Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Выборнова Любовь Алексеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 30.10.2024 13:40:29
Уникальный программный ключ:
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

Высшая школа туризма и социальных технологий

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Современные рекламные и PR-технологии»

Направление подготовки:
10.03.01 «Информационная безопасность»

Направленность (профиль):
«Организация и технологии защиты информации (по отрасли или сфере профессиональной деятельности)»

Квалификация выпускника: **бакалавр**

Тольятти 2024

Рабочая программа дисциплины «Современные рекламные и PR-технологии» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 10.03.01 «Информационная безопасность», утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 17.11.2020 г. № 1427.

Рабочая программа дисциплины «Современные рекламные и PR-технологии» разработана в соответствии с Профессиональным стандартом «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 28.10.2014 г. № 811н.

Составители:

старший преподаватель	Д. С. Калинина
(ученая степень, ученое звание)	(ФИО)

РПД обсуждена на заседании Высшей школы туризма и социальных технологий 26.08.2024 г., протокол № 1.

Актуализированная рабочая программа дисциплины обсуждена на заседании Ученого совета Высшей школы туризма и социальных технологий от 26.08.2024 г., протокол № 1.

Директор Высшей школы туризма и социальных технологий	к.ф.н., доцент	Н.Д. Алексеева
	(уч.степень, уч.звание)	(ФИО)

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся универсальной компетенции, связанной с самоорганизацией и саморазвитием, и направленной на развитие готовности к самостоятельной профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	**Код и наименование индикатора достижения компетенции**	**Планируемые результаты обучения по дисциплине**	**Основание (ПС)** * для профессиональных компетенций
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	**ИУК-6.1.** Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития, образовательного и профессионального роста; подбирает способы решения и средства развития, в том числе в цифровой среде **ИУК-6.2.** Владеет технологиями и навыками управления своей познавательной деятельностью и ее совершенствования на основе самооценки, самоконтроля и принципов самообразования в течение всей жизни	**Знает:** - сущность и содержание основных рекламных и PR-технологий - специфику и возможные области применения базовых инструментов рекламы и PR - содержание и специфику подбора рекламных и PR-технологий для осуществления коммуникационных взаимодействий с целевыми аудиториями **Умеет:** - разрабатывать основные мероприятия по планированию и применению рекламных и PR- технологий - использовать современные рекламные и PR-технологии и тренды в решении профессиональных задач - пользоваться программным обеспечением и техническими средствами для решения профессиональных задач - вести подготовку различных типов контента в системе медиа-, бизнес- и социальных коммуникаций **Владеет:** - навыками использования современных рекламных и PR-технологий в работе с различными целевыми группами - навыками адаптации к различным профессиональным ситуациям - навыками регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет и СМИ	Продюсер информационных проектов (Требования рынка труда Требования работодателей Обобщение отечественного и зарубежного опыта)

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1. Дисциплины (модули) образовательной программы (Модуль дополнительной специализации по выбору «Реклама и связи с общественностью»).

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Объем и структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет **4 з.е. (144 час.)**, их распределение по видам работ и семестрам представлено в таблице.

Виды учебных занятий и работы обучающихся	Трудоемкость, час
Общая трудоемкость дисциплины, час	**144**
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего), в т.ч.:	**46 / 10**
занятия лекционного типа (лекции)	18 / 4
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	28 / 6
лабораторные работы	**- / -**
Самостоятельная работа всего, в т.ч.:	**98 / 130**
Самоподготовка по темам (разделам) дисциплины	98 / 130
Выполнение курсового проекта /курсовой работы	**- / -**
Контроль (часы на зачет)	**- / 4**
Промежуточная аттестация	**зачет**

Примечание: *-/- объем часов соответственно для очной и очно-заочной форм обучения*

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

В процессе освоения дисциплины может применяться электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

В процессе освоения дисциплины обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде и электронно-библиотечным системам.

3.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Планируемые результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы			Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
		Контактная работа		Самостоятельная работа, час	
		Лекции, час	Практические занятия, час		
УК-6: ИУК-6.1., ИУК-6.2.	**Тема 1. Реклама и СМИ.** Реклама в прессе. Телевизионная реклама. Радиореклама.	4 / 0,5			Сообщение / презентация. Практическое задание.
	Практическое занятие 1. Реклама и СМИ.		4 / 1		
	Самостоятельная работа Самостоятельное изучение учебных материалов			16 / 21	
УК-6: ИУК-6.1., ИУК-6.2.	**Тема 2. Реклама в офлайн-пространстве.** Наружная реклама. Indoor-реклама. Печатная реклама. Сувенирная реклама (брендирование). Событийная реклама (event).	2 / 0,5			Сообщение / презентация. Практическое задание.
	Практическое занятие 2. Реклама в офлайн-пространстве.		4 / 1		
	Самостоятельная работа Самостоятельное изучение учебных материалов			16 / 22	
УК-6: ИУК-6.1., ИУК-6.2.	**Тема 3. Реклама в сети Интернет.** Контекстная реклама. Баннерная реклама. Таргетированная реклама. Ремаркетинг/ретаргетинг. Тизерная реклама. Видеореклама. Аудиореклама. Push-уведомления. Окна pop-up. Мобильная реклама. Реклама у блогеров и лидеров мнений. Реклама в email-рассылках.	4 / 1			Сообщение / презентация. Практическое задание.
	Практическое занятие 3. Реклама в сети Интернет.		6 / 1		
	Самостоятельная работа Самостоятельное изучение учебных материалов			17 / 22	
УК-6: ИУК-6.1., ИУК-6.2.	**Тема 4. Информационный PR.** Пресс-релиз. Пост-релиз. Пресс-кит. Медиа-кит. Пресс-досье. Бэкграундер. Клиппинг. Сторителлинг. Life Placement. Слухи в PR.	4 / 1			Сообщение / презентация. Практическое задание.
	Практическое занятие 4. Информационный PR.		6 / 1		
	Самостоятельная работа Самостоятельное изучение учебных материалов			16 / 21	
УК-6: ИУК-6.1., ИУК-6.2.	**Тема 5. Специальные мероприятия в PR.** Событие и event: специфика и цели. Публичные мероприятия: конференция и семинар, открытие, фестиваль, концерт, праздник, конкурс, выставка и ярмарка, день открытых дверей, флэшмоб. Мероприятия для прессы: пресс-конференция, брифинг, пресс-ланч, пресс-тур. Мероприятия для целевых аудиторий: мастер-класс, тренинг, презентация, «круглый стол».	2 / 0,5			Сообщение / презентация. Практическое задание.
	Практическое занятие 5. Специальные мероприятия в PR.		4 / 1		
	Самостоятельная работа Самостоятельное изучение учебных материалов			16 / 22	
УК-6: ИУК-6.1., ИУК-6.2.	**Тема 6. Особенности PR в сети Интернет.** Интернет как канал PR: web-PR, net-PR, online-PR. Корпоративный сайт. PR в блогах, форумах. PR в социальных сетях. PR в мессенджерах. Вирусный PR. Тизерный PR.	2 / 0,5			Сообщение / презентация. Практическое задание.
	Практическое занятие 6. Особенности PR в сети Интернет.		4 / 1		
	Самостоятельная работа			17 / 22	

Планируемые результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы			Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
		Контактная работа		Самостоятельная работа, час	
		Лекции, час	Практические занятия, час		
	Самостоятельное изучение учебных материалов				
	ИТОГО	**18 / 4**	**28 / 6**	**98 / 130**	

Примечание: *-/- объем часов соответственно для очной и очно-заочной форм обучения*

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Общие методические рекомендации по освоению дисциплины, образовательные технологии

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

При проведении учебных занятий по дисциплине обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплины в форме курса, составленного на основе результатов научных исследований, проводимых университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов **образовательных технологий:**

- балльно-рейтинговая технология оценивания;
- электронное обучение;
- репродуктивные технологии;
- технологии развивающего обучения;
- информационные технологии: Яндекс-документы, Google-документы, Zoom.

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости. Максимальное количество баллов в семестре – 100.

4.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов тематического плана. В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках каждой темы дисциплины. Обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала.

Лекционные занятия проводятся в поточной аудитории с применением мультимедийного проектора в виде учебной презентации или в ЭИОС университета.

Отдельные темы предлагаются для самостоятельного изучения (конспектируются).

Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям и выполнения заданий самостоятельной работы, а также к мероприятиям текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

4.3. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях семинарского типа/ на практических занятиях

Практические (семинарские) занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы. Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

Практические (семинарские) занятия обучающихся обеспечивают:

- проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;
- развитие умений и навыков подготовки и выступления с докладами, сообщениями, презентациями;
- обсуждение вопросов по учебному материалу дисциплины;
- выполнение и анализ практических заданий;

– подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте дисциплины.

Практические занятия организуются, в том числе в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка предусматривает выполнение практических заданий по всем темам.

4.4. Методические указания по самостоятельной работе обучающихся

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку обучающегося к аудиторным занятиями мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных практических заданий и других форм текущего контроля.

Самостоятельная работа студентов включает:

– изучение учебной литературы по курсу;
– работу с ресурсами Интернет;
– подготовку к практическим (семинарским) занятиям;
– выполнение практических заданий;
– подготовку к промежуточной аттестации по курсу.

При выполнении заданий для самостоятельной работы рекомендуется проработка материалов лекций по каждой пройденной теме, а также изучение рекомендуемой литературы.

Для обучающихся по заочной форме обучения самостоятельная работа является основным видом учебной деятельности.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используется электронный учебный курс, созданный в ЭИОС университета http://sdo.tolgas.ru/

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Вся литература, включенная в данный перечень, представлена в виде электронных ресурсов в электронной библиотеке университета (ЭБС). Литература, используемая в печатном виде, представлена в научной библиотеке университета в объеме не менее 0,25 экземпляров на одного обучающегося.

Основная литература

1. Васильев, Г. А. Технологии производства рекламной продукции : учеб. пособие для вузов по направлению подгот. 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" (квалификация (степень) "бакалавр") / Г. А. Васильев, В. А. Поляков, А. А. Романов. - Документ read. - Москва : Вузов. учеб. [и др.], 2021. - 271 с. - URL: https://znanium.com/read?id=398371 (дата обращения: 23.08.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9558-0155-1. - 978-5-16-004085-1. - Текст : электронный.

2. Гогуадзе, М. Г. Основы PR-технологий : учеб. пособие / М. Г. Гогуадзе, Е. В. Сорокина, Е. А. Черкасова ; Балт. гос. техн. ун-т «Военмех» им. Д.Ф. Устинова. - Документ read. - Санкт-Петербург : БГТУ, 2021. - 223 с. - URL: https://reader.lanbook.com/book/220271 (дата обращения: 23.08.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-907324-36-7. - Текст : электронный.

3. Кузнецов, П. А. Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии : учеб. для вузов / П. А. Кузнецов. - 4-е изд., стер. - Документ read. - Москва : Дашков и К, 2022. - 294 с. - (Стратегия успешного бизнеса). - URL: https://znanium.ru/read?id=431545 (дата обращения: 23.08.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-04872-2. - Текст : электронный.

4. Пономарева, А. М. Креатив и копирайтинг в коммуникационном маркетинге : учебник для направлений, профилей и программ магистратуры и бакалавриата: "Маркетинг", "Торговое дело", "Менеджмент", "Реклама и связи с общественностью" / А. М. Пономарева. - Документ read. - Москва : РИОР [и др.], 2017. - 284 с. - URL: https://znanium.com/read?id=15743 (дата обращения: 23.08.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-369-01706-7. - 978-5-16-105904-3. - Текст : электронный.

5. Шпаковский, В. О. PR-дизайн и PR-продвижение : учеб. пособие / В. О. Шпаковский, Е. С. Егорова. - 2-е изд. - Документ read. - Москва [и др.] : Инфра-Инженерия, 2024. - 452 с. - Прил. - URL: https://znanium.ru/read?id=452950 (дата обращения: 26.12.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9729-1821-8. - Текст : электронный.

6. Шпаковский, В. О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций : учеб. пособие / В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова, И. В. Кирильчук. - 4-е изд., стер. - Документ read. - Москва : Дашков и К, 2020. - 128 с. - (Высшее образование - Бакалавриат). - URL: https://znanium.com/read?id=358463 (дата обращения: 23.08.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-03520-3. - Текст : электронный.

Дополнительная литература

7. Кондакова, Ю. В. PR-технологии. Арт-пиар : учеб. пособие для студентов по направлению подгот. бакалавров 54.03.02 "Декоратив.-приклад. искусство и нар. промыслы"; специальности 54.05.01 "Монумент.-декоратив. искусство", направлению подгот. магистров 54.04.03 "Дизайн" / Ю. В. Кондакова ; Урал. гос. архитектур.-худож. ун-т. - Документ read. - Екатеринбург : Архитектон, 2016. - 96 с. - Прил. - URL: https://reader.lanbook.com/book/131265 (дата обращения: 23.08.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-7408-0186-5. - Текст : электронный.

8. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и PR : учеб. пособие / Г. Н. Крайнов. - Изд. 3-е, стер. - Документ read. - Санкт-Петербург [и др.] : Лань, 2022. - 370 с. - Глоссарий. - URL: https://reader.lanbook.com/book/185976 (дата

обращения: 23.08.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-8114-8968-8. - Текст : электронный.

9. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / П. А. Кузнецов. - 5-е изд. - Документ read. - Москва : Дашков и К, 2023. - 130 с. : ил. - Глоссарий. - URL: https://znanium.ru/read?id=431607 (дата обращения: 23.08.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-05306-1. - Текст : электронный.

10. Кузнецов, П. А. Современные технологии коммерческой рекламы : практ. пособие / П. А. Кузнецов. - Документ Bookread2. - Москва : Дашков и К, 2018. - 296 с. : ил. - URL: http://znanium.com/bookread2.php?book=511984 (дата обращения: 23.08.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-01068-2. - Текст : электронный.

11. Кузьмина, О. Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Теория и практика рекламы : учеб. пособие / О. Г. Кузьмина, О. Ю. Посухова. - Документ read. - Москва : РИОР [и др.], 2023. - 187 с. - (Высшее образование). - Прил. - Слов. реклам. терминов. - URL: https://znanium.ru/read?id=437884 (дата обращения: 23.08.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-369-01756-2. - 978-5-16-106427-6. - Текст : электронный.

12. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации : учеб. пособие для вузов по специальностям "Связи с общественностью", "Журналистика" (специалисты, бакалавры, магистры) / Б. Р. Мандель. - 2-е изд., испр. и доп. - Документ read. - Москва : ИНФРА-М, 2024. - 238 с. - (Высшее образование). - Прил. - URL: https://znanium.ru/read?id=439471 (дата обращения: 23.08.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-112213-6. - Текст : электронный.

13. Синяева, И. М. Паблик рилейшнз. Толковый словарь / И. М. Синяева. - 5-е изд. - Документ read. - Москва : Дашков и К, 2023. - 198 с. - URL: https://znanium.ru/read?id=431714 (дата обращения: 23.08.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-05173-9. - Текст : электронный.

5.2. Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы, интернет-ресурсы

1. eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000. – URL: https://elibrary.ru (дата обращения: 23.08.2024). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный.
2. КонсультантПлюс : справочная правовая система : сайт / ЗАО «КонсультантПлюс». – Москва, 1992. - URL: http://www.consultant.ru (дата обращения 23.08.2024). - Текст : электронный.
3. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса : сайт / ФГБОУ ВО «ПВГУС». – Тольятти, 2010. - URL : http://elib.tolgas.ru(дата обращения: 23.08.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.
4. Электронно-библиотечная система Znanium.com: сайт / ООО "ЗНАНИУМ". – Москва, 2011. – URL : https://znanium.com/ (дата обращения: 23.08.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.
5. Электронно-библиотечная система Лань: сайт / ООО "ЭБС ЛАНЬ". - Москва, 2011. - URL: https://e.lanbook.com/ (дата обращения: 23.08.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

5.3. Программное обеспечение

Информационное обеспечение учебного процесса по дисциплине осуществляется с использованием следующего программного обеспечения (лицензионного и свободно распространяемого), в том числе отечественного производства:

№п/п	Наименование	Условия доступа
1	Microsoft Windows	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
2	Microsoft Office	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
3	Консультант Плюс	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
4	СДО MOODLE	из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет (лицензионный договор)

6. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения.

Занятия лекционного типа. Учебные аудитории для занятий лекционного типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук), учебно-наглядные пособия (презентации по темам лекций), обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие данной программе дисциплины.

Занятия семинарского типа. Учебные аудитории для занятий семинарского типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Промежуточная аттестация. Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используются компьютерные классы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета и/или учебные аудитории, укомплектованные мебелью и техническими средствами обучения.

Самостоятельная работа. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета. Для организации самостоятельной работы обучающихся используются:

– компьютерные классы университета;

– библиотека (медиазал), имеющая места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети «Интернет».

Электронная информационно-образовательная среда университета (ЭИОС).

Каждыйобучающийсявтечениевсегопериодаобученияобеспеченндивидуальнымнеограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) http://sdo.tolgas.ru/ из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории университета, так и вне ее.

ЭИОС университета обеспечивает:

– доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик;

– формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

В случае реализации образовательной программы с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий ЭИОС дополнительно обеспечивает:

– фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения образовательной программы;

– проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;

– взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети «Интернет».

7. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения. Для этого требуется заявление студента (его законного представителя) и заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК).

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида, могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;
- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

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

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости. Максимальное количество баллов в семестре – 100.

Шкала оценки результатов освоения дисциплины, сформированности результатов обучения

Форма проведения промежуточной аттестации	Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения		Шкала оценки уровня освоения дисциплины		
	Уровневая шкала оценки компетенций	100 бальная шкала, %	100 бальная шкала, %	5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл	недифференцированная оценка
Зачет	допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	не зачтено
	пороговый	61-85,9	61-69,9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
			70-85,9	«хорошо» / 4	зачтено
	повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено

По итогам текущей успеваемости студенту может быть выставлена оценка по промежуточной аттестации в соответствии за набранными за семестр баллами (по накопительному рейтингу).Студентам, набравшим в ходе текущего контроля успеваемости по дисциплине от 61 до 100 баллов и выполнившим все обязательные виды запланированных учебных занятий, по решению преподавателя без прохождения промежуточной аттестации выставляется оценка в соответствии со шкалой оценки результатов освоения дисциплины.

Результат обучения считается сформированным (повышенный уровень), если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний, использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 86 до 100, что соответствует повышенному уровню сформированности результатов обучения.

Результат обучения считается сформированным (пороговый уровень), если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 61 до 85,9, что соответствует пороговому уровню сформированности результатов обучения.

Результат обучения считается несформированным, если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже 61, что соответствует допороговому уровню.

Формы текущего контроля успеваемости

Формы текущего контроля	Количество контрольных точек	Количество баллов за 1 контр. точку	Макс. возм. кол-во баллов
Сообщение / презентация	6	5	30
Практическое задание	7	10	70
			100 баллов

Система оценивания представлена в электронном учебном курсе по дисциплине http://sdo.tolgas.ru/.

8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы для ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

8.2.1. Типовые задания к практическим (семинарским) занятиям

Примерные темы сообщений / презентаций

Практическое занятие 1. Реклама и СМИ

1. Реклама в прессе.
2. Телевизионная реклама.
3. Радиореклама.

Практическое занятие 2. Реклама в офлайн-пространстве

1. Наружная реклама.
2. Indoor-реклама.
3. Печатная реклама.
4. Сувенирная реклама (брендирование).
5. Событийная реклама (event).

Практическое занятие 3. Реклама в сети Интернет

1. Контекстная реклама.
2. Баннерная реклама.
3. Таргетированная реклама.
4. Ремаркетинг/ретаргетинг.
5. Тизерная реклама.
6. Видеореклама.
7. Аудиореклама.
8. Push-уведомления.
9. Окна pop-up.
10. Мобильная реклама.
11. Реклама у блогеров и лидеров мнений.
12. Реклама в email-рассылках.

Практическое занятие 4. Информационный PR

1. Пресс-релиз.
2. Пост-релиз.
3. Пресс-кит.
4. Медиа-кит.
5. Пресс-досье.
6. Бэкграундер.
7. Клиппинг.
8. Сторителлинг.
9. Life Placement.
10. Слухи в PR.

Практическое занятие 5. Специальные мероприятия в PR

1. Событие и event: общее и особенное.
2. Публичные мероприятия.
3. Мероприятия для прессы.

4. Мероприятия для внутренней целевой аудитории.
5. Мероприятия для внешней целевой аудитории.

Практическое занятие 6. Особенности PR в сети Интернет

1. Интернет как канал PR.
2. Корпоративный сайт.
3. PR в блогах, форумах.
4. PR в социальных сетях.
5. PR в мессенджерах.
6. Вирусный PR.
7. Тизерный PR.

Примерные практические задания

Задание 1.

Разработать рекламное сообщение для размещения в СМИ.

Задание 2.

Дать анализ промо-акции: способа привлечения покупателей к продукту для знакомства с ним.

Задание 3.

Дать анализ инфоповода: события или новости, которая вызывает интерес целевой аудитории и медиа.

Задание 4.

Подготовить пресс-релиз и пост, который вызовет обсуждения и повысит узнаваемость компании среди целевой аудитории

Задание 5.

Составить план организации специального события.

8.3. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине: зачет (по результатам накопительного рейтинга или в устно-письменной форме).

Вопросы для подготовки к зачету

№	Содержание вопроса
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	
1.	Реклама в прессе
2.	Телевизионная реклама
3.	Радиореклама
4.	Наружная реклама
5.	Indoor-реклама
6.	Печатная реклама
7.	Сувенирная реклама (брендирование)
8.	Событийная реклама (event)
9.	Пресс-релиз
10.	Пост-релиз
11.	Пресс-кит
12.	Медиа-кит
13.	Пресс-досье
14.	Бэкграундер
15.	Клиппинг
16.	Сторителлинг
17.	Life Placement
18.	Слухи в PR
19.	Событие и event: общее и особенное
20.	Публичные мероприятия
21.	Мероприятия для прессы
22.	Мероприятия для внутренней целевой аудитории
23.	Мероприятия для внешней целевой аудитории
24.	Контекстная реклама
25.	Баннерная реклама
26.	Таргетированная реклама
27.	Ремаркетинг/ретаргетинг
28.	Тизерная реклама
29.	Видеореклама
30.	Аудиореклама
31.	Push-уведомления
32.	Окна pop-up
33.	Мобильная реклама
34.	Реклама у блогеров и лидеров мнений
35.	Реклама в email-рассылках
36.	Интернет как канал PR
37.	Корпоративный сайт
38.	PR в блогах, форумах
39.	PR в социальных сетях
40.	PR в мессенджерах
41.	Вирусный PR
42.	Тизерный PR