нормативные акты, регулирующие деятельность в области медиарынков в Российской Федерации.	Лекции	1	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.8.	Законы и нормативные акты, регулирующие деятельность в области медиарынков в Российской Федерации.	Практические	1	6	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.9.	Законы и нормативные акты, регулирующие деятельность в области медиарынков в Российской Федерации.	Сам. работа	1	20	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.10.	Защита прав потребителей от недобросовестной рекламы. Защита репутации юридическими средствами. Защита прав потребителей от недобросовестной рекламы. Защита репутации юридическими средствами.	Лекции	1	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.11.	Защита прав потребителей от недобросовестной рекламы. Защита репутации юридическими средствами.	Практические	1	6	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.12.	Защита прав потребителей от недобросовестной рекламы. Защита репутации	Сам. работа	1	20	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л1.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	юридическими средствами.					
Раздел 2. Регулирование правовых отношений в сфере медиарынков.						
2.1.	Правовые отношения субъектов деятельности в области медиарынков с органами государственной власти в Российской Федерации и странах Большого Алтая.	Лекции	2	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л1.1
2.2.	Правовые отношения субъектов деятельности в области медиарынков с органами государственной власти в Российской Федерации и странах Большого Алтая.	Практические	2	6	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л1.1
2.3.	Правовые отношения субъектов деятельности в области медиарынков с органами государственной власти в Российской Федерации и странах Большого Алтая.	Сам. работа	2	14	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л1.1
2.4.	Саморегулирование рекламной и PR-деятельности. в Российской Федерации и странах Большого Алтая.	Лекции	2	6	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л1.1
2.5.	Саморегулирование рекламной и PR-деятельности. в Российской Федерации и странах Большого Алтая.	Практические	2	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л1.1
2.6.	Саморегулирование рекламной и PR-деятельности. в Российской Федерации и странах Большого Алтая.	Сам. работа	2	16	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л1.1
2.7.	Авторское право в рекламе и связях с общественностью в Российской Федерации и странах Большого Алтая.	Лекции	2	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.2, Л2.1, Л1.1
2.8.	Авторское право в рекламе и связях с общественностью в	Практические	2	8	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-1.1,	Л1.2, Л2.1, Л1.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	Российской Федерации и странах Большого Алтая.				ОПК-1.2, ОПК-1.3	
2.9.	Авторское право в рекламе и связях с общественностью в Российской Федерации и странах Большого Алтая.	Сам. работа	2	19	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	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
Приложение 1.  ФОС Правовое регулирование медиарынков в странах Большого Алтая.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	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_read&id=476726
Л1.2	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
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Шарков Ф.И.	Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе,	Издательство "Дашков и К", 2016	https://e.lanbook.com/book/93373

		связях с общественностью и журналистике: учебное пособие: Учебные пособия	
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
	Название	Эл. адрес	
Э1	Курс Moodle	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7558	
6.3. Перечень программного обеспечения			
<p>Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно); Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно); Chrome (http://www.chromium.org/chromium-os/licenses), (бессрочно); 7-Zip (http://www.7-zip.org/license.txt), (бессрочно); AcrobatReader (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно); ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно); LibreOffice (https://ru.libreoffice.org/), (бессрочно); Веб-браузер Chromium (https://www.chromium.org/Home/), (бессрочно); Антивирус Касперский (https://www.kaspersky.ru/), (до 23 июня 2024); Архиватор Ark (https://apps.kde.org/ark/), (бессрочно); Okular (https://okular.kde.org/ru/download/), (бессрочно);</p>			
6.4. Перечень информационных справочных систем			
<p>Информационная справочная система: СПСКонсультантПлюс (инсталлированный ресурс АлтГУ или http://www.consultant.ru/). Профессиональные базы данных: 1. Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com); 2. Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/); 3. Научная электронная библиотека elibrary (http://elibrary.ru)</p>			

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
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, практические, 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»

Социальная безопасность коммуникационных процессов

рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.04.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Социальная безопасность медиaprостранства Большого Алтая
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_04_01_Реклама и СО_СБА-2022

Часов по учебному плану	108
в том числе:	
аудиторные занятия	32
самостоятельная работа	76

Виды контроля по семестрам
зачеты: 2

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (2)		Итого	
	19			
Неделя	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	14	14	14	14
Практические	18	18	18	18
Сам. работа	76	76	76	76
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

д. ист.н., профессор, Профессор, Джунушалиева Гульмира Дженишевна

Рецензент(ы):

Директор ООО ПРАЙМ СИБИРЬ, Дьячко В.П.

Рабочая программа дисциплины

Социальная безопасность коммуникационных процессов

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528)

составлена на основании учебного плана:

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8

Срок действия программы: 2023-2025 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 изучения дисциплины «Социальная безопасность коммуникационных процессов» является подготовка магистрантов к производственной деятельности по анализу содержания медиатекстов/ медиапродуктов, коммуникационных продуктов при их разработке на соответствие требованиям обеспечения социальной безопасности. Задачи обучения: знание характера и содержания социальной безопасности коммуникационных процессов в условиях формирования «цифрового общества»; формирование научного подхода в оценивании содержания медиатекстов/медиапродуктов, коммуникационных продуктах на соответствие критериям социальной безопасности; применение требований социальной безопасности при разработке медиатекстов/медиапродуктов, коммуникационных продуктах.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.02

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ОПК-2	Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-2.1	Знает основные тенденции развития общественных и государственных институтов
ОПК-2.2	Умеет анализировать тенденции и причинно-следственные связи в развитии общественных и государственных институтов
ОПК-2.3	Создает медиатексты и (или) медиапродукты с учетом результатов анализа тенденций и причинно-следственных связей в развитии общественных и государственных институтов
ПК-3	Способен оценивать соответствие коммуникационного продукта/проекта критериям социальной безопасности
ПК-3.1	Знает: технологии обеспечения социальной безопасности продукции СМИ и критерии ее оценки; методы анализа и оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ; методологию социологических и маркетинговых исследований; методы корректировки стратегий и программ продвижения продукции СМИ
ПК-3.2	Умеет: Оценивать соответствие продукции СМИ критериям социальной безопасности; формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ; находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа
ПК-3.3	Владеет навыками применения современных ИКТ, в том числе интернет-технологий и специализированных программных продуктов; навыками анализа результатов продвижения продукции СМИ на основе полученных данных; навыками корректировки стратегий и программ продвижения продукции СМИ в соответствии с критериями социальной безопасности

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	основные тенденции развития общественных и государственных институтов; технологии обеспечения социальной безопасности продукции СМИ и критерии ее оценки; методы корректировки стратегий и программ продвижения продукции СМИ.
3.2.	Уметь:

3.2.1.	анализировать тенденции и причинно-следственные связи в развитии общественных и государственных институтов; оценивать соответствие продукции СМИ критериям социальной безопасности.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	создания медиатекстов и (или) медиапродуктов с учетом результатов анализа тенденций и причинно-следственных связей в развитии общественных и государственных институтов. навыками корректировки стратегий и программ продвижения продукции СМИ в соответствии с критериями социальной безопасности.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Теоретико-прикладные аспекты обеспечения социальной безопасности коммуникационных процессов						
1.1.	Сущность и содержание социальной безопасности	Лекции	2	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.2.	Содержание и структура социальной безопасности	Практические	2	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.3.	Социальная безопасность как теория	Сам. работа	2	8	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.4.	Коммуникационный процесс в контексте социальной безопасности	Лекции	2	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.5.	Понятие, элементы, этапы коммуникационного процесса	Практические	2	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.6.	Типология коммуникационных процессов	Сам. работа	2	8	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.7.	Риски и угрозы коммуникационных процессов	Лекции	2	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.8.	Разновидности и классификация социальных рисков и угроз	Практические	2	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-2.1,	Л2.1, Л1.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
					ОПК-2.2, ОПК-2.3	
1.9.	Социальные угрозы и стабильность общественной жизни	Сам. работа	2	8	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.10.	Безопасность общества	Лекции	2	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.11.	Качественные состояния социальной безопасности	Практические	2	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.12.	Основные параметры и индикаторы определения уровней социальной безопасности общества	Сам. работа	2	8	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.13.	Безопасность личности	Лекции	2	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.14.	Основные виды социальной безопасности личности	Практические	2	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.15.	Образ жизни и проблема личности безопасного типа	Сам. работа	2	8	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.16.	Социальные технологии: понятие, сущность	Лекции	2	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.17.	Коммуникационные модели обеспечения социальной безопасности	Практические	2	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.18.	Инновационные и информационные технологии обеспечения коммуникационного процесса	Сам. работа	2	8	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.19.	Коммуникационная безопасность как часть государственной политики обеспечения социальной безопасности	Лекции	2	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.20.	Информационное противостояние и правовое регулирование государства в информационной сфере	Практические	2	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.21.	Нормативные документы по обеспечению коммуникационной безопасности	Сам. работа	2	8	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.22.	Разработка индивидуальных проектов магистрантов (анализ кейсов)	Практические	2	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.23.	Проектная работа магистрантов	Сам. работа	2	20	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2

5. Фонд оценочных средств

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

Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале «Открытый университет АлтГУ»
<https://public.edu.asu.ru/course/view.php?id=1797>

Оценка сформированности компетенции:

ОПК-2: Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1: Основное желаемое состояние объектов защиты:

1. Контролируемое;
2. Неконтролируемое;
3. Безопасное;
4. Опасное;

Ответ: 3

Вопрос 2: Национальная безопасность – это:

1. Защищенность человека от негативных воздействий различного характера, способных нанести ущерб его организму и имуществу;
2. Защищенность жизненно важных интересов личности, общества и государства в различных сферах жизнедеятельности от внутренних и внешних угроз, обеспечивающая устойчивое развитие страны;
3. Защищенность человека и окружающей среды от негативных воздействий природного и техногенного

характера;

4. Защищенность жизненно важных интересов мира животных от действий антропогенного фактора;

Ответ: 2

Вопрос 3: Природа социальной безопасности:

1. Односторонняя;

2. Двойственная;

3. Тройственная;

4. Положительная;

Ответ: 2

Вопрос 4: Исполнение этических законов во многом зависит от:

1. Воли человека;

2. Потребностей человека;

3. Характера человека;

4. Знаний человека;

Ответ: 1

Вопрос 5: Такой вид национальной безопасности, как интеллектуальная, это:

1. защищенность процесса жизни и непрерывного естественного возобновления поколений людей;

2. защищенность интеллектуального потенциала личности, общества и государства;

3. состояние защищенности национальных интересов в информационной сфере, определяющихся совокупностью сбалансированных интересов личности, общества и государства;

4. защищенность научно-технического и технологического потенциала от уязвимости, застоя, разрушения;

Ответ: 2

Вопрос 6 : Такой вид национальной безопасности, как демографическая, это:

1. защищенность процесса жизни и непрерывного естественного возобновления поколений людей;

2. защищенность интеллектуального потенциала личности, общества и государства;

3. состояние защищенности национальных интересов в информационной сфере, определяющихся совокупностью сбалансированных интересов личности, общества и государства;

4. защищенность научно-технического и технологического потенциала от уязвимости, застоя, разрушения;

Ответ: 1

Вопрос 7: Социальная безопасность – это безопасность:

1. Общества;

2. Личности, общества и государства;

3. Личности;

4. Государства ;

Ответ: 2

Вопрос 8: Человек для системы безопасности:

1. Только субъект;

2. Только объект;

3. Субъект и объект;

Ответ: 3

Вопрос 9:

Характер изменения подверженности людей информационно-психологическим воздействиям в периоды кризисных изменений общества:

1. Повышение;

2. Снижение;

3. Исчезновение;

4. Нейтрализация;

Ответ: 1

Вопрос 10: К интересам общества в информационной сфере НЕ относится:

1. Изучение и развитие информационных технологий;

2. Распространение компьютерной грамотности;

3. Информатизация деятельности социальных институтов

4. Распространение компьютерной грамотности в других странах;

Ответ: 4

Вопрос 11: Незаконный доступ к информации может быть расценен как:

1. Уголовное преступление;

2. Нарушение норм трудового права;

3. Нарушение норм семейного права;

4. Нарушение норм экологического права;

Ответ: 1

Вопрос 12: Возрастной период, в котором чаще может возникнуть сверхзависимость от средств массовой информации:

1. Подростковый;
2. Зрелый;
3. Пожилой;
4. Старческий;

Ответ: 1

Вопрос 13: Профессиональная этика – это:

1. особый вид профессиональной деятельности;
2. законодательно предусмотренная возможность действовать в интересах клиента службы или организации;
3. нравственное самосознание профессиональной группы, ее психология и идеология;
4. требования, предъявляемые к профессионально-нравственной культуре работника;

Ответ: 3

Вопрос 14: Факторы, от которых НЕ зависит информационно-психологическая безопасность личности:

1. личностные качества индивида;
2. социальные условия в обществе;
3. правовые условия в обществе;
4. природные условия в обществе;

Ответ: 4

Вопрос 15: В какие годы 20 века в Западной Европе появились законы о защите персональных данных?

1. 60-е;
2. 70-е;
3. 80-е;
4. 90-е;

Ответ: 2

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1: Совокупность условий и факторов, вызывающих нарушение нормального функционирования и развития человека или общества называется:

Ответ: опасность

Вопрос 2: Основное желаемое состояние объектов защиты:

Ответ: безопасное

Вопрос 3: Защищенность человека от негативных воздействий различного характера, способных нанести ущерб его организму и имуществу – это

Ответ: безопасность существования человека

Вопрос 4: Защищенность жизненно важных интересов личности, общества и государства в различных сферах жизнедеятельности от внутренних и внешних угроз, обеспечивающая устойчивое развитие страны – это:

Ответ: национальная безопасность

Вопрос 5: Защищенность человека и окружающей среды от негативных воздействий природного и техногенного характера – это:

Ответ: безопасность существования человека

Вопрос 6: Условие поддержания объектом или системой (природой, человеком, государством) своей качественной определенности – это:

Ответ: безопасность

Вопрос 7: Осознанные потребности, сознательно сформированные обществом, социальными группами, индивидами – это:

Ответ: интересы

Вопрос 8: Состояние защищенности национальных интересов в информационной сфере, определяющихся совокупностью сбалансированных интересов личности, общества и государства – это безопасность...

Ответ: информационная

Вопрос 9:

Социальная безопасность, это безопасность:

Ответ: личности, общества и государства

Вопрос 10: Психологическое состояние организма, когда существует несоответствие между его способностью справиться с требованиями окружающей среды и уровнем таких требований называется:

Ответ: стресс

Вопрос 11: Незаконный доступ к информации может быть расценен как...

Ответ: уголовное преступление

Вопрос 12: Этический принцип, в соответствии с которым не имеет права раскрывать информацию о клиенте без его согласия, называется:

Ответ: конфиденциальность

Вопрос 13: Данные о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах, использование этих данных в процессе жизнедеятельности человека, общества и государства – это:

Ответ: информация

Вопрос 14: Защищённость научно-технического и технологического потенциала от уязвимости, застоя, разрушения – это безопасность :

Ответ: технологическая

Вопрос 15: Защищенность системы международных отношений и экологической ситуации от угроз, способных дестабилизировать обстановку в мире, вызвать кризис общепланетарного масштаба – это безопасность:

Ответ: глобальная

Вопрос 16: Ситуация, в которой все члены определенного сообщества безопасности соглашаются оказывать помощь любому члену сообщества, который подвергся нападению со стороны иного государства данного сообщества, называется:

Ответ: коллективная безопасность

Вопрос 17: Исполнению людьми этических законов помогают законы:

Ответ: правовые

Вопрос 18: Совокупность потребностей, удовлетворение которых надежно обеспечивает существование и возможности прогрессивного развития личности, общества и государства – это ...

Ответ: жизненно важные интересы

Вопрос 19: Стратегия, направленная на обеспечение жизненно важных интересов государства-нации – это...

Ответ: национальная безопасность

Вопрос 20: Отклонение условий существования от комфортных для данной системы называется...

Ответ: опасность

ПК-3: Способен оценивать соответствие коммуникационного продукта/проекта критериям социальной безопасности.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1: когда в России впервые был принят Закон «О рекламе»?:

1. 1995 год;
2. 1998 год;
3. 2006 год.

Ответ: 1

Вопрос 2: Этическое направление экспертизы рекламных и PR- продуктов:

1. включает оценку рекламы на соответствие моральным нормам и ценностям потребителей рекламы, а также требованиям актов органов саморегулирования рекламы (кодексам этики и обычаям делового оборота);
2. включает в себя оценку эффективности и психологической безопасности воздействия данного продукта на сознание и подсознание, а также личность потребителя;
3. включает анализ рекламных текстов на предмет их соответствия нормам, предписанным в ФЗ «О рекламе» и ФЗ «Законе о защите прав потребителей», а также в Российском рекламном кодексе и ряде других законодательных документов, регулирующих сферу массовой коммуникации;
4. включает выявление общественного мнения, отношения людей к той или иной рекламе.

Ответ: 1

Вопрос 3: Какой из методов не используется при проведении лингвистической экспертизы:

1. Метод семантического дифференциала;
2. Метод лексикографического анализа;
3. Метод компонентного анализа.

Ответ: 1

Вопрос 4: Какие из нижеперечисленных задач не относятся к лингвистической экспертизе рекламных текстов:

1. установление признаков рекламного текста;
2. диагностика признаков маскировки рекламного текста;
3. диагностика признаков недостоверных высказываний в рекламе;
4. диагностика признаков недобросовестного сравнения в рекламном тексте.
5. диагностика эффективности рекламного текста.

Ответ: 5

Вопрос 5: Какой компонент НЕ включается в логическую модель сравнения?

1. источник информации;
2. объект сравнения (то, что сравнивают);
3. эталон сравнения (с чем сравнивают);
4. модуль сравнения (общий признак сравнения, компаративная константа);

5. показатель сравнительного отношения.

Ответ: 1

Вопрос 6: К целям социологической экспертизы товарного знака на сходство до степени смешения НЕ относится:

1. защита товарных знаков, фирменных наименований, коммерческих обозначений, оформления товара, дизайна упаковки и иной интеллектуальной собственности от неправомерного использования сторонними лицами;
2. пресечение недобросовестной конкуренции, сопровождающейся введением в заблуждение потенциальных клиентов или подрывом репутации компании через использование схожих до степени смешения товарных знаков;
3. оценка уровня конкуренции между торговыми знаками;
4. отмена или запрет регистрации сходного обозначения.

Ответ: 3

Вопрос 7: Оценка рекламной продукции с точки зрения эмоционального отношения к ней потребителей производится при помощи:

1. метода семантического дифференциала Ч. Осгуда;
2. методики психологической экспертизы Е.Е. Прониной;
3. методики психологической экспертизы А.Н.Лебедева-Любимова.

Ответ: 1

Вопрос 8: Что НЕ является объектом при экспертизе психологической эффективности рекламы?

1. каналы распространения рекламы;
2. рекламные сообщения;
3. рекламная организация.

Ответ: 3

Вопрос 9: В основе способности восприятия к объединению фрагментов в целостный образ рекламы и к восстановлению этого образа по его фрагментам лежат «законы гештальта». Среди ниже перечисленных выберите лишний:

1. «преданность» знакомому образу (т.е. гештальту, имиджу, бренду);
2. тяготение частей к образованию симметричного целого;
3. группировка этих частей с точки зрения максимальной простоты, близости,
4. равновесия;
5. тенденция каждого феномена психики принять более определенную, отчетливую, завершенную форму.

Ответ: 1.

Вопрос 10: Создателю рекламы необходимо ориентироваться на эмоции потребителя только положительного знака. Выберите наиболее правильный комментарий:

1. да, это необходимо;
2. могут быть использованы эмоции негативного знака, но при доминировании положительных;
3. скорее нет, так как выбор подчинен рекламной задаче;
4. вызывают негативное отношение к предмету рекламы те сообщения, которые создаются без учета эмоциональных реакций потребителя.

Ответ: 3.

Вопрос 11: Выберите правильный ответ: Процесс воздействия на психику потребителей рекламы, связанный со снижением сознательности и критичности при восприятии внушаемого содержания, это:

1. убеждение;
2. внушение;
3. подражание;
4. зомбирование;
5. программирование.

Ответ: 2.

Вопрос 12: Выберите правильный ответ: Групповое целенаправленное (полустандартное) интервью, проходящее в форме групповой дискуссии и ориентированное на получение от ее участников «субъективной информации» о рекламе или рекламируемых товарах и услугах называется:

1. групповое интервью;
2. групповое полустандартное интервью;
3. групповое целенаправленное интервью;
4. метод фокус-групп;
5. холл-тест.

Ответ: 4.

Вопрос 12: Метод лексикографического анализа направлен на:

1. исследование лексикографических данных и является важной составной частью всего экспертного

исследования текста, так как именно словарные источники помогают составить первичное представление о реалии и языковых средствах, с помощью которых они вербализуются;

2. экспликацию семантической структуры слова, уточнение реализующих её денотативных, сигнификативных и коннотативных значений;
3. установление значений слов, словосочетаний, предложений в контексте всего высказывания;
4. выявление дифференциальных признаков значения конкретных языковых единиц в пределах анализируемой микросистемы.

Ответ: 1

Вопрос 13: Каким ключевым понятием оперирует лингвистическая экспертиза текстов?

1. Языковая норма;
2. Жаргон;
3. Языковая игра;
4. Медиатекст.

Ответ: 1

Вопрос 14: Запрещена ли реклама услуг по написанию курсовых и дипломных работы?

1. Запрещена полностью;
2. Запрещена в социальных сетях;
3. Запрещена только в вузах;
4. Не запрещена нигде.

Ответ: 1

Вопрос 15: Выберите неправильное утверждение:

1. Реклама боевого оружия не допускается.
2. Служебное оружие и патроны можно рекламировать только в специализированных профессиональных изданиях и в местах их реализации.
3. Гражданское, охотничье и спортивное оружие разрешено рекламировать только в специализированных печатных изданиях, в местах производства и продажи, также на ТВ с 23 до 7 ч. При этом в реклама не должна обращаться к несовершеннолетним и использовать образы несовершеннолетних.
4. Всякая реклама оружия и продукции военного назначения не разрешена.

Ответ: 4

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1: Что такое товарный знак?

Ответ: имя собственное, которое используется как средство индивидуализации производителя товара, услуг и т. п., а также самого товара, услуги.

Вопрос 2: Как называются мнения, не основанные на фактах?

Ответ: Домыслы

Вопрос 3: Экспрессивные (то есть яркие, необычные, образные) слова и выражения, принадлежащие определенной социальной, профессиональной, возрастной группе носителей языка – это...

Ответ: жаргон

Вопрос 4: информация, которую несет слово как единица языка – это

Ответ: значение слова

Вопрос 5: Сведения, которые содержат отрицательную характеристику лица – юридического или физического с точки зрения здравого смысла, морали («неписаного закона») или с правовой точки зрения (в той мере, в которой это может понимать любой дееспособный гражданин, не имея специальных познаний в области юриспруденции) это сведения:

Ответ: негативные

Вопрос 6: умаление чести и достоинства лица, выраженное в неприличной форме – это:

Ответ: оскорбление

Вопрос 7: К какому виду сведений относят сведения, распространение которых способно причинить вред чести личности либо деловой репутации юридического лица?

Ответ: порочащие сведения

Вопрос 8: Как называют побуждение слушающего или аудитории к определенному действию или принятию определенной точки зрения, отражающей некоторые идеалы говорящего?

Ответ: призыв

Вопрос 9: к какому виду источников информации относят фоногаммы, видеозаписи и печатные тексты, фиксирующие речевые произведения, подлежащие экспертизе?

Ответ: прямые источники

Вопрос 10: Как называется реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения относительно любых характеристик товара, включая его цену, ассортимент, комплектацию и др.?

Ответ: недостоверная реклама

Вопрос 11: Как называется реклама, которая содержит бранные слова, непристойные и оскорбительные образы, сравнения и выражения, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии,

социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

Ответ: неэтичная реклама

Вопрос 12: текст, являющийся предметом анализа лингвиста в ходе лингвистической экспертизы, называется:

Ответ: спорный текст

Вопрос 13: Как называется суждение, в котором отображается связь предмета и его признаков: некоторому предмету приписывается некоторый признак, свойство, качество и выражается повествовательным предложением?

Ответ: утверждение

Вопрос 14:Какая организация выявляет нарушения Закона РФ «О рекламе»?

Ответ: Федеральная антимонопольная служба

Вопрос 15: Воздействия, блокирующие способность человека к адекватному реагированию на жизненные обстоятельства, подрывающие его способность к анализу информации и осознанному выбору, снижающие сопротивляемость внешнему давлению, лишаящие человека чувства индивидуальности, личностной ценности представляют собой:

Ответ: психологическую опасность

Вопрос 16: Как называется экспертиза, для выполнения которой требуется привлечение специальных знаний сразу из нескольких отраслей социальных наук?

Ответ: социальная

Вопрос 17: К нарушениям какого характера относят неоправданно большое количество показов одного и того же рекламного ролика?

Ответ: к нарушениям этического характера

Вопрос 18: В каком году в России впервые был принят Закон «О рекламе»?

Ответ: в 1995 году

Вопрос 19: Какое направление экспертизы включает оценку рекламы на соответствие моральным нормам и ценностям потребителей рекламы, а также требованиям актов органов саморегулирования рекламы (кодексам этики и обычаям делового оборота)?

Ответ: этическое направление

Вопрос 20: Какое направление экспертизы включает в себя оценку эффективности и психологической безопасности воздействия данного продукта на сознание и подсознание, а также личность потребителя?

Ответ: психологическое направление

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАКРЫТЫХ ЗАДАНИЙ: Каждое задание оценивается 1 баллом.

Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

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

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ.

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

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

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

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

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

не предусмотрено

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра зачета по всему изученному курсу. Тест размещен в разделе «Промежуточная аттестация по дисциплине» онлайн-курса на образовательном портале «Открытый университет АлтГУ»:

<https://public.edu.asu.ru/mod/quiz/view.php?id=76138>

Количество заданий в контрольно-измерительном материале (тесте) для промежуточной аттестации, составляет 122 задания.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ в целом: Для зачета: «зачтено» – верно выполнено более 50% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 50% и менее 50% заданий.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	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	Загинайлов Ю. Н.	Теория информационной безопасности и методология защиты информации: Учебники и учебные пособия для ВУЗов	Директ-Медиа, 2015	http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=276557

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Шарков Ф. И.	Массовые коммуникации и медиапланирование: учеб. пособие	М.: Альфа-Пресс, 2008	

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

	Название	Эл. адрес
Э1	Портал Информационная безопасность (раздел статьи)	http://www.itsec.ru/ , https://www.itsec.ru/articles
Э2	Большой Национальный форум информационной безопасности	https://infoforum.ru/main/17-i-nacionalnyi-forum-informacionnoi-bezopasnosti
Э3	Информационный портал по безопасности в сети интернет	https://safe-surf.ru/
Э4	Курс Moodle	https://public.edu.asu.ru/course/view.php?id=1797

6.3. Перечень программного обеспечения

Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно);
Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно);
Chrome (<http://www.chromium.org/chromium-os/licenses>), (бессрочно);
7-Zip (<http://www.7-zip.org/license.txt>), (бессрочно);
AcrobatReader

(http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/ Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно);
ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (<https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/>), (бессрочно);
LibreOffice (<https://ru.libreoffice.org/>), (бессрочно);
Веб-браузер Chromium (<https://www.chromium.org/Home/>), (бессрочно);
Антивирус Касперский (<https://www.kaspersky.ru/>), (до 23 июня 2024);
Архиватор Ark (<https://apps.kde.org/ark/>), (бессрочно);
Okular (<https://okular.kde.org/ru/download/>), (бессрочно);

6.4. Перечень информационных справочных систем

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

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Digital-коммуникации рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью		
Направление подготовки	42.04.01. Реклама и связи с общественностью		
Профиль	Социальная безопасность медиaprостранства Большого Алтая		
Форма обучения	Очная		
Общая трудоемкость	6 ЗЕТ		
Учебный план	42_04_01_Реклама и СО_СБА-2022		
Часов по учебному плану	216	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты: 2	
аудиторные занятия	64		
самостоятельная работа	152		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		1 (2)		Итого	
	УП	РПД	УП	РПД		
Неделя	16		19			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	14	14	14	14	28	28
Практические	18	18	18	18	36	36
Сам. работа	40	40	112	112	152	152
Итого	72	72	144	144	216	216

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

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

Рабочая программа дисциплины
Digital-коммуникации

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528)

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

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

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

Заведующий кафедрой
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.	Формирование у студентов понимания механизмов действия основных коммуникационных инструментов в сфере digital.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.03

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ОПК-6	Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
ОПК-6.1	Знает характеристики современных технических средств и возможности информационно-коммуникационных технологий в сфере медиапроизводства
ОПК-6.2	Умеет отбирать эффективные цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение для процесса медиапроизводства
ОПК-6.3	Создает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты при помощи современных цифровых инструментов, технических средств и программного обеспечения
ПК-2	Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный продукт/проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.
ПК-2.1	Знает технологии разработки, реализации и продвижения коммуникационных продуктов\проектов
ПК-2.2	Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы по созданию, реализации и продвижению коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-2.3	Владеет навыками разработки концепции создания, реализации и продвижения коммуникационного продукта/проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	методы и инструменты digital-коммуникации, KPI оценки эффективности digital-коммуникации.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	планировать кампании по продвижению в digital-среде, оценивать эффективность digital-коммуникации
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыки работы с основными digital-инструментами: контекстная реклама, SMM, SERM.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Основы digital-коммуникаций						

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.1.	Особенности продвижения в digital-сфере	Лекции	1	4	ПК-2.1, ОПК-6.1	Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1
1.2.	Особенности продвижения в digital-сфере	Практические	1	4	ПК-2.1, ОПК-6.1	Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1
1.3.	Особенности продвижения в digital-сфере	Сам. работа	1	20	ПК-2.1, ОПК-6.1	Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1
1.4.	Обзор инструментов digital-коммуникации.	Лекции	1	10	ПК-2.1, ОПК-6.1	Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1
1.5.	Обзор инструментов digital-коммуникации.	Практические	1	14	ОПК-6.1	Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1
1.6.	Обзор инструментов digital-коммуникации.	Сам. работа	1	20	ОПК-6.1	Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1
1.7.	Стратегия и тактика digital-коммуникации.	Лекции	2	8	ОПК-6.1	Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1
1.8.	Стратегия и тактика digital-коммуникации.	Практические	2	6	ОПК-6.1	Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1
1.9.	Стратегия и тактика digital-коммуникации.	Сам. работа	2	42	ОПК-6.1	Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1
1.10.	Разработка плана digital-коммуникации.	Практические	2	6	ОПК-6.1	Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1
1.11.	Разработка плана digital-коммуникации.	Сам. работа	2	38	ПК-2.1, ОПК-6.1	Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1
1.12.	Методы оценки эффективности digital-коммуникации.	Лекции	2	6	ПК-2.1, ОПК-6.1	Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1
1.13.	Методы оценки эффективности digital-коммуникации.	Практические	2	6	ПК-2.1, ОПК-6.1	Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1
1.14.	Методы оценки эффективности digital-коммуникации.	Сам. работа	2	32	ПК-2.1, ОПК-6.1	Л1.1, Л1.2, Л2.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1

5. Фонд оценочных средств

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

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=11335>

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ ОПК-6:Способен проектировать и использовать эффективные психолого-педагогические, в том числе инклюзивные, технологии в профессиональной деятельности, необходимые для индивидуализации обучения, развития, воспитания обучающихся с особыми образовательными потребностями

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Каким образом в поисковых системах строятся каталоги?

- а. роботы
- б. автоматически при создании сайта
- в. людьми

Ответ: в

Вопрос 2. Цель seo—продвижения - это

- а. создание качественного контента
- б. улучшение видимости сайта в поисковых системах
- в. увеличение количества подписчиков

Ответ: б

Вопрос 3. Что такое SERP?

- а. комплекс мероприятий по управлению репутацией
- б. страница результатов поиска, выдаваемая пользователю ПС.
- в. стимулирование продаж в соцсетях

Ответ: б

Вопрос 4. Что такое виральность?

- а. это позиция сайта в выдаче
- б. это свойство контента, распространяться без усилий со стороны автора.
- в. 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, Atelect.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, ТУПОЗ, 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 A/B-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 persona» - 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.

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ ПК-2: Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный продукт/проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Как расшифровывается аббревиатура PPC, обозначающая тип рекламы?

- а. Parish Pastoral Council
- б. Pay Per Click
- в. Public Policy Center
- г. Public Power Corporation

Ответ: б

Вопрос 2. Что означает аббревиатура SEO, часто используемая в интернет-маркетинге?

- а. Search Engine Optimization
- б. Special Equipment Option
- в. Software Engineering Organization
- г. Security Engineering Officer

Ответ: а

Вопрос 3. Какой главный параметр лёг в основу оценки веса страницы в технологии Page Rank?

- а. количество посетителей страницы
- б. количество и качество внешних ссылок на веб-страничку
- в. количество рекламы на сайте

Ответ: б

Вопрос 4. К агрегаторам контекстной рекламы следует отнести следующие сервисы:

- а. eLama
- б. Яндекс.Директ
- в. AdWords

Ответ: а

Вопрос 5. К сервисам рассылки рекламных сообщений по базе данных электронных адресов следует отнести ресурсы

- а. Subscribe.Ru
- б. YouTube
- в. Gmail

Ответ: а

Вопрос 6. Какая стратегия является оптимальной в случае он-лайн продажи низкомаржинального товара?

- а. Стимулировать скорейший персональный контакт посетителей с продавцом
- б. Средства сайта должны максимально быстро выводить посетителя на чат с экспертом или продавцом
- в. Целесообразно чтобы покупатель обратился к продавцу только на финальной стадии

Ответ: в

Вопрос 7. Якорный текст (anchor text) – это:

- а. текст, по которому одна web-страница ссылается на другую
- б. якорный текст – это текст заголовка web страницы

Ответ: а

Вопрос 8. К какому типу рекламы относится медийная реклама в РСЯ?

- а. товарная
- б. торговая
- в. имиджевая

Ответ: в

Вопрос 9. Что относится к методам внешней оптимизации?

- а. регистрация в каталогах, обмен ссылками
- б. оптимизация контента, сбор СЯ

Ответ: а

Вопрос 10. Ключевые фразы в оптимизируемой веб-странице ...

- а. должны встречаться только в заголовках страницы
- б. должны встречаться в тексте страницы максимально часто
- в. должны встречаться в заголовках и тексте страницы с определенной частотой и вариативностью
- г. не должны встречаться в заголовках и тексте страницы одновременно

Ответ: в

Вопрос 11. К какому типу медиа относится блог компании?

- а. собственные медиа
- б. платные медиа
- в. заработанные медиа

Ответ: а

Вопрос 12. CPM – это рекламная модель, в которой цена устанавливается за...

- а. тысячу просмотров
- б. за миллион просмотров
- в. за сотню просмотров

Ответ: а

Вопрос 13. Какие ресурсы можно отнести к сервисам веб-аналитики?

- а. Google Analytics, Яндекс метрика
- б. Google AdWords, Google AdSense

Ответ: а

Вопрос 14. К какому типу медиа относятся сайты, которые ведут фанаты вашего бренда?

- а. собственные медиа
- б. платные медиа
- в. заработанные медиа

Ответ: в

Вопрос 15. К какому типу веб-аналитики относится инструмент Яндекс.Метрика?

- а. off-site
- б. on-site

Ответ: б

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Медиапланирование предполагает ответы на ряд вопросов. Опишите какие именно.

Ответ: Какую аудиторию можно привлечь на данной рекламной площадке? Где и с какой частотой показывать объявление? Какой бюджет? Какая стоимость клика или тысячи показов?

Вопрос 2. Опишите, что такое сплит-тестирование.

Ответ: Сплит-тестирование – это один из инструментов интернет-маркетинга, который позволяет сравнить контрольный образец с множеством вариаций, что бы выбрать лучший. Синоним сплит-тестирования – А/Б-тестирование.

Вопрос 3. В каком направлении идет эволюция электронной торговли?

Ответ: Эволюция электронной торговли идет навязывания товара к поддержке запросов от клиентов, созданию лояльного сообщества, формированию UGS и адвокации среди покупателей.

Вопрос 4. В случае онлайн-продажи цифровых продуктов (товаров, которые можно получить по Сети) какую стратегию предполагает запуск сайта?

Ответ: Весь процесс привлечения, информирования, убеждения покупателя, оплаты и получения товара следует организовать без персонального контакта с продавцом.

Вопрос 5. Выделите достоинства PPC в сравнении с SEO.

Ответ: Позволяет быстро получить результат, легко измеримая эффективность, URL не имеет значения.

Вопрос 6. Конверсия рекламного материала – это..

Ответ: отношение числа людей перешедших по рекламной ссылке к числу увидевших рекламу.

Вопрос 7. Качественный посетитель сайта – это..

Ответ: Пользователь, просмотревший более 3 страниц сайта и совершивший целевые действия.

Вопрос 8. Перечислите параметры авторитетности сайта у поисковых систем.

Ответ: возраст домена, количество ссылок на сайт, качество и полезность контента, качество ссылок на сайт, удобство навигации и страниц для посетителя.

Вопрос 9. Что такое «целевое действие на сайте»? Приведите 2 примера.

Ответ: Целевое действие – это действие, ожидаемое от посетителя сайта и запланированное владельцем сайта. Целевым действием может быть оформление корзины на сайте магазина, выход на страницу контактов на корпоративном сайте, заполнение формы о предпочтениях пользователя, скачивание файла.

Вопрос 10. Перечислите, что включает внутренняя seo-оптимизация сайта.

Ответ: увеличению релевантности ключевым словам, повышению удобства индексации страницы для роботов поисковых машин

Вопрос 11. Как не попасть в категорию спамеров при рассылке рекламы по e-mail?

Ответ: использовать адреса пользователей, которые дали согласие на получение писем, покупать тематические базы адресов рассылки у надежных поставщиков.

Вопрос 12. Выделите достоинства PPC в сравнении с SEO.

Ответ: Позволяет быстро получить результат, легко измерить эффективность вложений, URL не имеет значения.

Вопрос 13. Перечислите достоинства интернета как пространства для продвижения.

Ответ: Это быстрый отклик со стороны потенциальных клиентов, возможность отслеживания взаимодействия клиентов с рекламными материалами, контроль за тратами на рекламную кампанию, высокий уровень таргетинга.

Вопрос 15. Какие виды деятельности осуществляют рекламные агентства, специализирующиеся на digital?

Ответ: разработка сайтов и приложений, планирование и ведение рекламной кампании в системах контекстной рекламы, разработка SMM-стратегий.

Вопрос 16. Перечислите, что включает в себя digital-стратегия.

Ответ: Это дорожная карта для продвижения бизнеса в интернете. Она включает в себя постановку целей, описание тактических шагов, анализ конкурентов, анализ ЦА, бюджетирование, оценку результатов.

Вопрос 17. Опишите преимущества социальных сетей для бизнеса.

Ответ: создание UGC-контента, быстрая обратная связь, формирование лояльного к бренду сообщества, улучшение видимости в поисковых системах.

Вопрос 18. Что такое SERM?

Ответ: Search Engine Reputation Management) — это работа над улучшением репутации компании в поисковых системах. Стратегия SERM подразумевает публикацию положительных отзывов на существующих ресурсах и замещение ресурсов в поисковой выдаче.

Вопрос 19. Что такое ORM?

Ответ: это управление репутацией в сети, формирование и поддержание общественного восприятия конкретного бренда/персоны в социальных медиа. Специалисты по ORM работают в социальных сетях, в блогах, в онлайн-СМИ и общетематических и отраслевых форумах, на сайтах-отзовиках, на других проектах, где публикуется UGC.

Вопрос 20. Что такое сквозная аналитика и чем она отличается от обычной?

Ответ: Сквозная аналитика — это методика для анализа эффективности инвестиций в маркетинг. Задача сквозной аналитики — отслеживать полный путь клиента: откуда он пришел на сайт, сколько касаний произошло до момента покупки. А также более точно посчитать ROMI (возврат маркетинговых инвестиций) и выбрать наиболее эффективные каналы продвижения.

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

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

Не предусмотрено.

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра зачета. Обучающиеся, выполнившие в срок задания в течение семестра, получают зачет автоматически. Для обучающихся, не получивших зачет по результатам текущей успеваемости, организуется зачет в форме письменного опроса по всему изученному курсу. Контрольно-измерительный материал для письменного опроса формируется из заданий открытого типа текущего контроля, размещенных в Контрольных вопросах и заданиях для проведения текущей аттестации по дисциплины, а также заданий текущего контроля в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ». Количество заданий в письменном опросе для промежуточной аттестации - 5.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:
 Каждое задание оценивается 1 баллом.
 Оценивание КИМ в целом: «зачтено» – верно выполнено более 50% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 50% и менее 50% заданий.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Коноваленко В. А., Коноваленко М. Ю., Швед Н. Г.	РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ: ВВЕДЕНИЕ В СПЕЦИАЛЬНОСТЬ. Учебник для бакалавров: Гриф УМО ВО	М.:Издательство Юрайт, 2019	https://biblio-online.ru/book/A9460928-9A33-4717-989A-48ED308DC7E5
Л1.2	Синяева, И. М.	Реклама и связи с общественностью :: учебник для бакалавров	Юрайт, 2019	www.biblio-online.ru/book/6FCD51FD-AEC4-442D-8049-8938B8168126 .
Л1.3	Федотова, Л. Н.	Реклама: теория и практика: учебник для вузов	Москва : Издательство Юрайт, 2022	URL: https://urait.ru/bcode/489371
Л1.4	Поляков В.А.	Реклама: разработка и технологии производства:	Юрайт, 2023	https://urait.ru/book/reklama-razrabotka-i-technologii-proizvodstva-517937

6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Чумиков, А. Н.	Связи с общественностью и медиакоммуникации : учебное пособие для вузов : Высшее образование	Москва : Издательство Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/520599
Л2.2	Е. С. Григорян	Маркетинговые коммуникации: учебник	ИНФРА-М, 2021	URL: https://znanium.com/catalog/product/1371939
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Курс по дисциплине		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=11335	
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
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	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные

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

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»

Медиааналитика рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.04.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Социальная безопасность медиaprостранства Большого Алтая
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	12 ЗЕТ
Учебный план	42_04_01_Реклама и СО_СБА-2022

Часов по учебному плану	432	Виды контроля по семестрам
в том числе:		экзамены: 2
аудиторные занятия	128	диф. зачеты: 3
самостоятельная работа	277	
контроль	27	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (2)		2 (3)		Итого	
	19		16			
Неделя	19		16			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	16	16	16	16	32	32
Лабораторные	32	32	32	32	64	64
Практические	16	16	16	16	32	32
Сам. работа	125	125	152	152	277	277
Часы на контроль	27	27	0	0	27	27
Итого	216	216	216	216	432	432

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

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

Рабочая программа дисциплины
Медиааналитика

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528)

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

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

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

Заведующий кафедрой
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 учебной дисциплины - ознакомить студентов с анализом процесса кодировки и интерпретации рекламного сообщения, способов передачи того или иного содержания, а также исследованием сообщения через категории, ценности, потребности, к которым отсылает эта реклама, анализом и статистикой рекламы и аудитории. Медиааналитика как дисциплина наиболее востребована в качестве исследования медиаполя компаний, брендов, продуктов, ведомств, НКО и персоналий. Основные цели таких проектов — формирование, оценка или корректировка стратегии продвижения и коммуникационной политики, оценка имиджевых угроз.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.О.03**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ОПК-2	Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-2.1	Знает основные тенденции развития общественных и государственных институтов
ОПК-2.2	Умеет анализировать тенденции и причинно-следственные связи в развитии общественных и государственных институтов
ОПК-2.3	Создает медиатексты и (или) медиапродукты с учетом результатов анализа тенденций и причинно-следственных связей в развитии общественных и государственных институтов
ПК-1	Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии в целях продвижения продукции СМИ средствами стратегических коммуникаций
ПК-1.1	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-1.2	Умеет разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга
ПК-1.3	Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций
ПК-1.4	Умеет осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение
ПК-1.5	Владеет: навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий
ПК-1.6	Владеет навыками выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	теоретико-методологические основы медиааналитики; содержание основных этапов медиааналитического исследования; параметры, метрики и показатели эффективности (KPI), используемые для оценки коммуникаций;
3.2.	Уметь:

3.2.1.	применять понятийный аппарат медианалитики при исследовании коммуникационных программ и мероприятий; оценивать качество сложившегося вокруг компании или бренда информационного поля; использовать информационные технологии для разработки отчетности перед руководством / рапорта о проделанном анализе медиа.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками использования информационных технологий для анализа потребностей и тенденций рынка (по данным СМИ и социальных медиа);навыками определения ключевых СМИ, лояльных и нелояльных журналистов, а также основных экспертов и спикеров; навыками формирования комплексной информационной политики любой компании или публичной персоны.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Теоретико-методологические основания аналитической деятельности.						
1.1.	Основные задачи и возможности медиаанализа.	Лекции	2	2	ПК-1.1, ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.2.	Основные задачи и возможности медиаанализа.	Практические	2	2	ПК-1.1, ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.3.	Основные задачи и возможности медиаанализа.	Лабораторные	2	4	ПК-1.1, ОПК-2.1, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.4.	Основные задачи и возможности медиаанализа.	Сам. работа	2	12	ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.5.	Медиаизмерения и оценка PR-кампаний	Лекции	2	2	ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.6.	Медиаизмерения и оценка PR-кампаний	Практические	2	2	ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.7.	Медиаизмерения и оценка PR-кампаний	Лабораторные	2	4	ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.8.	Медиаизмерения и оценка PR-кампаний	Сам. работа	2	12	ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.9.	Этапы и результаты медиааналитического исследования.	Лекции	2	2	ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.10.	Этапы и результаты медиааналитического исследования.	Практические	2	2	ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.11.	Этапы и результаты медиааналитического исследования.	Лабораторные	2	4	ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.12.	Этапы и результаты медиааналитического исследования.	Сам. работа	2	12	ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-2.2	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
Раздел 2. Концептуальные основы медианализа						
2.1.	Наиболее часто используемые простые параметры исследования публикаций.	Лекции	2	2	ПК-1.1, ПК-1.6	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
2.2.	Наиболее часто используемые простые параметры исследования публикаций.	Практические	2	2	ПК-1.1, ПК-1.6	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
2.3.	Наиболее часто используемые простые параметры исследования публикаций.	Лабораторные	2	4	ПК-1.1, ПК-1.6	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
2.4.	Наиболее часто используемые простые параметры исследования публикаций.	Сам. работа	2	12	ПК-1.1, ПК-1.6	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
2.5.	Метрики, служащие анализу СМИ.	Лекции	2	2	ПК-1.1, ПК-1.6	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
2.6.	Метрики, служащие анализу СМИ.	Практические	2	2	ПК-1.1, ПК-1.6	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
2.7.	Метрики, служащие анализу СМИ.	Лабораторные	2	4	ПК-1.1, ПК-1.6	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
2.8.	Метрики, служащие анализу СМИ.	Сам. работа	2	12	ПК-1.1, ПК-1.6	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
2.9.	Интегральные метрики оценки СМИ.	Лекции	2	2	ПК-1.1, ПК-1.6	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
2.10.	Интегральные метрики оценки СМИ.	Практические	2	2	ПК-1.1, ПК-1.6	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
2.11.	Интегральные метрики оценки СМИ.	Лабораторные	2	4	ПК-1.1, ПК-1.6	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
2.12.	Интегральные метрики оценки СМИ.	Сам. работа	2	21	ПК-1.1, ПК-1.6	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
2.13.	Метрики для анализа социальных медиа.	Лекции	2	2	ПК-1.1, ПК-1.6	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.14.	Метрики для анализа социальных медиа.	Практические	2	2	ПК-1.1, ПК-1.6	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
2.15.	Метрики для анализа социальных медиа.	Лабораторные	2	4	ПК-1.1, ПК-1.6	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
2.16.	Метрики для анализа социальных медиа.	Сам. работа	2	22	ПК-1.1, ПК-1.6	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
2.17.	Метрики для анализа социальных медиа.	Лекции	2	2	ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
2.18.	Метрики для анализа социальных медиа.	Практические	2	2	ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
2.19.	Метрики для анализа социальных медиа.	Лабораторные	2	4	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
2.20.	Метрики для анализа социальных медиа.	Сам. работа	2	22	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2

Раздел 3. Организационные аспекты деятельности PR-специалиста.

3.1.	Система KPI PR-специалиста: СМИ	Лекции	3	16	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
3.2.	Система KPI PR-специалиста: СМИ	Практические	3	16	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
3.3.	Система KPI PR-специалиста: СМИ	Лабораторные	3	32	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
3.4.	Система KPI PR-специалиста: СМИ	Сам. работа	3	152	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=10847>

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ ОПК-2: Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. опросная техника, позволяющая установить количество людей, знающих об объектах исследования (компаниях, персонах, марках и т.п.) с подсказкой, когда опрашиваемый выбирает известное из предложенного списка. см. осведомленность, спонтанная известность

а. знание с подсказкой

- б. вопрос с подсказкой
- в. опрос с подсказкой
- г. ответы-подсказки

Ответ: а

Вопрос 2. В.A.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 признаками тематической, целевой или эмоциональной направленности
- б. по признаками виральности, охвата или эмоциональной направленности
- в. по признаками релевантности, тональности или эмоциональной направленности

г. по признаками тематической, аудиторного охвата или эмоциональной направленности

Ответ: б

Вопрос 9. Анализ внешней среды в медианалитике – 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 медианалитики.

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 в 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 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-1: Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии в целях продвижения продукции СМИ средствами стратегических коммуникаций.

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; категориальные данные (например, доход как категория: до 30 тыс., от 30 до 50 тыс. и т.п.)

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

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

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

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

Вопрос 10. Как используется регрессия в PR-деятельности?

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

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

Ответ: Рейтинг лояльности журналистов определенному бренду/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 предусмотрены.

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра экзамен/зачет 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.

Приложения

Приложение 1.  [Медиааналитика СБА ФОС 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	Карасев А.П.	МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ 2-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для СПО: Гриф УМО СПО	М.:Издательство Юрайт, 2022	https://urait.ru/viewer/marketingovye-issledovaniya-489822#page/1
Л1.2	Музыкант, В. Л.	Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. Smm, рынок m&a: учебник и практикум для академического бакалавриата	Юрайт, 2019	www.biblio-online.ru/book/540127E1-A354-40F9-8D7F-AA55E2551A2B
Л1.3	Музыкант, В. Л.	Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. Smm, рынок m&a: учебник и практикум для академического бакалавриата	Юрайт, 2019	https://www.biblio-online.ru/bcode/428807
Л1.4	Б. З. Зельдови	Менеджмент в медиаиндустрии: учебник для среднего профессионального образования	Издательство Юрайт, 2021	https://urait.ru/bcode/476279

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	Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/511855

		практикум для вузов: Высшее образование		
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Клуб специалистов PR		http://www.pr-club.com/	
Э2	Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека online"		http://biblioclub.ru/	
Э3	курс в Мудл "Медиааналитика"		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=10847	
6.3. Перечень программного обеспечения				
<p>Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно); Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно); Chrome (http://www.chromium.org/chromium-os/licenses), (бессрочно); 7-Zip (http://www.7-zip.org/license.txt), (бессрочно); AcrobatReader (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно); ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно); LibreOffice (https://ru.libreoffice.org/), (бессрочно); Веб-браузер Chromium (https://www.chromium.org/Home/), (бессрочно); Антивирус Касперский (https://www.kaspersky.ru/), (до 23 июня 2024); Архиватор Ark (https://apps.kde.org/ark/), (бессрочно); Okular (https://okular.kde.org/ru/download/), (бессрочно); Редактор изображений Gimp (https://www.gimp.org/), (бессрочно)</p>				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
<p>Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com) 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
415Д	специализированный компьютерный класс кафедры связей с общественностью и рекламы - компьютерный класс - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 16 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1шт.; системный блок: IntelCore 2 DuoE7400 -17 шт.; сервер: системный блок: AquariusIntelPentiumD; монитор: Acer V173 B -16 шт.; монитор: Acer V193W 1 шт.; телевизор Samsung
415Д	специализированный компьютерный класс кафедры связей с общественностью и рекламы - компьютерный класс - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения	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

Аудитория	Назначение	Оборудование
	групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	
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
001вК	склад экспериментальной мастерской - помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Акустический прибор 01021; виброизмеритель 00032; вольтметр Q1202 Э-500; вольтметр универсальный В7-34А; камера ВФУ -1; компьютер Турбо 86М; масспектрометр МРС -1; осциллограф ЕО -213- 2 ед.; осциллограф С1-91; осциллограф С7-19; программатор С-815; самописец 02060 – 2 ед.; стабилизатор 3218; терц-октавный фильтр 01023; шкаф вытяжной; шумомер 00026; анализатор АС-817; блок 23 Г-51; блок питания "Статрон" – 2 ед.; блок питания Ф 5075; вакуумный агрегат; весы; вольтметр VM - 70; вольтметр В7-15; вольтметр В7-16; вольтметр ВУ-15; генератор Г-5-6А; генератор Г4-76А; генератор Г4-79; генератор Г5-48; датчик колебаний КВ - 11/01; датчик колебаний КР -45/01; делитель Ф5093; измеритель ИМП -2; измеритель параметров Л2-12; интерферометр ИТ 51-30; источник "Агат" – 3 ед.; источник питания; источник питания ЭСВ -4; лабораторная установка для настройки газовых лазеров; лазер ЛГИ -21; М-кальк-р МК-44; М-калькул-р "Электроника"; магазин сопротивления Р4075; магазин сопротивления Р4077; микроскоп МБС -9; модулятор МДЕ; монохроматор СДМС - 97; мост переменного тока Р5066; набор цветных стекол; насос вакуумный; насос вакуумный ВН-01; осциллограф С1-31; осциллограф С1-67; осциллограф С1-70; осциллограф С1-81; осцилоскоп ЕО - 174В – 2 ед.; пентакта L-100; пирометр "Промень"; пистонфон 05001; преобразователь В9-1; прибор УЗДН -2Т; скамья оптическая СО 1м; спектограф ДФС -452; спектограф ИСП -51; стабилизатор 1202; стабилизатор 3217 – 4 ед.; стабилизатор 3218; стабилизатор 3222 – 3 ед.; станок токарный ТВ-4; усилитель мощности ЛВ -103 – 4 ед.; усилитель У5-9; центрифуга ВЛ-15; частотомер ЧЗ-54А; шкаф металлический; эл.двигатель; электродинамический калибратор 11032

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции, практические занятия, лабораторные занятия, а также самостоятельную работу. Изучение курса завершается экзаменом во 2 семестре и зачетом с оценкой в третьем. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических и лабораторных 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 и 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 и 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 и 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 практическом или лабораторном занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

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

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

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

руководствоваться графиком самостоятельной работы,

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

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

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.

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»

Планирование и реализация коммуникационных кампаний рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.04.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Социальная безопасность медиaprостранства Большого Алтая
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	6 ЗЕТ
Учебный план	42_04_01_Реклама и СО_СБА-2022

Часов по учебному плану	216	Виды контроля по семестрам
в том числе:		экзамены: 2
аудиторные занятия	58	
самостоятельная работа	131	
контроль	27	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (2)		Итого	
	Неделя 19			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	24	24	24	24
Практические	34	34	34	34
Сам. работа	131	131	131	131
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	216	216	216	216

Программу составил(и):

канд. филол. наук, доцент, Янчевская Ксения Александровна

Рецензент(ы):

канд. соц. наук, директор ИП «Василенко» (+ WEB – Актуальные интернет решения), Василенко И.А

Рабочая программа дисциплины

Планирование и реализация коммуникационных кампаний

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528)

составлена на основании учебного плана:

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8

Срок действия программы: 2023-2024 уч. г.

Заведующий кафедрой

д.социол.н., профессор Ковалева А.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8

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

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Целью освоения дисциплины является формирование системы знаний и практических навыков планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний. Задачи курса: познакомить студентов с основами маркетингового проектирования коммуникационных кампаний; изучить технологии проектирования рекламных кампаний; изучить технологии проектирования PR-кампаний; сформировать у студентов навыки планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.О.03**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ОПК-1	Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
ОПК-1.1	Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.
ОПК-1.2	Умеет разрабатывать организационный план производства медиатекстов\медиапродуктов или коммуникационных продуктов
ОПК-1.3	Создает востребованные индустрией рекламы и связей с общественностью тексты и (или) иных коммуникационные продукты с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем
ПК-1	Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии в целях продвижения продукции СМИ средствами стратегических коммуникаций
ПК-1.1	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-1.2	Умеет разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга
ПК-1.3	Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций
ПК-1.4	Умеет осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение
ПК-1.5	Владеет: навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий
ПК-1.6	Владеет навыками выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации
ПК-2	Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный продукт/проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.
ПК-2.1	Знает технологии разработки, реализации и продвижения коммуникационных продуктов\проектов
ПК-2.2	Умеет: разрабатывать концептуальные и стратегические документы по созданию, реализации и продвижению коммуникационного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

ПК-2.3	Владеет навыками разработки концепции создания, реализации и продвижения коммуникационного продукта/проекта в сфере рекламы и связей с общественностью
--------	--

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. Коммуникационная кампания в системе коммуникаций организации						
1.1.	Коммуникационные кампании: основные понятия, типы, составляющие	Лекции	2	2	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
1.2.	Коммуникационные кампании: основные понятия, типы, составляющие	Практические	2	2	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
1.3.	Коммуникационные кампании: основные понятия, типы, составляющие	Сам. работа	2	10	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.4.	Предмет и виды коммуникационных компаний	Лекции	2	2	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
1.5.	Предмет и виды коммуникационных компаний	Практические	2	2	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
1.6.	Предмет и виды коммуникационных компаний	Сам. работа	2	10	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
1.7.	Фирменный стиль и бренд в системе коммуникаций компании	Лекции	2	2	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
1.8.	Фирменный стиль и бренд в системе коммуникаций компании	Практические	2	4	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
1.9.	Фирменный стиль и бренд в системе коммуникаций компании	Сам. работа	2	10	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
Раздел 2. Подготовительный этап коммуникационной кампании						
2.1.	4 Стратегическое планирование коммуникационной кампании	Лекции	2	2	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
2.2.	Стратегическое планирование коммуникационной кампании	Практические	2	2	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5,	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
					ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	
2.3.	Стратегическое планирование коммуникационной кампании	Сам. работа	2	10	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
2.4.	Аудитория коммуникационной кампании	Лекции	2	2	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
2.5.	Аудитория коммуникационной кампании	Практические	2	4	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
2.6.	Аудитория коммуникационной кампании	Сам. работа	2	14	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
2.7.	Разработка основного сообщения коммуникационной кампании	Лекции	2	2	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
2.8.	Разработка основного сообщения коммуникационной кампании	Практические	2	2	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
2.9.	Разработка основного сообщения коммуникационной кампании	Сам. работа	2	10	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
2.10.	Инструменты и каналы коммуникации	Лекции	2	2	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3,	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	подачи циклов рекламных сообщений				ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	
2.11.	Инструменты и каналы коммуникации подачи циклов рекламных сообщений	Практические	2	2	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
2.12.	Инструменты и каналы коммуникации подачи циклов рекламных сообщений	Сам. работа	2	10	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
Раздел 3. Организация коммуникационной кампании						
3.1.	Тактическое планирование коммуникационной кампании	Лекции	2	2	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
3.2.	Тактическое планирование коммуникационной кампании	Практические	2	4	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
3.3.	Тактическое планирование коммуникационной кампании	Сам. работа	2	14	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
3.4.	Медиапланирование коммуникационной кампании	Лекции	2	2	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
3.5.	Медиапланирование коммуникационной кампании	Практические	2	0	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
3.6.	Медиапланирование коммуникационной кампании	Сам. работа	2	10	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
3.7.	Показатели эффективности и бюджет коммуникационной кампании	Лекции	2	2	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
3.8.	Показатели эффективности и бюджет коммуникационной кампании	Практические	2	2	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
3.9.	Показатели эффективности и бюджет коммуникационной кампании	Сам. работа	2	10	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
Раздел 4. Коммуникационное сопровождение событий						
4.1.	Коммуникационное сопровождение событий	Лекции	2	2	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
4.2.	Коммуникационное сопровождение событий	Практические	2	4	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
4.3.	Коммуникационное сопровождение событий	Сам. работа	2	12	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
Раздел 5. Коммуникационные кампании в кризисных ситуациях						

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
5.1.	Коммуникационные кампании в кризисных ситуациях	Лекции	2	2	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
5.2.	Коммуникационные кампании в кризисных ситуациях	Практические	2	6	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
5.3.	Коммуникационные кампании в кризисных ситуациях	Сам. работа	2	11	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1, Л1.2
5.4.		Экзамен	2	27	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	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

Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале «Открытый университет АлтГУ» <https://public.edu.asu.ru/course/view.php?id=1795> .

Оценка сформированности компетенции:

ОПК-1: Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Что определяет задачи для достижения цели, способы их решения и задает конкретный план действий?

- а) Тактика;
- б) Операция;
- в) Стратегия;

Правильный ответ: а

Вопрос 2. Стратегия, которая описывает общее направление развития компании, его производственно-сбытовой деятельности, показывает, как управлять различными видами бизнеса, чтобы сбалансировать портфель товаров и услуг – это стратегия:

- а) Базовая
- б) Производственная

в) Оптимальная
Правильный ответ: а

Вопрос 3. Какое действие из перечисленных ниже НЕ относится к оперативному маркетинговому планированию?

- а) разработка стратегий сегментации;
- б) разработка бюджета маркетинговых мероприятий;
- в) реализация запланированных мероприятий;
- г) контроль достигнутых результатов.

Правильный ответ: а

Вопрос 4. Что показывает аудит макроокружения:

- а) показывает факторы макросреды, оказывающее решающее влияние на деятельность предприятия;
- б) означает сбор и анализ информации относительно: рынка, потребителей, конкурентов, партнеров по бизнесу (посредников и поставщиков);
- в) показывает размер, рост и тенденции рынка (стоимость, объем); потребители (покупатели), их демографические изменения, психографическое и покупательское поведение;

Правильный ответ: а

Вопрос 5. Анализ внешней среды – это:

- а) контроль внешних факторов для определения возможностей и угроз
- б) определение демографических тенденций развития
- в) учет действия правительства в деятельности организации
- г) организация работы по анализу рынка

Правильный ответ: а

Вопрос 6. SWOT-анализ включает:

- а) анализ сильных и слабых сторон, а также возможностей организации и вероятных угроз
- б) анализ конкурентных преимуществ организации
- в) анализ макросистемы рынка и конкретных целевых рынков
- г) анализ ключевых факторов успеха организации

Правильный ответ: а

Вопрос 7. Цели организации должны быть:

- а) конкретными, измеримыми и перекрестно поддерживающимися
- б) как можно более общими, тогда проще отчитаться в их выполнении
- в) как можно более близкими, тогда проще осуществлять контроль
- г) предварительными, текущими, заключительными

Правильный ответ: а

Вопрос 8. Стратегия – это:

- а) набор решений и действий, помогающих организации достичь своих целей
- б) четко выраженная причина существования организации
- в) высокие слова, позволяющие организации формировать свой имидж
- г) контроль внешних факторов для определения возможностей и угроз для организации

Правильный ответ: а

Вопрос 9. Стратегия, предполагающая развитие предприятия и превышение показателей каждого последующего года по сравнению с предыдущим:

- а) стратегия роста
- б) стратегия сокращения
- в) стратегия фокусирования
- г) корпоративная стратегия

Правильный ответ: а

Вопрос 10. Основная задача инновационной стратегии:

- а) разработка и внедрение новой продукции
- б) обоснование для потенциальных инвесторов наиболее эффективных направлений вложения их капиталов
- в) выявление потенциального спроса и неудовлетворенных потребностей
- г) выход на международные рынки с целью привлечения зарубежного капитала и поиска стратегических партнеров

Правильный ответ: а

Вопрос 11. Обычно стратегическое планирование бывает рассчитано на:

- а) долгосрочную перспективу
- б) краткосрочную перспективу
- в) среднесрочную перспективу
- г) финансовую перспективу

Правильный ответ: а

Вопрос 12. Составление стратегического плана – это функция:

- а) руководства
- б) внешних консультантов
- в) планового отдела
- г) финансового отдела

Правильный ответ: а

Вопрос 13. Что в концепции SMART, означает буква «М»?

- а) Измеримый. Цель по SMART должна быть измеримой. На этапе постановки цели необходимо установить конкретные критерии для измерения процесса выполнения цели.
- б) Конкретный. Цель должна быть конкретной, что увеличивает вероятность ее достижения. Понятие «Конкретный» означает, что при постановке цели точно определен результат, который Вы хотите достичь.
- в) Достижимый. Цели по SMART должны быть достижимы, так как реалистичность выполнения задачи влияет на мотивацию исполнителя. Если цель не является достижимой – вероятность ее выполнения будет стремиться к нулю.
- г) Значимый. Для определения значимости цели важно понимать, какой вклад решение конкретной задачи внесет в достижение глобальных стратегических задач компании.

Правильный ответ: а

Вопрос 14. CRM – это:

- а) направленная на построение устойчивого бизнеса концепция и бизнес-стратегия, ядром которой является «клиентоориентированный» подход;
- б) повышение эффективности бизнес-процессов, сосредоточенных во фронт-офисе, направленных на привлечение и удержание клиентов – в маркетинге, продажах, сервисе и обслуживании, независимо от канала, через который происходит контакт с клиентом.
- в) ряд маркетинговых баз данных, обеспечивающих анализ на уровне продукта (его продаж), но слабо интегрированных с источниками другой информации;

Правильный ответ: а

Вопрос 15. В каком году Т. Левиттом была представлена концепция Жизненного цикла товара:

- а) 1965
- б) 1981
- в) 1964
- г) 2001

правильный ответ: а

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1: Что подразумевает цель анализа стратегических факторов?

Ответ: выявление угроз и возможностей внешней среды, а также сильных и слабых сторон организации

Вопрос 2: Как называется стратегия, направленная на сворачивание деятельности по конкретным видам деятельности, продуктам, рынкам?

Ответ: стратегия сокращения.

Вопрос 3: Как называется аудит, результаты которого показывают размер, рост и тенденции рынка (стоимость, объем); потребители (покупатели), их демографические изменения, психографическое и покупательское поведение?

Ответ: Аудит рынка

Вопрос 4: Процесс деления единого потребительского рынка на некоторое количество сегментов по какому-либо фактору (признаку) – это

Ответ: Сегментация рынка

Вопрос 5: Получить достаточную информацию о сильных и слабых сторонах конкурента, о его стратегии, намерениях и возможностях для повышения эффективности собственных действий – это цель...

Ответ: конкурентного анализа

Вопрос 6: Кто является автором Золотого правила теории пяти сил конкуренции?

Ответ: Майкл Портер

Вопрос 7: Как называется процесс сравнения продуктов, услуг или процессов одной организации с продуктами, услугами или процессами другой организации?

Ответ: Бенчмаркинг

Вопрос 8: Кто является автором концепции Жизненного цикла товара?

Ответ: Т. Левитт

Вопрос 9: Как называется процесс изменения объема продаж, как в денежном, так и в количественном отношении, с момента его выхода на рынок и до полного упадка и ухода с рынка?

Ответ: Жизненный цикл товара

Вопрос 10: Интегрированные усилия по построению, поддержанию и развитию сети отношений с отдельными потребителями для взаимной пользы посредством взаимодействия, индивидуализации отношений на протяжении длительного времени это:

Ответ: Маркетинг взаимоотношений

Вопрос 11: Что в концепции SMART, означает буква «М»?

Ответ: Измеримый. Цель по SMART должна быть измеримой. На этапе постановки цели необходимо установить конкретные критерии для измерения процесса выполнения цели.

Вопрос 12: Обычно стратегическое планирование бывает рассчитано на перспективу:

Ответ:долгосрочную

Вопрос 13: Основная задача инновационной стратегии заключается в :

Ответ: разработке и внедрении новой продукции

Вопрос 14: Как называется стратегия, предполагающая развитие предприятия и превышение показателей каждого последующего года по сравнению с предыдущим?

Ответ: стратегия роста

Вопрос 15: Что является главной целью стратегического анализа внешней среды?

Ответ:определение возможностей и угроз

Вопрос 16: Какой уровень стратегического менеджмента является высшим?

Ответ: корпоративный

Вопрос 17: Набор решений и действий, помогающих организации достичь своих целей – это

Ответ: стратегия

Вопрос 18: что является исходной точкой для планирования ?

Ответ: цели

Вопрос 19: Как называется методика, включающая анализ сильных и слабых сторон, а также возможностей организации и вероятных угроз?

Ответ: SWOT-анализ.

Вопрос 20: Как называется методика, включающая анализ политических, экономических и технологических факторов?

Ответ:PEST – анализ

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-1: Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии в целях продвижения продукции СМИ средствами стратегических коммуникаций.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. К задачам стратегического маркетинга НЕ относится:

- А) Формирование ценовой политики;
- Б) Разработка маркетинговых стратегий и планов;
- В) Оценка привлекательности рынков;
- Г) Разработка стратегии сегментации выбранных рынков.

Ответ: А

Вопрос 2: Какой из перечисленных базовых стратегий НЕ существует?

- А) стратегия размещения;
- Б) стратегия сокращения;
- В) стратегия стабильности;
- Г) стратегия роста.

Ответ: А

Вопрос 3: Интегрированный рост – это:

- А) рост за счет развития деятельности на уже занимаемых рынках;
- Б) развитие за счет объединений с организациями конкурирующего профиля, своими поставщиками или посредниками;
- В) развитие за счет поиска и выхода компании на новые товарные рынки с новыми товарными предложениями путем использования новых технологий, поглощения, слияния с организациями, уже присутствующими на выбранных рынках.

Ответ: Б

Вопрос 4: Аудит микроокружения:

- А) показывает факторы макросреды, оказывающее решающее влияние на деятельность предприятия;
- Б) означает сбор и анализ информации относительно: рынка, потребителей, конкурентов, партнеров по бизнесу (посредников и поставщиков).
- В) показывает размер, рост и тенденции рынка (стоимость, объем); потребители (покупатели), их демографические изменения, психографическое и покупательское поведение;

Ответ: Б

Вопрос 5: Сегментирование потребителей - это:

- А) разделение рынка для оценки значимости каждого сегмента и идентификации конкурентных товаров, определения источников рыночного развития, подсчета доли и роста рынка.
- Б) разбивка их на однородные группы по критериям так, чтобы эти группы были отличными от других (по-разному реагировали на стимул) и могли быть выбраны в качестве целевой аудитории.

Ответ: Б

Вопрос 6: Разбиение каждого полученного сегмента рынка (в результате проведения макросегментации) на части в зависимости от типа потребителей – это:

- А) Микросегментация;
- Б) Минисегментация;
- В) Классификация;

Ответ: А

Вопрос 7: Как называется стратегия, которая рассчитана на первоначальное принятие товара сегментами потребителей-новаторов с более высокими доходами, которые являются лидерами мнений и способны повлиять на дальнейшую популярность товара среди более широких групп потребителей:

- А) стратегия «снятия сливок»
- Б) стратегия лидерства
- В) стратегия опережения

ответ: А

Вопрос 8: Интегрированные усилия по построению, поддержанию и развитию сети отношений с отдельными потребителями для взаимной пользы посредством взаимодействия, индивидуализации отношений на протяжении длительного времени это:

- А) Маркетинг взаимоотношений
- Б) Маркетинг потребителей
- В) Маркетинг организации

Ответ: А

Вопрос 9: Какой из перечисленных этапов НЕ относится к процессу стратегического управления?

- А) Создание логотипа.
- Б) Формирование стратегического видения и миссии.
- В) Постановка целей.
- Г) Оценка и анализ внешней среды.
- Д) Оценка стратегий.

Ответ: А

Вопрос 10: Дифференцированный маркетинг означает, что:

- А) Фирма обращается ко всему рынку с одной маркетинговой программой и сосредоточена не на различиях, а на сходстве потребителей, экономя на рекламе, маркетинговых исследованиях и производстве товара.
- Б) Фирма выступает на нескольких сегментах, и разрабатывает на них комплекс маркетинга. Рынок предприятий при этом расширяется, но затраты велики, поэтому данную стратегию чаще используют

крупные предприятия.

В) Фирма концентрируется на большой доле рынка, это ведет к хорошему знанию рынка, лучшему удовлетворению потребностей, экономии на основе специализации; однако повышен риск.

Ответ: Б.

Вопрос 11: Наличие продуктов-заменителей:

- А) уменьшает ценовую власть покупателей;
- Б) увеличивает ценовую власть покупателей;
- В) не влияет на ценовую власть покупателей;
- Г) увеличивает экспортно-импортное сальдо.

Ответ: Б

Вопрос 12: После проведения внутреннего анализа фирма должна определить:

- А) каких внешних угроз, усугубленных недостатками организации нужно больше всего опасаться;
- Б) где она сейчас находится и каково ее состояние, выраженное в характеристиках ее клиентов, продуктов, технологий, персонала и управления;
- В) как могут быть нейтрализованы внешние угрозы конкурентными преимуществами организации;
- Г) как ключевые факторы успеха могут нейтрализовать слабости организации.

ответ: Б

Вопрос 13: Для товара «дойная корова» характерны денежные потоки:

- А) отрицательные;
- Б) инвестиционные;
- В) положительные;
- Г) нулевые.

Ответ: В

Вопрос 14: Положение фирмы на рынке, позволяющее ей преодолевать силы конкуренции и привлекать покупателей:

- А) деловая стратегия;
- Б) конкурентные преимущества;
- В) синергизм;
- Г) стратегия фокусирования.

ответ: Б

Вопрос 15: Стратегия лидерства в издержках направлена на достижение конкурентных преимуществ за счет:

- А) высоких затрат и более низкой себестоимости
- Б) высоких затрат и более высокой себестоимости
- В) низких затрат и более низкой себестоимости
- Г) низких затрат и более высокой себестоимости

ответ: В

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1: Как называется комплексный документ, объединяющий в единое целое видение перспектив развития компании, четко сформулированные цели и пути их достижения?

Ответ: Стратегический план

Вопрос 2: Как определяется состояние соперничества или соревнования, часто между более или менее соответствующими друг другу компаниями?

Ответ : Конкуренция

Вопрос 3: Как называется человек или компания, которая получает, потребляет и оценивает произведенные товары и услуги и почему они важны для организации?

Ответ: Потребитель. Именно потребители являются источником доходов компании.

Вопрос 4: Как называется агрессивная стратегия, которая означает способность компании разрабатывать, производить и продавать аналогичные продукты более эффективно, чем конкуренты?

Ответ: Лидерство по издержкам

Вопрос 5: Система разделяемых работниками компании ценностей, неофициальных правил и поведенческих норм, возникающих как следствие совместного опыта и ожиданий людей, работающих в

компании, и определяющих, как люди должны вести себя в большинстве ситуаций это:

Ответ: Корпоративная культура

Вопрос 6: Как называется наиболее общая цель организации как конкурентоспособной структуры, представленная в наиболее общей форме и четко выражающая основную причину существования организации?

Ответ: Миссия

Вопрос 7: Как называется подход, который ориентирован на изучение влияния конкретной ситуации на процесс управления и почему он важен для управления?

Ответ: Ситуационный подход. Предполагается, что эффективность конкретного управления существенным образом зависит от его соответствия именно данной конкретной ситуации.

Вопрос 8: Группа товаров, которые могут быть сравнимы по их функциональному назначению, применению, качественным и техническим характеристикам, цене и другим параметрам таким образом, что покупатель действительно заменяет или готов заменить их друг другом в процессе потребления называется:

Ответ: Взаимозаменяемые товары

Вопрос 9: Что такое знак, символ, слова или их сочетание, помогающие потребителям отличить товары или услуги одной компании от другой и почему он важен для компании?

Ответ: Бренд . Бренд воспринимается как широко известная торговая марка или компания, занимающая в сознании и психологии потребительских сегментов особое место из массы себе подобных.

Вопрос 10: Как называются вложения средств с целью сохранения и увеличения капитала?

Ответ: Инвестиции

Вопрос 11: В рамках какого вида менеджмента происходит решение каждодневных задач существования организации в границах плана ее развития?

Ответ: В рамках оперативного менеджмента.

Вопрос 12: Как определяется общая функция менеджмента, комплекс работ по анализу ситуаций и факторов внешней среды, прогнозированию, оптимизации, оценке альтернативных вариантов достижения целей, выбору наилучшего варианта плана?

Ответ: Планирование

Вопрос 13: Что такое прогноз ?

Ответ: научно обоснованное суждение о возможных состояниях объекта в будущем, об альтернативных путях и сроках его существования.

Вопрос 14: Как называется условное место купли-продажи конкретного вида товара, заключения торговых сделок.

Ответ: Рынок

Вопрос 15: Как называется состав продаваемой фирмой продукции по группам, видам, типам, сортам, размерам и маркам и чем он различается?

Ответ: Ассортимент. Различается шириной (количеством товарных групп) и глубиной (количеством моделей, видов марки в каждой группе).

Вопрос 16: Этап жизненного цикла продукта, когда продажи растут медленно, а прибыль низка называется:

Ответ: Внедрение

Вопрос 17: Как называются совокупные затраты предприятия, связанные с производством продукции и доведением товара до потребителей?

Ответ: Издержки

Вопрос 18: Как называется компания, имеющая максимальную рыночную долю и (или) занимающая ведущие позиции на рынке в стратегически важных направлениях бизнеса?

Ответ: Лидер рынка

Вопрос 19: Кто такие новаторы?

Ответ: Потребитель, который раньше других готов к потреблению новых изделий.

Вопрос 20: Как называется соглашение на основе взаимной выгоды, в результате которого покупатель и продавец обмениваются чем-то, представляющим для них ценность (стоимость)?

Ответ: Обмен

ПК-2: Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный продукт/проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1: Планирование коммуникаций – это ...

1. процесс выявления потребностей заинтересованных сторон проекта в информации и определения

подхода к коммуникациям.

2. процесс выявления всех людей или организаций, на которых будет оказывать влияние проект, и документирования значимой информации относительно их интересов, вовлеченности и влияния на успех проекта.

3. процесс предоставления значимой информации заинтересованным сторонам проекта в соответствии с планом.

4. процесс общения и работы с заинтересованными сторонами проекта с целью удовлетворения их потребностей и решения возникающих проблем.

5. процесс сбора и распространения информации об исполнении, включая отчеты о текущем состоянии, оценку исполнения и прогнозы.

Ответ: 1

Вопрос 2: Какие из документов НЕ помогут определить заинтересованные стороны проекта?

1. Устав организации
2. Устав проекта
3. Активы процессов организации
4. Факторы среды предприятия
5. Закупочная документация

Ответ: 1

Вопрос 3: Кодирование – это:

1. изложение мыслей или идей на языке, понятном для других;
2. метод, используемый для передачи сообщения;
3. преобразование получателем сообщения в понятные ему мысли или идеи.

Ответ: 1

Вопрос 4: Для чего НЕ используется журнал регистрации проблем?

1. для документирования и проведения мониторинга разрешения проблем.
2. для облегчения коммуникаций и обеспечения общего понимания проблем.
3. для документирования изменений, происходящих во время проекта.

Ответ: 3

Вопрос 5: Реестр заинтересованных сторон содержит

1. Все детали реализации проекта
2. Все аспекты публичного мнения о проекте
3. Все структуры, задействованные в реализации проекта
4. Все детали, связанные с определением заинтересованных сторон проекта

Ответ: 4

Вопрос 6: Какие факторы влияют на выстраивание системы коммуникаций для проекта?

1. Доступность технологии.
2. Доступность системы внешнему окружению
3. Длительность проекта
4. Техническая простота системы
5. Срочность получения информации

Ответ: 1, 3, 5

Вопрос 7: Как называется скидка, содействующая рекламе проекта?

1. Стимулирующая
2. Проектная
3. Маркетинговая

Ответ: 3

Вопрос 8: Кто НЕ является основным потребителем информации проекта?

1. менеджер проекта
2. заказчик
3. конкурент
4. руководители функциональных подразделений
5. исполнители работ

Ответ : 3

Вопрос 9: Для каких целей нужна информация о проекте поставщикам?

1. для анализа расхождений фактических показателей выполнения работ от запланированных и принятия решений по проекту;
2. для принятия стратегических решений о продолжении или закрытии проекта;
3. для принятия решений о выделении сотрудников и других ресурсов для выполнения проектных работ;
4. при возникновении потребности в материалах, оборудовании, необходимом для выполнения работ.

Ответ: 4

Вопрос 10: Для каких целей информация о проекте нужна менеджеру проекта?

1. для анализа расхождений фактических показателей выполнения работ от запланированных и принятия

решений по проекту;

2. для осведомленности о ходе выполнения работ);
3. для принятия стратегических решений о продолжении или закрытии проекта);
4. для получения заданий и формирования отчетности);

Ответ: 1

Вопрос 11: Что НЕ относится к ключевыми элементами базовой модели коммуникации ?

1. Кодирование.
2. Сообщение и ответное сообщение.
3. Средство связи.
4. Интернет.
5. Декодирование.

Ответ: 4

Вопрос 12: Интерактивные коммуникации - это

1. Коммуникации между двумя или более сторонами, осуществляющими многосторонний обмен информацией.
2. Коммуникации методом информирования без запроса.
3. Коммуникации методом информирования по запросу.

Ответ: 1

Вопрос 13: Коммуникации методом информирования без запроса:

1. Информация отсылается определенным получателям, которые должны о ней узнать. Данный метод обеспечивает распространение информации, но не гарантирует того, что она будет фактически получена или понята предполагаемой аудиторией.
2. Используются для очень больших объемов информации или для очень больших аудиторий, когда требуется, чтобы получатели обращались к передаваемому содержанию по своему собственному желанию.
3. Используются для малых объемов информации или для небольших аудиторий, когда требуется, чтобы получатели обращались к передаваемому содержанию по своему собственному желанию.

Ответ: 1

Вопрос 14: К коммуникациям методом информирования без запроса НЕ относятся:

1. письма
2. записки
3. слухи
4. сообщения по электронной почте
5. пресс-релизы

Ответ: 3

Вопрос 15: Какое требование НЕ предъявляется к отчету об исполнении?

1. Актуальность
2. Точность
3. Эмоциональность
4. Своевременность

Ответ: 3

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1: Управленческая функция, направленная на обеспечение своевременного сбора, генерации, распределения и сохранения необходимой проектной информации, называется

Ответ: управление коммуникациями проекта

Вопрос 2: Как называется процесс выявления всех людей или организаций, на которых будет оказывать влияние проект, и документирования значимой информации относительно их интересов, вовлеченности и влияния на успех проекта?

Ответ: определение заинтересованных сторон проекта

Вопрос 3: Как называется процесс выявления потребностей заинтересованных сторон проекта в информации и определения подхода к коммуникациям?

Ответ: планирование коммуникаций

Вопрос 4: Как называется процесс предоставления значимой информации заинтересованным сторонам проекта в соответствии с планом?

Ответ: распространение информации

Вопрос 5: Как называется процесс общения и работы с заинтересованными сторонами проекта с целью удовлетворения их потребностей и решения возникающих проблем?

Ответ: Управление ожиданиями заинтересованных сторон проекта

Вопрос 6: Как называется процесс сбора и распространения информации об исполнении, включая отчеты о текущем состоянии, оценку исполнения и прогнозы?

Ответ: отчеты об исполнении

Вопрос 7: Какой документ может предоставлять информацию о внутренних и внешних сторонах,

вовлеченных в проект или подверженных его влиянию, например о спонсоре (спонсорах) проекта, заказчиках, членах команды, группах и отделах, участвующих в проекте, а также о других людях или организациях, на которых проект оказывает влияние?

Ответ: Устав проекта

Вопрос 8: Как называется процесс систематического сбора и анализа количественной и качественной информации с целью определения того, чьи интересы необходимо учитывать в течение проекта, в ходе которого определяются интересы, ожидания и влияние заинтересованных сторон проекта, которые затем связываются с целью проекта?

Ответ: Анализ заинтересованных сторон проекта

Вопрос 9: Каким образом может быть получена экспертная оценка?

Ответ: может быть получена с помощью индивидуальных консультаций (личных встреч, интервью и т. д.) или с помощью обсуждений в формате группы экспертов (целевые группы, опросы и т. д.)

Вопрос 10: Наиболее распространенным способом представления стратегии управления заинтересованными сторонами проекта является?

Ответ: матрица анализа заинтересованных сторон проекта.

Вопрос 11: К таким проблемам, как задержки в доставке сообщений, передача конфиденциальной информации не тем лицам, недостаточная коммуникация с некоторыми из важных заинтересованных сторон проекта, может привести...

Ответ: неправильное планирование коммуникаций

Вопрос 12: что означает «рациональное общение»?

Ответ: предоставление только той информации, которая действительно необходима.

Вопрос 13: Все, что может помешать передаче и пониманию сообщения (например, расстояние, незнакомая технология, недостаток дополнительной информации) - это

Ответ: помехи

Вопрос 14: Изложение мыслей или идей на языке, понятном для других, это

Ответ: кодирование

Вопрос 15: Для чего используется журнал изменений?

Ответ: для документирования изменений, происходящих во время проекта.

Вопрос 16: как называется журнал, который может использоваться для документирования и проведения мониторинга разрешения проблем, для облегчения коммуникаций и обеспечения общего понимания проблем?

Ответ: Журнал регистрации проблем или вопросов, требующих решения

Вопрос 17: Стандартный инструмент для сбора, хранения и распространения среди заинтересованных сторон проекта информации о стоимости, продвижении и исполнении проекта, это

Ответ: система отчетности

Вопрос 18: Отчеты, которые организуют и объединяют собранную информацию, а также представляют результаты любого анализа в сравнении с базовым планом исполнения, называются..

Ответ: отчеты об исполнении

Вопрос 19: Какие требования предъявляются к отчетам об исполнении?

Ответ: Отчеты об исполнении должны быть как можно более актуальными и точными.

Вопрос 20: Сведения о передаваемой информации, включая язык, формат, содержание и степень детализации обычно определяются в плане...

Ответ: управления коммуникациями

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА: 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 ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА.

«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 зачет по результатам текущей успеваемости) по всему изученному курсу. Экзамен проводится в устной форме по билетам. В билет входит 2 вопроса: 1 вопрос теоретического характера и 1 вопрос практико-ориентированного характера.

ВОПРОСЫ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО ХАРАКТЕРА

1. Типы коммуникационных кампаний
2. Составляющие коммуникационных кампаний
3. Предмет коммуникационных кампаний
4. Роль коммуникаций в стратегическом развитии организации
5. Коммуникативная стратегия
6. Цели коммуникационных кампаний
7. Фирменный стиль как основа визуальной политики и коммуникации компании
8. Бренд в системе коммуникаций
9. Структура корпоративной идентификации компании
10. Бренд-бук и паспорт фирменных стандартов
11. Стратегическое планирование коммуникационной кампании
12. Подходы к разработке основного сообщения коммуникационной кампании
13. Инструменты и каналы коммуникации
14. ATL-коммуникации
15. VTL-коммуникации
16. PR-инструменты
17. Интернет-коммуникации
18. Тактическое планирование коммуникационной кампании
19. Организационная система управления коммуникационной кампанией
20. Мониторинг коммуникационной кампании
21. Особенности события как предмета коммуникационной кампании
22. Этапы коммуникационного сопровождения событий
23. Инструменты коммуникационного сопровождения событий
24. Особенности разработки и реализации коммуникационных кампаний в кризисных ситуациях
25. Превентивные меры в коммуникации в условиях кризиса

ВОПРОСЫ ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ХАРАКТЕРА

1. Аудитория коммуникационной кампании
2. Разработка основного сообщения коммуникационной кампании
3. Инструменты и каналы коммуникации
4. Стейкхолдеры коммуникационной кампании
5. Целевое сегментирование
6. Профиль / портрет / аватар потребителя / клиента
7. Позиционирование продукта
8. Ситуационный анализ и планирование коммуникационной кампании
9. Медиапланирование коммуникационной кампании
10. Показатели эффективности коммуникационной кампании
11. Показатели оценки качества рекламных материалов
12. Показатели оптимизации бюджета
13. Бюджет коммуникационной кампании
14. Оценка результативности коммуникационной кампании
15. Возможные ошибки коммуникации в кризисных ситуациях

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:

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

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

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

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

Приложения

Приложение 1.  [ФОС ПРКК БА_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	Ткаченко, Н.В.	Креативная реклама: технологии проектирования : учебное пособие	Юнити-Дана, 2015	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422
Л1.2	Антипов К.В.	Основы рекламы: Учебники	Издательство "Дашков и К", 2017	https://e.lanbook.com/book/93404

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Мельникова Н.А.	Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний:	М.: Дашков и К°, 2012	
Л2.2	Гундарин, Михаил Вячеславович	Основы интегрированных коммуникаций: реклама : учеб. пособие	АлтГУ, 2013	

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Название	Эл. адрес

Э1	Рекламное агентство “Восход”	//www.ravoshod.ru/
Э2	Рекламный портал Алтайского края	//rekportal.ru/
Э3	Реклама, маркетинг, PR. Sostav.ru	http://www.sostav.ru/
Э4	Росситер Дж., Перси Л. Реклама и продвижение товаров	http://www.twirpx.com/file/500325/
Э5	электронный курс на Открытом образовательном портале АлтГУ	https://public.edu.asu.ru/course/view.php?id=1795 .

6.3. Перечень программного обеспечения

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

6.4. Перечень информационных справочных систем

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

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

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

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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

Правовая экспертиза коммуникационных продуктов

рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.04.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Социальная безопасность медиaprостранства Большого Алтая
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_04_01_Реклама и СО_СБА-2022

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты:	4
аудиторные занятия	32		
самостоятельная работа	76		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (4)		Итого	
	2			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	14	14	14	14
Практические	18	18	18	18
Сам. работа	76	76	76	76
Итого	108	108	108	108

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

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

Рабочая программа дисциплины
Правовая экспертиза коммуникационных продуктов

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528)

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

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

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Срок действия программы: 2023-2025 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.	ознакомление с основными понятиями и категориями экспертологии; формирование представления о процессуально-юридической стороне экспертной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью и ее продуктах; формирование умений производить правовую экспертизу рекламных и коммуникационных продуктов.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.03

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-3	Способен оценивать соответствие коммуникационного продукта/проекта критериям социальной безопасности
ПК-3.1	Знает: технологии обеспечения социальной безопасности продукции СМИ и критерии ее оценки; методы анализа и оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ; методологию социологических и маркетинговых исследований; методы корректировки стратегий и программ продвижения продукции СМИ
ПК-3.2	Умеет: Оценивать соответствие продукции СМИ критериям социальной безопасности; формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ; находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа
ПК-3.3	Владеет навыками применения современных ИКТ, в том числе интернет-технологий и специализированных программных продуктов; навыками анализа результатов продвижения продукции СМИ на основе полученных данных; навыками корректировки стратегий и программ продвижения продукции СМИ в соответствии с критериями социальной безопасности

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	свои права и обязанности как гражданина РФ; уметь использовать Конституцию РФ, Гражданский, Трудовой Кодексы и другие международные, российские и региональные нормативные документы в своей профессиональной деятельности; содержание законов, нормативных актов, регулирующих деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью; методы планирования и осуществления правовой экспертизы рекламных и коммуникативных продуктов, распространяемых в сети Интернет.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	логически верно, аргументированно и ясно применять региональное, российское и международное законодательство в решении профессиональных задач в сфере рекламы и связей с общественностью; планировать, организовывать процедуру правовой экспертизы рекламных и коммуникативных продуктов в соответствии с требованиями; определять социальные и этические последствия результатов правовой экспертизы рекламных и коммуникативных продуктов;
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками использования Конституции РФ, Гражданского, Трудового Кодексов и других международных, российских и региональных нормативных документов в профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью; навыками планирования и организации правовой экспертизы рекламных и коммуникативных продуктов в соответствии с требованиями; навыками применения методов правовой экспертизы рекламных и коммуникативных продуктов, оформления ее результатов.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Раздел 1. Теоретико-методологические основы правовой экспертизы коммуникационных продуктов						
1.1.	Основы экспертологии в России и странах Большого Алтая.	Лекции	4	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.2.	Основы экспертологии в России и странах Большого Алтая.	Практические	4	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.3.	Основы экспертологии в России и странах Большого Алтая.	Сам. работа	4	10	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.4.	Виды и типы экспертиз.	Лекции	4	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.5.	Виды и типы экспертиз.	Практические	4	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.6.	Виды и типы экспертиз.	Сам. работа	4	10	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.7.	Методология общей теории судебной экспертизы	Лекции	4	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.8.	Методология общей теории судебной экспертизы	Практические	4	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.9.	Методология общей теории судебной экспертизы	Сам. работа	4	10	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.10.	Методика экспертного исследования	Лекции	4	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.11.	Методика экспертного исследования	Практические	4	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.12.	Методика экспертного исследования	Сам. работа	4	10	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.13.	Объекты судебной экспертизы.	Лекции	4	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.14.	Объекты судебной экспертизы.	Практические	4	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.15.	Объекты судебной экспертизы.	Сам. работа	4	10	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.16.	Заключение эксперта: структура и содержание.	Лекции	4	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.17.	Заключение эксперта: структура и содержание.	Практические	4	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.18.	Заключение эксперта: структура и содержание.	Сам. работа	4	10	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.19.	Экспертная оценка рекламной продукции	Лекции	4	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.20.	Экспертная оценка рекламной продукции	Практические	4	6	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.21.	Экспертная оценка рекламной продукции	Сам. работа	4	16	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л2.1, Л2.2, Л1.1

5. Фонд оценочных средств

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

Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале «Открытый университет АлтГУ» <https://public.edu.asu.ru/course/view.php?id=1798>

Оценка сформированности компетенции:

ПК-3: Способен оценивать соответствие коммуникационного продукта/проекта критериям социальной безопасности.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1: Трасология – это:

1. учение о следах;
2. учение о следах участков кожного покрова человека, имеющего папиллярные узоры;
3. учение о внешности человека.

Ответ: 1

Вопрос 2: Общий объект судебной экспертизы – это:

1. совокупность всех носителей информации, исследуемых в ходе проведения судебных экспертиз;
2. группа носителей информации, являющихся объектами нескольких классов или родов судебных экспертиз и выделяющихся в общей массе объектов общими свойствами (письмо);
3. объект, присущий конкретному роду, виду судебных экспертиз (почерк);
4. фрагмент специального объекта, свойства которого требуют применения отдельной методики (возрастные изменения, алкогольное опьянение);

Ответ: 1

Вопрос 3: Экспертиза агротехническая относится группе экспертиз:

1. Криминалистических;
2. Материалов, веществ, изделий;
3. Экономических;
4. Сельскохозяйственных.

Ответ: 4

Вопрос 4: Такие методы, используемые в судебной экспертизе, как наблюдение, измерение, описание, эксперимент, моделирование, относятся к группе:

1. Всеобщих методов;
2. Общенаучных методов;
3. Частно-научных методов;
4. Специальных методов.

Ответ: 2

Вопрос 5: Каким ключевым понятием оперирует лингвистическая экспертиза текстов?

1. Языковая норма;
2. Жаргон;
3. Языковая игра;
4. Медиатекст.

Вопрос 6: Способ решения конкретной экспертной задачи, являющийся результатом приспособления, изменения типовой методики либо плодом творческого подхода к решению экспертной задачи – это экспертная методика:

1. Типовая;
2. Конкретная;
3. Творческая;
4. Эффективная.

Ответ: 2

Вопрос 7: Какого этапа экспертного исследования НЕ существует:

1. Подготовительной;
2. Раздельного исследования объектов идентификации;
3. Рекламирования объектов;
4. Оценки результатов сравнения и формирования выводов.

Ответ: 3

Вопрос 8: Фотосравнение – это:

1. сопоставление, наложение и совмещение снимков, фиксирующих идентификационные признаки сравниваемых объектов;
2. установление конгруэнтности сравниваемых объектов (штампов, печатей);
3. схематические зарисовки признаков;
4. использование сравнительного микроскопа.

Ответ: 1

Вопрос 9: Объект судебной экспертизы общий – это:

1. совокупность материальных носителей информации, объединенных общностью свойств (качеств), исследуемая в рамках класса, рода экспертизы.
2. материальный носитель информации определенной природы, исследуемый в рамках конкретного вида экспертизы.
3. индивидуально-определенный объект, представленный для производства экспертизы по конкретному делу.
4. материальный носитель информации о фактах, интересующих следствие и суд, исследуемый в рамках экспертизы как средства доказывания.

Ответ: 4

Вопрос 10: Собственные признаки, свойственные исследуемому объекту в данных условиях относятся к такому основанию для классификации свойств объекта, как:

1. Природа;
2. Происхождение;
3. Характер;
4. Значение в процессе познания.

Ответ: 2

Вопрос 11: Свободные образцы, полученные для сравнительного исследования, это:

1. такие, которые образовались до начала производства по делу и вне связи с ним;
2. те, которые отбирают в заданных условиях и получают в связи с подготовкой материалов на судебную экспертизу;
3. те, которые возникли после возбуждения дела, но не в связи с подготовкой материалов на экспертизу;
4. те, которые взяты из сети Интернет.

Ответ: 1

Вопрос 12: Какая часть экспертного заключения является лишней?

1. Вводная;
2. Исследовательская;
3. Творческая;
4. Заключительная.

Ответ: 3

Вопрос 13: Эксперт считается квалифицированным если он (отметьте лишнее):

1. имеет высшее образование в области науки, данные которой использованы при производстве экспертизы;
2. имеет специальную подготовку и специализацию по определенному виду исследования (например - почерка, оружия и т.д.);
3. умеет пользоваться специальными приборами;
4. имеет большое количество литературы.

Ответ: 4

Вопрос 14 : Какое требование не относится к заключению эксперта?

1. Логическая последовательность изложения;
2. Полнота заключения;
3. Эмоциональность изложения;
4. Ясность изложения.

Ответ: 3

Вопрос 15: Верно ли, что использование контрольного листа для планирования экспертизы необходимо для соблюдения всех наиболее важных требований через сопоставление своих действий с пунктами контрольного списка?

1. Да, верно;
2. В определенной степени верно;
3. Зависит от ситуации;
4. Нет, не верно.

Ответ: 1

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1: Как звали императора, при котором в V–VI вв. н. э. в Византии законодательно закрепилось исследование свойств почерка?

Ответ: Юстиниан

Вопрос 2: В каком году вышло в свет «Руководство для судебных следователей, чинов общей и жандармейской полиции» автора Ганса Гросса?

Ответ: в 1893 г.

Вопрос 3: Кто является автором научной работы «Руководство для судебных следователей, чинов общей и жандармейской полиции», вышедшей в 1893 году?

Ответ: Ганс Гросс

Вопрос 4: В каком году в России законодательно была закреплена возможность привлечения экспертов – лиц, сведущих в различных отраслях науки, искусстве, ремесле, для оказания помощи следствию?

Ответ: в 1865

Вопрос 5: Кто является автором метода судебной опознавательной фотографии и криминалистической регистрации?

Ответ: А. Бертильон

Вопрос 6: Учение о внешности человека- это:

Ответ: габитоскопия

Вопрос 7: Как называется функция судебной экспертизы, которая направлена на объяснение выявленного нового знания в частности и законов формирования, функционирования и развития судебной экспертизы?

Ответ: объяснение

Вопрос 8: Фактические данные, имеющие значение для правильного разрешения уголовного, гражданского или административного дела по существу, устанавливаемые на основе использования специальных знаний и исследований материалов расследуемого или рассматриваемого дела – это:

Ответ: предмет судебной экспертизы

Вопрос 9: Как называются задачи, направленные на отождествление объекта по его отображениям?

Ответ: идентификационные задачи

Вопрос 10: Как называется экспертиза, которая проводится по фактам нарушения прав потребителей и обеспечивает государственную и общественную защиту прав и интересов потребителей на приобретение товаров (работ, услуг) надлежащего качества и безопасных для жизни и здоровья, на получение информации о товарах (работах, услугах) и об их изготовителях (исполнителях, продавцах)?

Ответ: экспертиза качества и безопасности товаров (работ, услуг)

Вопрос 11: Что означает ошибочность заключения?

Ответ: несоответствие действительности

Вопрос 12: Экспертиза, заключающаяся в исследовании не всех, а лишь части объектов, представленных эксперту, а также в решении не всех, а только некоторых из поставленных перед ним вопросов, называется...

Ответ: неполная экспертиза

Вопрос 13 : Для решения вопросов какого уровня сложности назначается комиссия экспертиза?

Ответ: вопросов повышенной сложности

Вопрос 14: Как называется система логических и (или) инструментальных операций (способов, приемов) получения данных для решения вопроса, поставленного перед экспертом?

Ответ: метод экспертизы

Вопрос 15: Методы, разрабатываемые или приспособляемые для исследования конкретного, единичного объекта или применяемые только в экспертизах данного рода относятся к группе...
Ответ: частно-экспертных методов

Вопрос 16: Как называется программа действий, предписывающая эксперту в категорической или рекомендательной форме использовать определенные методы исследования объектов, последовательность и процедуру применения этих методов?

Ответ: экспертная методика

Вопрос 17: Как называются оформленные в письменной форме результаты исследования по поставленным перед лицом, обладающим специальными познаниями, вопросам?

Ответ: заключение эксперта

Вопрос 18: Какая организация выявляет нарушения Закона РФ «О рекламе»?

Ответ: Федеральная антимонопольная служба

Вопрос 19: Что такое товарный знак?

Ответ: имя собственное, которое используется как средство индивидуализации производителя товара, услуг и т. п., а также самого товара, услуги.

Вопрос 20: К какому виду источников информации относят относят фонограммы, видеозаписи и печатные тексты, фиксирующие речевые произведения, подлежащие экспертизе?

Ответ: прямые источники

Вопрос 17: Как называются оформленные в письменной форме результаты исследования по поставленным перед лицом, обладающим специальными познаниями, вопросам?

Ответ: заключение эксперта

Вопрос 18: Какая организация выявляет нарушения Закона РФ «О рекламе»?

Ответ: Федеральная антимонопольная служба

Вопрос 19: Что такое товарный знак?

Ответ: имя собственное, которое используется как средство индивидуализации производителя товара, услуг и т. п., а также самого товара, услуги.

Вопрос 20: К какому виду источников информации относят относят фонограммы, видеозаписи и печатные тексты, фиксирующие речевые произведения, подлежащие экспертизе?

Ответ: прямые источники

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАКРЫТЫХ ЗАДАНИЙ: 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 по всему изученному курсу. Тест размещен в разделе «Промежуточная аттестация по дисциплине» онлайн-курса на образовательном портале «Открытый университет АлтГУ»:

<https://public.edu.asu.ru/mod/quiz/view.php?id=95879>

Количество заданий в контрольно-измерительном материале (тесте) для промежуточной аттестации, составляет 40 заданий.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ в целом: Для зачета: «зачтено» – верно выполнено более 50% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 50% и менее 50% заданий.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	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	Ручкина Г.Ф. - отв. ред.	ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЕ ПРАВО. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОТДЕЛЬНЫХ ВИДОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В 2 Ч. ЧАСТЬ 2 3-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры: Гриф УМО ВО	М.:Издательство Юрайт, 2018	https://biblio-online.ru/book/E34F58EF-9CEC-49D7-A8D4-2FA8364E7C1E
Л2.2	Шарков Ф.И.	Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: учебное пособие: Учебные пособия	Издательство "Дашков и К", 2016	https://e.lanbook.com/book/93373
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	курс в Moodle		https://public.edu.asu.ru/course/view.php?id=1798	
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.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно); ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно); LibreOffice (https://ru.libreoffice.org/), (бессрочно); Веб-браузер Chromium (https://www.chromium.org/Home/), (бессрочно); Антивирус Касперский (https://www.kaspersky.ru/), (до 23 июня 2024);				

Архиватор Ark (<https://apps.kde.org/ark/>), (бессрочно);
Okular (<https://okular.kde.org/ru/download/>), (бессрочно);

6.4. Перечень информационных справочных систем

Информационная справочная система:

СПСКонсультантПлюс (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
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, компоноуйте новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на

формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

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

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

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

руководствоваться графиком самостоятельной работы,

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

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

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

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Социогуманитарная экспертиза коммуникационных продуктов рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.04.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Социальная безопасность медиaprостранства Большого Алтая
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	12 ЗЕТ
Учебный план	42_04_01_Реклама и СО_СБА-2022

Часов по учебному плану	432	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	3
аудиторные занятия	120		
самостоятельная работа	285		
контроль	27		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (3)		Итого	
	Неделя 16			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	28	28	28	28
Лабораторные	64	64	64	64
Практические	28	28	28	28
Сам. работа	285	285	285	285
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	432	432	432	432

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

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

Рабочая программа дисциплины
Социогуманитарная экспертиза коммуникационных продуктов

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528)

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

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

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Срок действия программы: 2023-2025 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 изучения дисциплины является предоставление магистрантам системы знаний по теории и методологии проведения социогуманитарной экспертизы коммуникационных продуктов; обучение студентов применению методов и процедур проведения социогуманитарной коммуникационных продуктов; обучение методам корректировки коммуникационных продуктов на основании результатов экспертных оценок.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.О.03**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
ОПК-7.1	Знает принципы социальной ответственности профессиональной деятельности, методы оценки и прогнозирования возможных эффектов профессиональной деятельности в медиасфере
ОПК-7.2	Умеет формировать систему оценочных показателей возможных эффектов профессиональной деятельности в медиасфере
ОПК-7.3	Прогнозирует возможные эффекты и оценивает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты на соответствие принципам социальной ответственности
ПК-3	Способен оценивать соответствие коммуникационного продукта/проекта критериям социальной безопасности
ПК-3.1	Знает: технологии обеспечения социальной безопасности продукции СМИ и критерии ее оценки; методы анализа и оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ; методологию социологических и маркетинговых исследований; методы корректировки стратегий и программ продвижения продукции СМИ
ПК-3.2	Умеет: Оценивать соответствие продукции СМИ критериям социальной безопасности; формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ; находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа
ПК-3.3	Владеет навыками применения современных ИКТ, в том числе интернет-технологий и специализированных программных продуктов; навыками анализа результатов продвижения продукции СМИ на основе полученных данных; навыками корректировки стратегий и программ продвижения продукции СМИ в соответствии с критериями социальной безопасности

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	принципы социальной ответственности профессиональной деятельности, методы оценки и прогнозирования возможных эффектов профессиональной деятельности в медиасфере; технологии обеспечения социальной безопасности продукции СМИ и критерии ее оценки; методы анализа и оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ; методологию социологических и маркетинговых исследований; методы корректировки стратегий и программ продвижения продукции СМИ.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	формировать систему оценочных показателей возможных эффектов профессиональной деятельности в медиасфере; оценивать соответствие продукции СМИ критериям социальной

	безопасности; формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ; находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа;
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками прогнозирования возможных эффектов и оценки медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов на соответствие принципам социальной ответственности; навыками применения современных ИКТ, в том числе интернет-технологий и специализированных программных продуктов; навыками анализа результатов продвижения продукции СМИ на основе полученных данных; навыками корректировки стратегий и программ продвижения продукции СМИ в соответствии с критериями социальной безопасности.

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 коммуникационных продуктов.						
1.1.	Экспертиза рекламных и PR-продуктов: основные направления	Лекции	3	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.2.	Гуманитарная и этическая экспертиза коммуникационных продуктов	Лекции	3	2	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.3.	Гуманитарная и этическая экспертиза коммуникационных продуктов	Практические	3	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.4.	Гуманитарная и этическая экспертиза коммуникационных продуктов	Лабораторные	3	10	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.5.	Гуманитарная и этическая экспертиза коммуникационных продуктов	Сам. работа	3	41	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.6.	Правовая экспертиза коммуникационных продуктов.	Лекции	3	6	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.7.	Правовая экспертиза коммуникационных продуктов.	Практические	3	6	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.8.	Правовая экспертиза коммуникационных продуктов.	Лабораторные	3	12	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.9.	Правовая экспертиза коммуникационных продуктов.	Сам. работа	3	60	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
					7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3	
Раздел 2. Социально-психологическое направление и технологии экспертизы коммуникационных продуктов						
2.1.	Психологическая экспертиза коммуникационных продуктов.	Лекции	3	6	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
2.2.	Психологическая экспертиза коммуникационных продуктов.	Практические	3	6	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
2.3.	Психологическая экспертиза коммуникационных продуктов.	Лабораторные	3	12	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
2.4.	Психологическая экспертиза коммуникационных продуктов.	Сам. работа	3	60	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
2.5.	Социологическая экспертиза коммуникационных продуктов.	Лекции	3	8	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
2.6.	Социологическая экспертиза коммуникационных продуктов.	Практические	3	8	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
2.7.	Социологическая экспертиза коммуникационных продуктов.	Лабораторные	3	18	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
2.8.	Социологическая экспертиза коммуникационных продуктов.	Сам. работа	3	64	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
Раздел 3. Лингвистическое направление и технологии экспертизы коммуникационных продуктов.						
3.1.	Лингвистическая экспертиза рекламных и PR-текстов, медиатекстов	Лекции	3	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
3.2.	Лингвистическая экспертиза рекламных и PR-текстов, медиатекстов	Практические	3	4	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
3.3.	Лингвистическая экспертиза рекламных и PR-текстов, медиатекстов	Лабораторные	3	12	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
3.4.	Лингвистическая экспертиза рекламных и PR-текстов, медиатекстов	Сам. работа	3	60	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4
Раздел 4. Промежуточная аттестация						
4.1.	экзамен	Практические	3	0	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3, ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
<p>Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале «Открытый университет АлтГУ» https://public.edu.asu.ru/course/view.php?id=1788</p> <p>Оценка сформированности компетенции:</p> <p>ОПК-7: Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.</p> <p>ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА</p> <p>Вопрос 1: Какую функцию НЕ выполняет гуманитарная экспертиза?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. диагностика; 2. оценка; 3. идентификация (атрибуция, квалификация); 4. интеграция. <p>Ответ: 4</p> <p>Вопрос 2: Какая организация выявляет нарушения Закона РФ «О рекламе»?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Федеральная антимонопольная служба; 2. Арбитражный суд РФ; 3. Прокуратура РФ; 4. Следственный комитет. <p>Ответ: 1</p> <p>Вопрос 3: К неэтичной НЕ относится реклама:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. воздействующая на подсознание; 2. «дугая» реклама; 3. политическая реклама. <p>Ответ: 3</p> <p>Вопрос 4: В какой редакции Закона РФ «О рекламе» есть специальная статья «Неэтичная реклама»?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. В редакции 1995 года; 2. В редакции 2006 года; 3. В редакции 2020 года; 4. В редакции 2022 года. <p>Ответ: 1</p> <p>Вопрос 5: Психологическая эффективность рекламного обращения НЕ может измеряться с помощью следующих показателей:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. объем совершаемой покупки; 2. осведомленность о марке; 3. вспоминаемость марки; 4. узнаваемость рекламного объявления; 5. намерение совершить покупку; <p>Ответ: 1</p>

Вопрос 6: Ущерб, причиняемый личности специальными психотехнологиями, используемыми в рекламе и целенаправленно исключаящими участие сознания реципиента в выборе, не имеет такого последствия, как:

1. развитие патологических состояний нервной системы;
2. развитие метапатологий как реакции на фрустрацию основных жизненных целей и ценностей или мета-невроз;
3. развитие двигательной способности.

Ответ: 3

Вопрос 7: Среди ниже перечисленных приемов манипуляции в рекламе назовите лишние:

1. искажение информации;
2. сокрытие и специальная организация подачи информации;
3. универсальные высказывания;
4. расширенные обобщения;
5. дегустации, раздача пробников и т.п.;

Ответ: 5

Вопрос 8: Какого вида экспертной оценки качества рекламного продукта не существует:

1. социальной безопасности;
2. психологической безопасности;
3. физиологической безопасности;
4. информационной безопасности.

Ответ: 3

Вопрос 9: В качестве предмета социологической экспертизы рекламного продукта НЕ рассматривается:

1. нормативность рекламного обращения (степень соответствия рекламного обращения социальным нормам, образу жизни социальной группы, целевой аудитории);
2. экономическая эффективность рекламного сообщения;
3. оценка степени известности товарного знака, логотипа, бренда;
4. установление факта репутационного ущерба и степени репутационного ущерба;
5. дела, связанные с защитой исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, с оспариванием отказа в регистрации товарного знака (знака обслуживания);
6. определение наличия (отсутствия) признаков введения потребителей в заблуждение в отношении производителя конкретного товара (услуги) или же их качества;

Ответ: 2

Вопрос 10: Какого вида оценки эффективности не существует?

1. Экономичность;
2. Результативность;
3. Целесообразность;
4. Эмоциональность.

Ответ: 4

Вопрос 11: Согласны ли Вы с мнением, что любая экспертиза представляет собой социальную технологию, обладающую рядом специфических особенностей?

1. Полностью согласен;
2. Отчасти согласен;
3. Зависит от ситуации;
4. Не согласен .

Ответ: 1

Вопрос 12: Согласны ли Вы с мнением, что использовать некорректно изображения исторических памятников и государственных символов в рекламе допустимо?

1. Полностью согласен;
2. Отчасти согласен;
3. Зависит от ситуации;
4. Не согласен .

Ответ: 4

Вопрос 13: Согласны ли Вы с мнением, что разрешено выставлять в негативном свете людей, которые не пользуются вашим товаром?

1. Полностью согласен;
2. Отчасти согласен;
3. Зависит от ситуации;
4. Не согласен .

Ответ: 4

Вопрос 14: В задачи экспертизы средств индивидуализации, НЕ входят:

1. измерение уровня известности обозначений и товарных знаков (в том числе их общеизвестности),
2. установление различительной способности обозначений, сходства обозначений и товарных знаков (в

том числе сходства до степени смешения),

3. определение наличия или отсутствия введения потребителей в заблуждение относительно производителя и качества товаров и услуг,

4. определение репутации бренда.

Ответ: 4

Вопрос 15: Верно ли, что использование контрольного листа для планирования экспертизы необходимо для соблюдения всех наиболее важных требований через сопоставление своих действий с пунктами контрольного списка?

1. Да, верно;

2. В определенной степени верно;

3. Зависит от ситуации;

4. Нет, не верно.

Ответ: 1

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1: Как называется экспертиза, назначаемая в случае недостаточности основной?

Ответ: дополнительная

Вопрос 2: Как называются оформленные в письменной форме результаты исследования по поставленным перед лицом, обладающим специальными познаниями, вопросам?

Ответ: заключение эксперта

Вопрос 3: Как называется преступление против чести и достоинства личности, заключающееся в распространении заведомо ложных сведений, порочащих честь и достоинство другого лица или подрывающих его репутацию?

Ответ: клевета

Вопрос 4: как называется экспертиза, в производстве которой участвуют два и более специалиста - эксперта одной и той же специальности?

Ответ: комиссионная экспертиза

Вопрос 5: Как называется качество, характеризующее уровень теоретической и практической подготовки эксперта, который определяет способность эксперта решать поставленные перед ним задачи?

Ответ: компетентность эксперта

Вопрос 6: Нецензурная (непристойная) лексика и фразеология – это:

Ответ: мат

Вопрос 7: Суждение, выражающее чью-нибудь субъективную точку зрения, субъективное (личное) отношение к кому-чему-нибудь – это:

Ответ: мнение

Вопрос 8: Какой вид мнения может быть проверен на соответствие выраженных в нем фактов действительности, оно может подтверждаться или не подтверждаться фактами, событиями объективной действительности, могут быть установлены или не установлены факты, его подтверждающие?

Ответ: фактологическое мнение

Вопрос 9: Любая оценка с точки зрения хорошо/плохо – это мнение:

Ответ: оценка

Вопрос 10: какой вид мнения распознается по наличию маркеров неуверенности, сомнения, вероятности, указания на то, что это одна из возможных версий (может быть, вероятно, по-видимому, как представляется, думается, предположительно и др.).

Ответ: мнение-предположение

Вопрос 11: как называется лексика и фразеология, рассматриваемая современным языковым сознанием общества и общественным мнением как подлежащая исключению из публичного употребления (то есть из употребления в общественных местах (см. общественное место)) и средствах массовой информации?

Ответ: ненормативная лексика и фразеология

Вопрос 12: Лексика и фразеология, употребление которой соответствует принятым в обществе нормам литературной и разговорной речи – это лексика и фразеология:

Ответ: нормативная

Вопрос 13: как называется высказывание, содержащее утверждение о вине кого-либо в чем-либо, обличение кого-либо в нарушении моральных норм или законов?

Ответ: обвинение

Вопрос 14: К какому виду относится экспертиза, которая производится экспертами одной специальности, специалистами одной области знания либо одним экспертом в рамках одной специальности?

Ответ: однородная экспертиза

Вопрос 15: Как называется распространение среди широкого круга лиц идей, взглядов, представлений или побуждений к действиям, направленным на возбуждение национальной, расовой или религиозной вражды и выражающееся в форме призывов, воззваний, поучений, советов, предостережений, требований, угроз и т.п.?

Ответ: пропаганда

Вопрос 16: Какой характер носят сведения, распространение которых происходит в средствах массовой коммуникации, публичных выступлениях, официальных документах или личных разговорах?

Ответ: публичный

Вопрос 17: Сообщение, которое адресовано неопределенному кругу лиц, передает информацию о товаре или услуге и направлено на стимулирование интереса к этому товару или услуге – это:

Ответ: реклама

Вопрос 18: Что изучает этика?

Ответ: вопросы морали и нравственности

Вопрос 19: что такое факт?

Ответ: реальное событие (события), которое происходило (происходит) в конкретное время в конкретном месте.

Вопрос 20: Как называется лицо, которое обладает специальными познаниями в области науки, искусства или ремесла и привлекается для производства на основе этих специальных познаний для исследования объектов с целью установления фактов, необходимых для принятия юридического решения?

Ответ: эксперт

Оценка сформированности компетенции:

ПК-3: Способен оценивать соответствие коммуникационного продукта/проекта критериям социальной безопасности.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1: когда в России впервые был принят Закон «О рекламе»?:

1. 1995 год;
2. 1998 год;
3. 2006 год.

Ответ: 1

Вопрос 2: Этическое направление экспертизы рекламных и PR- продуктов:

1. включает оценку рекламы на соответствие моральным нормам и ценностям потребителей рекламы, а также требованиям актов органов саморегулирования рекламы (кодексам этики и обычаям делового оборота);
2. включает в себя оценку эффективности и психологической безопасности воздействия данного продукта на сознание и подсознание, а также личность потребителя;
3. включает анализ рекламных текстов на предмет их соответствия нормам, предписанным в ФЗ «О рекламе» и ФЗ «Законе о защите прав потребителей», а также в Российском рекламном кодексе и ряде других законодательных документов, регулирующих сферу массовой коммуникации;
4. включает выявление общественного мнения, отношения людей к той или иной рекламе.

Ответ: 1

Вопрос 3: Какой из методов не используется при проведении лингвистической экспертизы:

1. Метод семантического дифференциала;
2. Метод лексикографического анализа;
3. Метод компонентного анализа.

Ответ: 1

Вопрос 4: Какие из нижеперечисленных задач не относятся к лингвистической экспертизе рекламных текстов:

1. установление признаков рекламного текста;
2. диагностика признаков маскировки рекламного текста;
3. диагностика признаков недостоверных высказываний в рекламе;
4. диагностика признаков недобросовестного сравнения в рекламном тексте.
5. диагностика эффективности рекламного текста.

Ответ: 5

Вопрос 5: Какой компонент НЕ включается в логическую модель сравнения?

1. источник информации;
2. объект сравнения (то, что сравнивают);
3. эталон сравнения (с чем сравнивают);
4. модуль сравнения (общий признак сравнения, компаративная константа);
5. показатель сравнительного отношения.

Ответ: 1

Вопрос 6: К целям социологической экспертизы товарного знака на сходство до степени смешения НЕ относится:

1. защита товарных знаков, фирменных наименований, коммерческих обозначений, оформления товара, дизайна упаковки и иной интеллектуальной собственности от неправомерного использования

сторонними лицами;

2. пресечение недобросовестной конкуренции, сопровождающейся введением в заблуждение потенциальных клиентов или подрывом репутации компании через использование схожих до степени смешения товарных знаков;
3. оценка уровня конкуренции между торговыми знаками;
4. отмена или запрет регистрации сходного обозначения.

Ответ: 3

Вопрос 7: Оценка рекламной продукции с точки зрения эмоционального отношения к ней потребителей производится при помощи:

1. метода семантического дифференциала Ч. Осгуда;
2. методики психологической экспертизы Е.Е. Прониной;
3. методики психологической экспертизы А.Н.Лебедева-Любимова.

Ответ: 1

Вопрос 8: Что НЕ является объектом при экспертизе психологической эффективности рекламы?

1. каналы распространения рекламы;
2. рекламные сообщения;
3. рекламная организация.

Ответ: 3

Вопрос 9: В основе способности восприятия к объединению фрагментов в целостный образ рекламы и к восстановлению этого образа по его фрагментам лежат «законы гештальта». Среди ниже перечисленных выберите лишний:

1. «преданность» знакомому образу (т.е. гештальту, имиджу, бренду);
2. тяготение частей к образованию симметричного целого;
3. группировка этих частей с точки зрения максимальной простоты, близости,
4. равновесия;
5. тенденция каждого феномена психики принять более определенную, отчетливую, завершенную форму.

Ответ: 1.

Вопрос 10: Создателю рекламы необходимо ориентироваться на эмоции потребителя только положительного знака. Выберите наиболее правильный комментарий:

1. да, это необходимо;
2. могут быть использованы эмоции негативного знака, но при доминировании положительных;
3. скорее нет, так как выбор подчинен рекламной задаче;
4. вызывают негативное отношение к предмету рекламы те сообщения, которые создаются без учета эмоциональных реакций потребителя.

Ответ: 3.

Вопрос 11: Выберите правильный ответ: Процесс воздействия на психику потребителей рекламы, связанный со снижением сознательности и критичности при восприятии внушаемого содержания, это:

1. убеждение;
2. внушение;
3. подражание;
4. зомбирование;
5. программирование.

Ответ: 2.

Вопрос 12: Выберите правильный ответ: Групповое целенаправленное (полустандартное) интервью, проходящее в форме групповой дискуссии и ориентированное на получение от ее участников «субъективной информации» о рекламе или рекламируемых товарах и услугах называется:

1. групповое интервью;
2. групповое полустандартное интервью;
3. групповое целенаправленное интервью;
4. метод фокус-групп;
5. холл-тест.

Ответ: 4.

Вопрос 12: Метод лексикографического анализа направлен на:

1. исследование лексикографических данных и является важной составной частью всего экспертного исследования текста, так как именно словарные источники помогают составить первичное представление о реалии и языковых средствах, с помощью которых они вербализуются;
2. экспликацию семантической структуры слова, уточнение реализующих её денотативных, сигнификативных и коннотативных значений;
3. установление значений слов, словосочетаний, предложений в контексте всего высказывания;
4. выявление дифференциальных признаков значения конкретных языковых единиц в пределах

анализируемой микросистемы.

Ответ: 1

Вопрос 13: Каким ключевым понятием оперирует лингвистическая экспертиза текстов?

1. Языковая норма;
2. Жаргон;
3. Языковая игра;
4. Медиатекст.

Ответ: 1

Вопрос 14: Запрещена ли реклама услуг по написанию курсовых и дипломных работы?

1. Запрещена полностью;
2. Запрещена в социальных сетях;
3. Запрещена только в вузах;
4. Не запрещена нигде.

Ответ: 1

Вопрос 15: Выберите неправильное утверждение:

1. Реклама боевого оружия не допускается.
2. Служебное оружие и патроны можно рекламировать только в специализированных профессиональных изданиях и в местах их реализации.
3. Гражданское, охотничье и спортивное оружие разрешено рекламировать только в специализированных печатных изданиях, в местах производства и продажи, также на ТВ с 23 до 7 ч. При этом в реклама не должна обращаться к несовершеннолетним и использовать образы несовершеннолетних.
4. Всякая реклама оружия и продукции военного назначения не разрешена.

Ответ: 4

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1: Что такое товарный знак?

Ответ: имя собственное, которое используется как средство индивидуализации производителя товара, услуг и т. п., а также самого товара, услуги.

Вопрос 2: Как называются мнения, не основанные на фактах?

Ответ: Домыслы

Вопрос 3: Экспрессивные (то есть яркие, необычные, образные) слова и выражения, принадлежащие определенной социальной, профессиональной, возрастной группе носителей языка – это...

Ответ: жаргон

Вопрос 4: информация, которую несет слово как единица языка – это

Ответ: значение слова

Вопрос 5: Сведения, которые содержат отрицательную характеристику лица – юридического или физического с точки зрения здравого смысла, морали («неписаного закона») или с правовой точки зрения (в той мере, в которой это может понимать любой дееспособный гражданин, не имея специальных познаний в области юриспруденции) это сведения:

Ответ: негативные

Вопрос 6: умаление чести и достоинства лица, выраженное в неприличной форме – это:

Ответ: оскорбление

Вопрос 7: К какому виду сведений относят сведения, распространение которых способно причинить вред чести личности либо деловой репутации юридического лица?

Ответ: порочащие сведения

Вопрос 8: Как называют побуждение слушающего или аудитории к определенному действию или принятию определенной точки зрения, отражающей некоторые идеалы говорящего?

Ответ: призыв

Вопрос 9: к какому виду источников информации относят относят фонограммы, видеозаписи и печатные тексты, фиксирующие речевые произведения, подлежащие экспертизе?

Ответ: прямые источники

Вопрос 10: Как называется реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения относительно любых характеристик товара, включая его цену, ассортимент, комплектацию и др.?

Ответ: недостоверная реклама

Вопрос 11: Как называется реклама, которая содержит бранные слова, непристойные и оскорбительные образы, сравнения и выражения, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

Ответ: неэтичная реклама

Вопрос 12: текст, являющийся предметом анализа лингвиста в ходе лингвистической экспертизы,

называется:

Ответ: спорный текст

Вопрос 13: Как называется суждение, в котором отображается связь предмета и его признаков: некоторому предмету приписывается некоторый признак, свойство, качество и выражается повествовательным предложением?

Ответ: утверждение

Вопрос 14:Какая организация выявляет нарушения Закона РФ «О рекламе»?

Ответ: Федеральная антимонопольная служба

Вопрос 15: Воздействия, блокирующие способность человека к адекватному реагированию на жизненные обстоятельства, подрывающие его способность к анализу информации и осознанному выбору, снижающие сопротивляемость внешнему давлению, лишаящие человека чувства индивидуальности, личностной ценности представляют собой:

Ответ: психологическую опасность

Вопрос 16: Как называется экспертиза, для выполнения которой требуется привлечение специальных знаний сразу из нескольких отраслей социальных наук?

Ответ: социальная

Вопрос 17: К нарушениям какого характера относят неоправданно большое количество показов одного и того же рекламного ролика?

Ответ: к нарушениям этического характера

Вопрос 18: В каком году в России впервые был принят Закон «О рекламе»?

Ответ: в 1995 году

Вопрос 19: Какое направление экспертизы включает оценку рекламы на соответствие моральным нормам и ценностям потребителей рекламы, а также требованиям актов органов саморегулирования рекламы (кодексам этики и обычаям делового оборота)?

Ответ: этическое направление

Вопрос 20: Какое направление экспертизы включает в себя оценку эффективности и психологической безопасности воздействия данного продукта на сознание и подсознание, а также личность потребителя?

Ответ: психологическое направление

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАКРЫТЫХ ЗАДАНИЙ: 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 экзамена по всему изученному курсу. Тест размещен в разделе «Промежуточная аттестация по дисциплине» онлайн-курса на образовательном портале «Открытый университет АлтГУ»:

<https://public.edu.asu.ru/mod/quiz/view.php?id=75719>

Количество заданий в контрольно-измерительном материале (тесте) для промежуточной аттестации, составляет 31 задание.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ в целом:
Для экзамена: «отлично» – верно выполнено 85-100% заданий; «хорошо» – верно выполнено 70-84% заданий; «удовлетворительно» – верно выполнено 51-69% заданий; «неудовлетворительно» – верно выполнено 50% и менее 50% заданий.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Свиридова Е. А.	Правовое регулирование рекламы: учеб. пособие для вузов	М.: ЮНИТИ-[ДАНА], 2009	
Л1.2	отв. ред. П. Д. Тищенко	Гуманитарные ориентиры научного познания: Ин-т философии РАН	М. : [Навигатор], 2014	
Л1.3	Л.В. Оконечникова	Психологические методы исследования рекламы : учебно-методическое пособие	Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2014	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276353
Л1.4	Тюрин, Д. В.	Маркетинговые исследования : учебник для бакалавров	М. : Издательство Юрайт, 2017	www.biblio-online.ru/book/BFF5DC94-F93F-470D-B94A-1CC1E829746C.
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
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	курс Социогуманитарная экспертиза коммуникационных продуктов		https://public.edu.asu.ru/course/view.php?id=1788	
6.3. Перечень программного обеспечения				
Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно); Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно); Chrome (http://www.chromium.org/chromium-os/licenses), (бессрочно); 7-Zip (http://www.7-zip.org/license.txt), (бессрочно); AcrobatReader (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно); ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно); LibreOffice (https://ru.libreoffice.org/), (бессрочно);				

Веб-браузер Chromium (<https://www.chromium.org/Home/>), (бессрочно);
 Антивирус Касперский (<https://www.kaspersky.ru/>), (до 23 июня 2024);
 Архиватор Ark (<https://apps.kde.org/ark/>), (бессрочно);
 Okular (<https://okular.kde.org/ru/download/>), (бессрочно);

6.4. Перечень информационных справочных систем

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)
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, практические и лабораторные занятия, а также самостоятельную работу. Изучение курса завершается экзаменом. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических и лабораторных 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.

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. 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 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.

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

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Стратегический менеджмент и маркетинг в коммуникационной сфере рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.04.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Социальная безопасность медиaprостранства Большого Алтая
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	6 ЗЕТ
Учебный план	42_04_01_Реклама и СО_СБА-2022

Часов по учебному плану	216	Виды контроля по семестрам
в том числе:		экзамены: 3
аудиторные занятия	64	
самостоятельная работа	125	
контроль	27	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (3)		Итого	
	Неделя 16			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	24	24	24	24
Практические	40	40	40	40
Сам. работа	125	125	125	125
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	216	216	216	216

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

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

Рабочая программа дисциплины
Стратегический менеджмент и маркетинг в коммуникационной сфере

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528)

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

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

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Срок действия программы: 2023-2025 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 учебной дисциплины - развитие и совершенствование у обучающихся стратегического и креативного мышления, ориентированного на перспективу, поиск оригинальных идей и получение системного эффекта, а также навыков стратегического менеджмента, стратегического маркетинга в коммуникационной сфере на основе ситуативного анализа и оценки стратегических перспектив.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.О.03**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ОПК-1	Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
ОПК-1.1	Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.
ОПК-1.2	Умеет разрабатывать организационный план производства медиатекстов\медиапродуктов или коммуникационных продуктов
ОПК-1.3	Создает востребованные индустрией рекламы и связей с общественностью тексты и (или) иных коммуникационные продукты с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем
ПК-1	Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии в целях продвижения продукции СМИ средствами стратегических коммуникаций
ПК-1.1	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-1.2	Умеет разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга
ПК-1.3	Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций
ПК-1.4	Умеет осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение
ПК-1.5	Владеет: навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий
ПК-1.6	Владеет навыками выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; 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;
3.2.	Уметь:

3.2.1.	разрабатывать организационный план производства медиатекстов\медиапродуктов или коммуникационных продуктов;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.	Создавать востребованные индустрией рекламы и связей с общественностью тексты и (или) иных коммуникационные продукты с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем; навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий; навыками 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. Теоретико-технологические основы стратегического менеджмента.						
1.1.	Сущность и становление стратегического менеджмента.	Лекции	3	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.2.	Сущность и становление стратегического менеджмента.	Практические	3	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.3.	Сущность и становление стратегического менеджмента.	Сам. работа	3	10	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.4.	Анализ внешней и внутренней среды организации	Лекции	3	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.5.	Анализ внешней и внутренней среды организации	Практические	3	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.6.	Анализ внешней и внутренней среды организации	Сам. работа	3	10	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.7.	Анализ стратегических факторов среды предприятия	Лекции	3	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.8.	Анализ стратегических факторов среды предприятия	Практические	3	4	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.9.	Анализ стратегических факторов среды предприятия	Сам. работа	3	10	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.10.	Определение общего направления развития организации	Лекции	3	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.11.	Определение общего направления развития организации	Практические	3	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.12.	Определение общего направления развития организации	Сам. работа	3	10	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.13.	Процесс стратегического управления	Лекции	3	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.14.	Процесс стратегического управления	Практические	3	4	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.15.	Процесс стратегического управления	Сам. работа	3	10	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.16.	Оценка стратегических альтернатив и выбор стратегии	Лекции	3	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.17.	Оценка стратегических альтернатив и выбор стратегии	Практические	3	4	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.18.	Оценка стратегических альтернатив и выбор стратегии	Сам. работа	3	10	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6,	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
					ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	
1.19.	Реализация стратегии	Лекции	3	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.20.	Реализация стратегии	Практические	3	4	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.21.	Реализация стратегии	Сам. работа	3	10	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
Раздел 2. Теоретико-технологические основы стратегического маркетинга						
2.1.	Стратегический маркетинг: основные понятия, концепции.	Лекции	3	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.2.	Стратегический маркетинг: основные понятия, концепции.	Практические	3	4	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.3.	Стратегический маркетинг: основные понятия, концепции.	Сам. работа	3	10	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.4.	Процесс управления стратегическим маркетингом.	Лекции	3	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.5.	Процесс управления стратегическим маркетингом.	Практические	3	4	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.6.	Процесс управления стратегическим маркетингом.	Сам. работа	3	10	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.7.	Стратегический подход к сегментации рынка и	Лекции	3	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6,	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	позиционированию товаров.				ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	
2.8.	Стратегический подход к сегментации рынка и позиционированию товаров.	Практические	3	4	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.9.	Стратегический подход к сегментации рынка и позиционированию товаров.	Сам. работа	3	10	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.10.	Оценка конкурентных позиций организации	Лекции	3	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.11.	Оценка конкурентных позиций организации	Практические	3	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.12.	Оценка конкурентных позиций организации	Сам. работа	3	0	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.13.	Концепция жизненного цикла товара в стратегическом маркетинге. Пути реализации маркетинговых стратегий.	Лекции	3	1	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.14.	Концепция жизненного цикла товара в стратегическом маркетинге. Пути реализации маркетинговых стратегий.	Практические	3	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.15.	Концепция жизненного цикла товара в стратегическом маркетинге. Пути реализации маркетинговых стратегий.	Сам. работа	3	12	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.16.	Маркетинг взаимоотношений: основы стратегии.	Лекции	3	1	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6,	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
					ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	
2.17.	Маркетинг взаимоотношений: основы стратегии.	Практические	3	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.18.	Маркетинг взаимоотношений: основы стратегии.	Сам. работа	3	13	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
Раздел 3. Промежуточная аттестация						
3.1.	экзамен	Практические	3	0	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.4, ПК-1.5, ПК-1.6, ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
<p>Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале «Открытый университет АлтГУ» https://public.edu.asu.ru/course/view.php?id=1796 .</p> <p>Оценка сформированности компетенции:</p> <p>ОПК-1: Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.</p> <p>ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА</p> <p>Вопрос 1. Что определяет задачи для достижения цели, способы их решения и задает конкретный план действий?</p> <p>а) Тактика; б) Операция; в) Стратегия; Правильный ответ: а</p> <p>Вопрос 2. Стратегия, которая описывает общее направление развития компании, его производственно-сбытовой деятельности, показывает, как управлять различными видами бизнеса, чтобы сбалансировать портфель товаров и услуг – это стратегия:</p> <p>а) Базовая б) Производственная в) Оптимальная Правильный ответ: а</p> <p>Вопрос 3. Какое действие из перечисленных ниже НЕ относится к оперативному маркетинговому планированию?</p> <p>а) разработка стратегий сегментации; б) разработка бюджета маркетинговых мероприятий; в) реализация запланированных мероприятий; г) контроль достигнутых результатов.</p>

Правильный ответ: а

Вопрос 4. Что показывает аудит макроокружения:

- а) показывает факторы макросреды, оказывающее решающее влияние на деятельность предприятия;
- б) означает сбор и анализ информации относительно: рынка, потребителей, конкурентов, партнеров по бизнесу (посредников и поставщиков);
- в) показывает размер, рост и тенденции рынка (стоимость, объем); потребители (покупатели), их демографические изменения, психографическое и покупательское поведение;

Правильный ответ: а

Вопрос 5. Анализ внешней среды – это:

- а) контроль внешних факторов для определения возможностей и угроз
- б) определение демографических тенденций развития
- в) учет действия правительства в деятельности организации
- г) организация работы по анализу рынка

Правильный ответ: а

Вопрос 6. SWOT-анализ включает:

- а) анализ сильных и слабых сторон, а также возможностей организации и вероятных угроз
- б) анализ конкурентных преимуществ организации
- в) анализ макросистемы рынка и конкретных целевых рынков
- г) анализ ключевых факторов успеха организации

Правильный ответ: а

Вопрос 7. Цели организации должны быть:

- а) конкретными, измеримыми и перекрестно поддерживающимися
- б) как можно более общими, тогда проще отчитаться в их выполнении
- в) как можно более близкими, тогда проще осуществлять контроль
- г) предварительными, текущими, заключительными

Правильный ответ: а

Вопрос 8. Стратегия – это:

- а) набор решений и действий, помогающих организации достичь своих целей
- б) четко выраженная причина существования организации
- в) высокие слова, позволяющие организации формировать свой имидж
- г) контроль внешних факторов для определения возможностей и угроз для организации

Правильный ответ: а

Вопрос 9. Стратегия, предполагающая развитие предприятия и превышение показателей каждого последующего года по сравнению с предыдущим:

- а) стратегия роста
- б) стратегия сокращения
- в) стратегия фокусирования
- г) корпоративная стратегия

Правильный ответ: а

Вопрос 10. Основная задача инновационной стратегии:

- а) разработка и внедрение новой продукции
- б) обоснование для потенциальных инвесторов наиболее эффективных направлений вложения их капиталов
- в) выявление потенциального спроса и неудовлетворенных потребностей
- г) выход на международные рынки с целью привлечения зарубежного капитала и поиска стратегических партнеров

Правильный ответ: а

Вопрос 11. Обычно стратегическое планирование бывает рассчитано на:

- а) долгосрочную перспективу
- б) краткосрочную перспективу
- в) среднесрочную перспективу
- г) финансовую перспективу

Правильный ответ: а

Вопрос 12. Составление стратегического плана – это функция:

- а) руководства

- б) внешних консультантов
 - в) планового отдела
 - г) финансового отдела
- Правильный ответ: а

Вопрос 13. Что в концепции SMART, означает буква «М»?

- а) Измеримый. Цель по SMART должна быть измеримой. На этапе постановки цели необходимо установить конкретные критерии для измерения процесса выполнения цели.
- б) Конкретный. Цель должна быть конкретной, что увеличивает вероятность ее достижения. Понятие «Конкретный» означает, что при постановке цели точно определен результат, который Вы хотите достичь.
- в) Достижимый. Цели по SMART должны быть достижимы, так как реалистичность выполнения задачи влияет на мотивацию исполнителя. Если цель не является достижимой – вероятность ее выполнения будет стремиться к нулю.
- г) Значимый. Для определения значимости цели важно понимать, какой вклад решение конкретной задачи внесет в достижение глобальных стратегических задач компании.

Правильный ответ: а

Вопрос 14. CRM – это:

- а) направленная на построение устойчивого бизнеса концепция и бизнес-стратегия, ядром которой является «клиентоориентированный» подход;
- б) повышение эффективности бизнес-процессов, сосредоточенных во фронт-офисе, направленных на привлечение и удержание клиентов – в маркетинге, продажах, сервисе и обслуживании, независимо от канала, через который происходит контакт с клиентом.
- в) ряд маркетинговых баз данных, обеспечивающих анализ на уровне продукта (его продаж), но слабо интегрированных с источниками другой информации;

Правильный ответ: а

Вопрос 15. В каком году Т. Левиттом была представлена концепция Жизненного цикла товара:

- а) 1965
- б) 1981
- в) 1964
- г) 2001

правильный ответ: а

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1: Что подразумевает цель анализа стратегических факторов?

Ответ: выявление угроз и возможностей внешней среды, а также сильных и слабых сторон организации

Вопрос 2: Как называется стратегия, направленная на сворачивание деятельности по конкретным видам деятельности, продуктам, рынкам?

Ответ: стратегия сокращения.

Вопрос 3: Как называется аудит, результаты которого показывают размер, рост и тенденции рынка (стоимость, объем); потребители (покупатели), их демографические изменения, психографическое и покупательское поведение?

Ответ: Аудит рынка

Вопрос 4: Процесс деления единого потребительского рынка на некоторое количество сегментов по какому-либо фактору (признаку) – это

Ответ: Сегментация рынка

Вопрос 5: Получить достаточную информацию о сильных и слабых сторонах конкурента, о его стратегии, намерениях и возможностях для повышения эффективности собственных действий – это цель...

Ответ: конкурентного анализа

Вопрос 6: Кто является автором Золотого правила теории пяти сил конкуренции?

Ответ: Майкл Портер

Вопрос 7: Как называется процесс сравнения продуктов, услуг или процессов одной организации с продуктами, услугами или процессами другой организации?

Ответ: Бенчмаркинг

Вопрос 8: Кто является автором концепции Жизненного цикла товара?

Ответ: Т. Левитт

Вопрос 9: Как называется процесс изменения объема продаж, как в денежном, так и в количественном отношении, с момента его выхода на рынок и до полного упадка и ухода с рынка?

Ответ: Жизненный цикл товара

Вопрос 10: Интегрированные усилия по построению, поддержанию и развитию сети отношений с отдельными потребителями для взаимной пользы посредством взаимодействия, индивидуализации

отношений на протяжении длительного времени это:

Ответ: Маркетинг взаимоотношений

Вопрос 11: Что в концепции SMART, означает буква «М»?

Ответ: Измеримый. Цель по SMART должна быть измеримой. На этапе постановки цели необходимо установить конкретные критерии для измерения процесса выполнения цели.

Вопрос 12: Обычно стратегическое планирование бывает рассчитано на перспективу:

Ответ: долгосрочную

Вопрос 13: Основная задача инновационной стратегии заключается в :

Ответ: разработке и внедрении новой продукции

Вопрос 14: Как называется стратегия, предполагающая развитие предприятия и превышение показателей каждого последующего года по сравнению с предыдущим?

Ответ: стратегия роста

Вопрос 15: Что является главной целью стратегического анализа внешней среды?

Ответ: определение возможностей и угроз

Вопрос 16: Какой уровень стратегического менеджмента является высшим?

Ответ: корпоративный

Вопрос 17: Набор решений и действий, помогающих организации достичь своих целей – это

Ответ: стратегия

Вопрос 18: что является исходной точкой для планирования ?

Ответ: цели

Вопрос 19: Как называется методика, включающая анализ сильных и слабых сторон, а также возможностей организации и вероятных угроз?

Ответ: SWOT-анализ.

Вопрос 20: Как называется методика, включающая анализ политических, экономических и технологических факторов?

Ответ: PEST – анализ

Оценка сформированности компетенции:

ПК-1: Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии в целях продвижения продукции СММ средствами стратегических коммуникаций.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. К задачам стратегического маркетинга НЕ относится:

- А) Формирование ценовой политики;
- Б) Разработка маркетинговых стратегий и планов;
- В) Оценка привлекательности рынков;
- Г) Разработка стратегии сегментации выбранных рынков.

Ответ: А

Вопрос 2: Какой из перечисленных базовых стратегий НЕ существует?

- А) стратегия размещения;
- Б) стратегия сокращения;
- В) стратегия стабильности;
- Г) стратегия роста.

Ответ: А

Вопрос 3: Интегрированный рост – это:

- А) рост за счет развития деятельности на уже занимаемых рынках;
- Б) развитие за счет объединений с организациями конкурирующего профиля, своими поставщиками или посредниками;
- В) развитие за счет поиска и выхода компании на новые товарные рынки с новыми товарными предложениями путем использования новых технологий, поглощения, слияния с организациями, уже присутствующими на выбранных рынках.

Ответ: Б

Вопрос 4: Аудит микроокружения:

- А) показывает факторы макросреды, оказывающее решающее влияние на деятельность предприятия;
- Б) означает сбор и анализ информации относительно: рынка, потребителей, конкурентов, партнеров по бизнесу (посредников и поставщиков).
- В) показывает размер, рост и тенденции рынка (стоимость, объем); потребители (покупатели), их демографические изменения, психографическое и покупательское поведение;

Ответ: Б

Вопрос 5: Сегментирование потребителей - это:

- А) разделение рынка для оценки значимости каждого сегмента и идентификации конкурентных товаров, определения источников рыночного развития, подсчета доли и роста рынка.
- Б) разбивка их на однородные группы по критериям так, чтобы эти группы были отличными от других (по-разному реагировали на стимул) и могли быть выбраны в качестве целевой аудитории.

Ответ: Б

Вопрос 6: Разбиение каждого полученного сегмента рынка (в результате проведения макросегментации) на части в зависимости от типа потребителей – это:

- А) Микросегментация;
- Б) Минисегментация;
- В) Классификация;

Ответ: А

Вопрос 7: Как называется стратегия, которая рассчитана на первоначальное принятие товара сегментами потребителей-новаторов с более высокими доходами, которые являются лидерами мнений и способны повлиять на дальнейшую популярность товара среди более широких групп потребителей:

- А) стратегия «снятия сливок»
- Б) стратегия лидерства
- В) стратегия опережения

ответ: А

Вопрос 8: Интегрированные усилия по построению, поддержанию и развитию сети отношений с отдельными потребителями для взаимной пользы посредством взаимодействия, индивидуализации отношений на протяжении длительного времени это:

- А) Маркетинг взаимоотношений
- Б) Маркетинг потребителей
- В) Маркетинг организации

Ответ: А

Вопрос 9: Какой из перечисленных этапов НЕ относится к процессу стратегического управления?

- А) Создание логотипа.
- Б) Формирование стратегического видения и миссии.
- В) Постановка целей.
- Г) Оценка и анализ внешней среды.
- Д) Оценка стратегий.

Ответ: А

Вопрос 10: Дифференцированный маркетинг означает, что:

- А) Фирма обращается ко всему рынку с одной маркетинговой программой и сосредоточена не на различиях, а на сходстве потребителей, экономя на рекламе, маркетинговых исследованиях и производстве товара.
- Б) Фирма выступает на нескольких сегментах, и разрабатывает на них комплекс маркетинга. Рынок предприятий при этом расширяется, но затраты велики, поэтому данную стратегию чаще используют крупные предприятия.
- В) Фирма концентрируется на большой доле рынка, это ведет к хорошему знанию рынка, лучшему удовлетворению потребностей, экономии на основе специализации; однако повышен риск.

Ответ: Б.

Вопрос 11: Наличие продуктов-заменителей:

- А) уменьшает ценовую власть покупателей;
- Б) увеличивает ценовую власть покупателей;
- В) не влияет на ценовую власть покупателей;
- Г) увеличивает экспортно-импортное сальдо.

Ответ: Б

Вопрос 12: После проведения внутреннего анализа фирма должна определить:

- А) каких внешних угроз, усугубленных недостатками организации нужно больше всего опасаться;
- Б) где она сейчас находится и каково ее состояние, выраженное в характеристиках ее клиентов, продуктов, технологий, персонала и управления;
- В) как могут быть нейтрализованы внешние угрозы конкурентными преимуществами организации;

Г) как ключевые факторы успеха могут нейтрализовать слабости организации.

ответ: Б

Вопрос 13: Для товара «дойная корова» характерны денежные потоки:

- А) отрицательные;
- Б) инвестиционные;
- В) положительные;
- Г) нулевые.

Ответ: В

Вопрос 14: Положение фирмы на рынке, позволяющее ей преодолевать силы конкуренции и привлекать покупателей:

- А) деловая стратегия;
- Б) конкурентные преимущества;
- В) синергизм;
- Г) стратегия фокусирования.

ответ: Б

Вопрос 15: Стратегия лидерства в издержках направлена на достижение конкурентных преимуществ за счет:

- А) высоких затрат и более низкой себестоимости
- Б) высоких затрат и более высокой себестоимости
- В) низких затрат и более низкой себестоимости
- Г) низких затрат и более высокой себестоимости

ответ: В

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1: Как называется комплексный документ, объединяющий в единое целое видение перспектив развития компании, четко сформулированные цели и пути их достижения?

Ответ: Стратегический план

Вопрос 2: Как определяется состояние соперничества или соревнования, часто между более или менее соответствующими друг другу компаниями?

Ответ : Конкуренция

Вопрос 3: Как называется человек или компания, которая получает, потребляет и оценивает произведенные товары и услуги и почему они важны для организации?

Ответ: Потребитель. Именно потребители являются источником доходов компании.

Вопрос 4: Как называется агрессивная стратегия, которая означает способность компании разрабатывать, производить и продавать аналогичные продукты более эффективно, чем конкуренты?

Ответ: Лидерство по издержкам

Вопрос 5: Система разделяемых работниками компании ценностей, неофициальных правил и поведенческих норм, возникающих как следствие совместного опыта и ожиданий людей, работающих в компании, и определяющих, как люди должны вести себя в большинстве ситуаций это:

Ответ: Корпоративная культура

Вопрос 6: Как называется наиболее общая цель организации как конкурентоспособной структуры, представленная в наиболее общей форме и четко выражающая основную причину существования организации?

Ответ: Миссия

Вопрос 7: Как называется подход, который ориентирован на изучение влияния конкретной ситуации на процесс управления и почему он важен для управления?

Ответ: Ситуационный подход. Предполагается, что эффективность конкретного управления существенным образом зависит от его соответствия именно данной конкретной ситуации.

Вопрос 8: Группа товаров, которые могут быть сравнимы по их функциональному назначению, применению, качественным и техническим характеристикам, цене и другим параметрам таким образом, что покупатель действительно заменяет или готов заменить их друг другом в процессе потребления называется:

Ответ: Взаимозаменяемые товары

Вопрос 9: Что такое знак, символ, слова или их сочетание, помогающие потребителям отличить товары

или услуги одной компании от другой и почему он важен для компании?

Ответ: Бренд . Бренд воспринимается как широко известная торговая марка или компания, занимающая в сознании и психологии потребительских сегментов особое место из массы себе подобных.

Вопрос 10: Как называются вложения средств с целью сохранения и увеличения капитала?

Ответ: Инвестиции

Вопрос 11: В рамках какого вида менеджмента происходит решение каждодневных задач существования организации в границах плана ее развития?

Ответ: В рамках оперативного менеджмента.

Вопрос 12: Как определяется общая функция менеджмента, комплекс работ по анализу ситуаций и факторов внешней среды, прогнозированию, оптимизации, оценке альтернативных вариантов достижения целей, выбору наилучшего варианта плана?

Ответ: Планирование

Вопрос 13: Что такое прогноз ?

Ответ: научно обоснованное суждение о возможных состояниях объекта в будущем, об альтернативных путях и сроках его существования.

Вопрос 14: Как называется условное место купли-продажи конкретного вида товара, заключения торговых сделок.

Ответ: Рынок

Вопрос 15: Как называется состав продаваемой фирмой продукции по группам, видам, типам, сортам, размерам и маркам и чем он различается?

Ответ: Ассортимент. Различается широтой (количеством товарных групп) и глубиной (количеством моделей, видов марки в каждой группе).

Вопрос 16: Этап жизненного цикла продукта, когда продажи растут медленно, а прибыль низка называется:

Ответ: Внедрение

Вопрос 17: Как называются совокупные затраты предприятия, связанные с производством продукции и доведением товара до потребителей?

Ответ: Издержки

Вопрос 18: Как называется компания, имеющая максимальную рыночную долю и (или) занимающая ведущие позиции на рынке в стратегически важных направлениях бизнеса?

Ответ: Лидер рынка

Вопрос 19: Кто такие новаторы?

Ответ: Потребитель, который раньше других готов к потреблению новых изделий.

Вопрос 20: Как называется соглашение на основе взаимной выгоды, в результате которого покупатель и продавец обмениваются чем-то, представляющим для них ценность (стоимость)?

Ответ: Обмен

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА: 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 ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА.

«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 экзамена по всему изученному курсу. Тест размещен в разделе «Промежуточная аттестация по дисциплине» онлайн-курса на образовательном портале «Открытый университет АлтГУ»:

<https://public.edu.asu.ru/mod/quiz/view.php?id=76114>

Количество заданий в контрольно-измерительном материале (тесте) для промежуточной аттестации, составляет 95 заданий.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ в целом: Для экзамена: «отлично» – верно выполнено 85-100% заданий; «хорошо» – верно выполнено 70-84% заданий; «удовлетворительно» – верно выполнено 51-69% заданий; «неудовлетворительно» – верно выполнено 50% и менее 50% заданий.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Кондратенко Н.М.	Маркетинг: учебник	М.: Юрайт, 2011	
Л1.2	А.А. Томпсон, А.Д. Стрикленд	Стратегический менеджмент: Искусство разработки и реализации стратегии: учебник	М. : Юнити-Дана, 2015	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436856

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	С.А. Ким.	Маркетинг : учебник	М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454084
Л2.2	А.И. Долгов, Е.А. Проккопенко	Стратегический менеджмент : учебное пособие	М. : Флинта, 2016	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83145

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

	Название	Эл. адрес
Э1	Курс Moodle	https://public.edu.asu.ru/course/view.php?id=1796

6.3. Перечень программного обеспечения

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

Архиватор Ark (<https://apps.kde.org/ark/>), (бессрочно);
Okular (<https://okular.kde.org/ru/download/>), (бессрочно);

6.4. Перечень информационных справочных систем

Информационная справочная система:

СПСКонсультантПлюс (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)
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, практические, 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, компонуйте новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к

занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

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

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

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

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

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.04.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Социальная безопасность медиaprостранства Большого Алтая
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	9 ЗЕТ
Учебный план	42_04_01_Реклама и СО_СБА-2022
Часов по учебному плану	0
в том числе:	
аудиторные занятия	0

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	Итого	
	Неделя	
Вид занятий	УП	РПД
Итого	0	0

Программу составил(и):

Рецензент(ы):

Рабочая программа дисциплины

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528)

составлена на основании учебного плана:

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 27.04.2021 протокол № 6.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11

Срок действия программы: 2022-2023 уч. г.

Заведующий кафедрой

Ковалева Алла Владимировна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11

Заведующий кафедрой *Ковалева Алла Владимировна*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: БЗ.О

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
ОПК-1	Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
ОПК-2	Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-3	Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
ОПК-5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ОПК-6	Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
ПК-1	Способен разрабатывать и представлять маркетинговые стратегии в целях продвижения продукции СМИ средствами стратегических коммуникаций
ПК-2	Способен разрабатывать и продвигать коммуникационный продукт/проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла.
ПК-3	Способен оценивать соответствие коммуникационного продукта/проекта критериям социальной безопасности

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	
3.2.	Уметь:
3.2.1.	
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
-------------	-----------------------------	-------------	---------	-------	-------------	------------

5. Фонд оценочных средств

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

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература		
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"		
	Название	Эл. адрес
Э1	Курс Moodle	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=5725
6.3. Перечень программного обеспечения		
6.4. Перечень информационных справочных систем		

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

--

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

--

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Введение в профессиональную деятельность (адаптивная дисциплина для лиц с ограниченными возможностями здоровья) рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.04.01. Реклама и связи с общественностью
Профиль	Социальная безопасность медиaproстранства Большого Алтая
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_04_01_Реклама и СО_СБА-2022

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты:	1
аудиторные занятия	12		
самостоятельная работа	96		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		Итого	
	16			
Неделя	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	6	6	6	6
Практические	6	6	6	6
Сам. работа	96	96	96	96
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
к.филол.н. , доцент, Валулина Е.В.

Рецензент(ы):
директор центра инклюзивного образования АГУ, Петренко Е.А.

Рабочая программа дисциплины
Введение в профессиональную деятельность (адаптивная дисциплина для лиц с ограниченными возможностями здоровья)

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528)

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

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

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

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

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

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

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

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

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	<p>- подготовка к обоснованному и мотивированному выбору студентом специализации профессиональной деятельности с учётом особенностей ОВЗ.</p> <p>Для достижения поставленной цели выделяются задачи курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> - начальное знакомство с направлениями профессиональной деятельности учёт особенностей ОВЗ при планировании учебного процесса; - ориентация в проблематике направления, в типовых постановках задач, типовых подходах и методах решения задач с учётом особенностей ОВЗ; - выбор направления и задачи для реализации (темы проекта) при индивидуальной траектории обучения с учётом особенностей ОВЗ; - получение первичных навыков в самостоятельном планировании и организации своего труда, определении и исполнении обязательств по срокам работы с учётом особенностей ОВЗ; - освоение современных технологий презентации и публичных выступлений (учёт особенностей ОВЗ).
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **ФТД.В**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
------	---

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		Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.2.	История становления профессии.	Лекции	1	2		Л2.1, Л2.2, Л1.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
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		Л2.1, Л2.2, Л1.1
2.2.	Подготовка к выступлению. Выступление с презентацией	Практические	1	2		Л2.1, Л2.2, Л1.1
2.3.	Ответы на вопросы. Работа с аудиторией. Завершение выступления.	Сам. работа	1	42		Л2.1, Л2.2, Л1.1
Раздел 3. Раздел 3. Анализ полученного опыта и результата своих действий.						
3.1.	Профдиагностика	Практические	1	2		Л2.1, Л2.2, Л1.1
3.2.	Консультирование	Практические	1	2		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	54		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 ПД медиа 2021 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 профессиональную деятельность"	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7297		
6.3. Перечень программного обеспечения				
Microsoft Office, Microsoft Windows 7-Zip AcrobatReader				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com) Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/) Научная электронная библиотека eLibrary (http://elibrary.ru)				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

Аудитория	Назначение	Оборудование
	промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	
108М	лаборатория информационных технологий - компьютерный класс – учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 13 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска магнитно-маркерная; интерактивная доска: SMART Board – 1 ед.; персональные компьютеры: NAIU Corp Z520 – 13 ед.
106Л	помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Стеллажи – 3 шт. осциллограф, паяльная станция, источник тока, переносные ноутбуки
119Л	абонемент и читальный зал научной литературы фен – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 44 посадочных места; компьютер; ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ

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.

8.1 Методические указания обучающимся к лекциям:

В ходе лекционных занятий 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.

8.2. 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.

8.5. 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.

8.6. Методические указания обучающимся при оформлении реферата.

Подготовка рефератов направлена на развитие и закрепление у студентов навыков самостоятельного

глубокого, творческого и всестороннего анализа научной, методической и другой литературы по актуальным проблемам дисциплины; на выработку навыков и умений грамотно и убедительно излагать материал, четко формулировать теоретические обобщения, выводы и практические рекомендации. Рефераты должны отвечать высоким квалификационным требованиям в отношении научности содержания и оформления.

Темы рефератов, как правило, посвящены рассмотрению одной проблемы. Объем реферата может быть от 12 до 15 страниц машинописного текста, отпечатанного через 1,5 интервала, а на компьютере через 1 интервал (список литературы и приложения в объем не входят).

Текстовая часть работы состоит из введения, основной части и заключения.

Во введении студент кратко обосновывает актуальность избранной темы реферата, раскрывает конкретные цели и задачи, которые он собирается решить в ходе своего небольшого исследования.

В основной части подробно раскрывается содержание вопроса (вопросов) темы.

В заключении кратко должны быть сформулированы полученные результаты исследования и даны выводы. Кроме того, заключение может включать предложения автора, в том числе и по дальнейшему изучению заинтересовавшей его проблемы.

В список литературы (источников и литературы) студент включает только те документы, которые он использовал при написании реферата.

В приложениях (приложения) к реферату могут выноситься таблицы, графики, схемы и другие вспомогательные материалы, на которые имеются ссылки в тексте реферата.

8.7. Методические указания обучающимся при оформлении отчета.

Отчет пишется в компьютерном варианте. Номера листов заполняются в верхнем правом углу. Поля: сверху и снизу – 2-2,5 см, слева – 2,5-3 см, справа – 1-1,5 см. Шрифт Times New Roman-14 п., межстрочный интервал – 1,5.

Каждый отчет начинается с титульного листа. Сверху в нем указаны принадлежность студента к учебному заведению, факультету, кафедре. В центре листа указывается название изучаемого курса, номер и название выполняемого задания. Ниже и справа указывается фамилия И.О. студента, номер академической группы. Внизу титульного листа указывается год выполнения работы.

Структура отчета о выполнении работы:

1. Формулировка проблемы, цели и задач работы.
2. Описание процедуры выполнения задания: описание самого задания, сведения об участвующих в данном задании лиц, описание результатов (по форме, указанной в задании).
3. Обсуждение результатов и выводы по каждому заданию, которые должны соответствовать его целям и задачам. Выводы должны быть короткими и конкретными.