Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Выборнова Любовь Алексеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 26.10.2025 13:27:55
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

«Организация рекламной и PR-деятельности»

Направление подготовки:
27.03.02 «Управление качеством»

Направленность (профиль):
«Управление качеством в производственных системах»

Квалификация выпускника: **бакалавр**

Тольятти 2025

Рабочая программа дисциплины «Организация рекламной и PR-деятельности» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 27.03.02 «Управление качеством», утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 31 июля 2020 г. № 869.

Рабочая программа дисциплины «Организация рекламной и PR-деятельности» 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 02.09.2025 г., протокол № 1.

Актуализированная рабочая программа дисциплины обсуждена на заседании Ученого совета Высшей школы туризма и социальных технологий от 02.09.2025 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:** - теорию и методологию рекламы и связей с общественностью - функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникативного проекта по рекламе и связям с общественностью - специфику каналов коммуникации - способы создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью - способы тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии **Умеет:** - применять творческие решения, учитывать мировой и отечественный опыт рекламы и связей с общественностью - создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании - осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии **Владеет:** - навыками применения в профессиональной деятельности основных технологических решений, технических средств, приемов и методов	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 **3 з.е. (108 час.)**, их распределение по видам работ и семестрам представлено в таблице.

Виды учебных занятий и работы обучающихся	Трудоемкость, час
Общая трудоемкость дисциплины, час	**108**
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего), в т.ч.:	**56 / 8**
занятия лекционного типа (лекции)	24 / 4
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	32 / 4
лабораторные работы	**- / -**
Самостоятельная работа всего, в т.ч.:	**52 / 96**
Самоподготовка по темам (разделам) дисциплины	52 / 96
Выполнение курсового проекта /курсовой работы	**- / -**
Контроль (часы на зачет)	**- / 4**
Промежуточная аттестация	**зачет**

Примечание: *-/- объем часов соответственно для очной и 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. Понятие рекламы и ее классификация.** 1. Реклама и общество. 2. Понятие, содержание и цели рекламы. 3. Классификация рекламы. 4. Кросс-культурный анализ рекламы.	2 / 0,5			Сообщение / презентация. Практическое задание.
	Практическое занятие 1. Понятие рекламы и ее классификация.		2 / 0		
	Самостоятельная работа Самостоятельное изучение учебных материалов			6 / 10	
УК-6: ИУК-6.1., ИУК-6.2.	**Тема 2. Сущность и содержание PR.** 1. PR в повседневной жизни. 2. Понятие PR. 3. Принципы и функции PR. 4. PR и близкая к ним деятельность.	2 / 0,5			Сообщение / презентация. Практическое задание.
	Практическое занятие 2. Сущность и содержание PR.		2 / 0		
	Самостоятельная работа Самостоятельное изучение учебных материалов			6 / 10	
УК-6: ИУК-6.1., ИУК-6.2.	**Тема 3. Правовые и этические аспекты регулирования рекламы и PR.** 1. Правовое регулирование рекламы. 2. Правовое регулирование PR. 3. Реклама и этика. 4. Этика и PR. 5. Профессиональные требования к специалисту по рекламе и PR.	2 / 0			Сообщение / презентация. Практическое задание.
	Практическое занятие 3. Правовые и этические аспекты регулирования рекламы и PR.		4 / 0		
	Самостоятельная работа Самостоятельное изучение учебных материалов			6 / 10	
УК-6: ИУК-6.1., ИУК-6.2.	**Тема 4. Средства распространения рекламы.** 1. Реклама на телевидении и радио. 2. Печатные СМИ и реклама. 3. Наружная реклама. 4. Реклама в Интернете. 5. Нетрадиционная реклама.	2 / 0,5			Сообщение / презентация. Практическое задание.
	Практическое занятие 4. Средства распространения рекламы.		4 / 1		
	Самостоятельная работа Самостоятельное изучение учебных материалов			6 / 11	
УК-6: ИУК-6.1., ИУК-6.2.	**Тема 5. Средства коммуникации в PR.** 1. Общественность и общественное мнение как объекты PR. 2. Процесс коммуникации и PR. 3. Формы и средства взаимодействия PR и СМИ.	2 / 0,5			Сообщение / презентация. Практическое задание.
	Практическое занятие 5. Средства коммуникации в PR.		4 / 1		
	Самостоятельная работа Самостоятельное изучение учебных материалов			6 / 11	
УК-6: ИУК-6.1.,	**Тема 6. Субъекты рекламной и PR-деятельности.** 1. PR-служба: структура и функции.	2 / 0			Сообщение / презентация.

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		
ИУК-6.2.	2. Рекламное агентство: структура и направления работы.				Практическое задание.
	Практическое занятие 6. Субъекты рекламной и PR-деятельности.		4 / 0		
	Самостоятельная работа Самостоятельное изучение учебных материалов			6 / 11	
УК-6: ИУК-6.1., ИУК-6.2.	**Тема 7. Организация и управление рекламной деятельностью.** 1. Рекламный процесс. 2. Разработка рекламных сообщений. 3. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. 4. Планирование и проведение рекламной кампании. 5. Оценка эффективности рекламы.	4 / 1			Сообщение / презентация. Практическое задание.
	Практическое занятие 7. Организация и управление рекламной деятельностью.		4 / 1		
	Самостоятельная работа Самостоятельное изучение учебных материалов			6 / 11	
УК-6: ИУК-6.1., ИУК-6.2.	**Тема 8. Организационное и коммуникационное обеспечение PR-деятельности.** 1. PR и внутренние целевые аудитории. 2. Связи с общественностью с внешней средой. 3. Традиционные формы PR-деятельности. 4. Интернет в практике PR. 5. Планирование и проведение PR-кампаний. 6. Критерии эффективности PR-деятельности.	4 / 1			Сообщение / презентация. Практическое задание.
	Практическое занятие 8. Организационное и коммуникационное обеспечение PR-деятельности.		4 / 1		
	Самостоятельная работа Самостоятельное изучение учебных материалов			6 / 11	
УК-6: ИУК-6.1., ИУК-6.2.	**Тема 9. Особые направления PR.** 1. Специальные мероприятия в системе PR. 2. Выставочная деятельность как инструмент PR. 3. СМИ и PR. 4. PR в кризисных ситуациях. 5. Спонсоринг и фандрайзинг в PR.	4 / 0			Сообщение / презентация. Практическое задание.
	Практическое занятие 9. Особые направления PR.		4 / 0		
	Самостоятельная работа Самостоятельное изучение учебных материалов			8 / 11	
	ИТОГО	**24 / 4**	**32 / 4**	**56 / 96**	

Примечание: *-/- объем часов соответственно для очной и 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. 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: 01.09.2025). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-907324-36-7. - Текст : электронный.

2. Зубков, С. А. Государственное и общественное регулирование в сфере рекламы и связей с общественностью : учеб. пособие / С. А. Зубков. - Изд. 2-е, стер. - Документ read. - Санкт-Петербург [и др.] : Лань, 2024. - 151 с. - URL: https://reader.lanbook.com/book/396482 (дата обращения: 01.09.2025). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-507-49581-8. - 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: 01.09.2025). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-04872-2. - Текст : электронный.

4. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы : учеб. для вузов по специальности "Реклама" / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. - 19-е изд., стер. - Документ Bookread2. - Москва : Дашков и К, 2023. - 538 с. - URL: https://znanium.ru/read?id=431703 (дата обращения: 01.09.2025). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-05172-2. - Текст : электронный.

5. Рекламная деятельность : учеб. для вузов по направлению подгот. 38.04.02 "Менеджмент" (квалификация (степень) "магистр") / О. З. Матвеева, В. Д. Секерин, М. А. Измайлова [и др.] ; под ред. В. Д. Секерина. - Документ read. - Москва : ИНФРА-М, 2022. - 281 с. - (Высшее образование - Бакалавриат). - URL: https://znanium.ru/read?id=414316 (дата обращения: 01.09.2025). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-005684-5. - Текст : электронный.

6. Шишова, Н. В. Теория и практика рекламы : учеб. пособие / Н. В. Шишова, А. С. Подопригора, Т. В. Акулич. - Документ read. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 299 с. - (Высшее образование). - Слов. - URL: https://znanium.com/read?id=354635 (дата обращения: 01.09.2025). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-004794-2. - 978-5-16-101903-0. - Текст : электронный.

7. 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: 01.09.2025). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9729-1821-8. - Текст : электронный.

Дополнительная литература

8. Антипов, К. В. Основы рекламы : учеб. для экон. вузов / К. В. Антипов. - 5-е изд., стер. - Документ read. - Москва : Дашков и К, 2021. - 326 с. - URL: https://znanium.ru/read?id=431704 (дата обращения: 01.09.2025). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-04207-2. - Текст : электронный.

9. Варакута, С. А. Связи с общественностью : учеб. пособие для вузов по направлению 38.03.02 "Менеджмент" / С. А. Варакута. - Документ read. - Москва : ИНФРА-М,

2019. - 207 с. : табл. - (Высшее образование). - URL: https://znanium.com/read?id=367327 (дата обращения: 01.09.2025). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-003443-0. - 978-5-16-101780-7. - Текст : электронный.

10. 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: 01.09.2025). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9558-0155-1. - 978-5-16-004085-1. - Текст : электронный.

11. 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: 01.09.2025). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-112213-6. - Текст : электронный.

12. Музыкант, В. Л. Реклама : учеб. пособие для вузов по специальности "Реклама" и "Маркетинг" / В. Л. Музыкант. - Документ read. - Москва : РИОР [и др.], 2019. - 209 с. : ил., табл. - (Высшее образование - Бакалавриат). - Прил. - Темы рефератов, курсовых и диплом. работ. - URL: https://znanium.com/read?id=354352 (дата обращения: 01.09.2025). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-369-00780-8. - 978-5-16-101585-8. - Текст : электронный.

13. Романов, А. А. Разработка рекламного продукта : учеб. пособие для вузов по направлениям подгот. 38.03.02 "Менеджмент", 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" (квалификация (степень) "бакалавр") / А. А. Романов, Г. А. Васильев, В. А. Поляков. - Документ read. - Москва : Вуз. учеб. [и др.], 2025. - 256 с. : ил., табл. - . - Прил. - URL: https://znanium.ru/read?id=458555 (дата обращения: 01.09.2025). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9558-0124-7. - 978-5-16-018928-4. - Текст : электронный.

14. Тимофеев, М. И. Связи с общественностью (паблик рилейшнз) : учеб. пособие / М. И. Тимофеев. - 4-е изд. - Документ read. - Москва : РИОР [и др.], 2018. - 192 с. - (Высшее образование - Бакалавриат). - URL: https://znanium.com/read?id=372209 (дата обращения: 01.09.2025). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-369-00534-7 (РИОР). - 978-5-16-103204-6 (ИНФРА-М online). - 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: 01.09.2025). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный.
2. КонсультантПлюс : справочная правовая система : сайт / ЗАО «КонсультантПлюс». – Москва, 1992. - URL: http://www.consultant.ru (дата обращения 01.09.2025). - Текст : электронный.
3. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса : сайт / ФГБОУ ВО «ПВГУС». – Тольятти, 2010. - URL : http://elib.tolgas.ru (дата обращения: 01.09.2025). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.
4. Электронно-библиотечная система Znanium.com : сайт / ООО «ЗНАНИУМ». – Москва, 2011. – URL : https://znanium.com/ (дата обращения: 01.09.2025). - 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: 01.09.2025). - 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	9	5	45
Практическое задание	11	5	55
			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. Понятие рекламы и ее классификация.

1. Понятие, содержание и цели рекламы.
2. Классификация рекламы.
3. История развития рекламы в России.
4. История развития рекламы за рубежом.
5. Особенности современного этапа развития рекламы.

Практическое занятие 2. Сущность и содержание PR.

1. Понятие PR.
2. Принципы и функции PR.
3. PR и близкая к ним деятельность.
4. История становления PR в России.
5. История становления PR за рубежом.
6. Задачи связей с общественностью в современном обществе.

Практическое занятие 3. Правовые и этические аспекты регулирования рекламы и PR.

1. Правовое регулирование рекламы.
2. Правовое регулирование PR.
3. Реклама и этика.
4. Этика и PR.
5. Профессиональные требования к специалисту по рекламе и PR.
6. Личностные качества специалиста по рекламе и PR.

Практическое занятие 4. Средства распространения рекламы.

1. Современные представления о средствах распространения рекламы.
2. Реклама на телевидении и радио.
3. Пресса и реклама.
4. Наружные и транзитные средства рекламы.
5. Прямая почтовая реклама.
6. Реклама в местах продаж.
7. Реклама в Интернете.
8. Директ маркетинг.
9. Промоушн.
10. Мерчендайзинг.
11. Выставки и ярмарки.

Практическое занятие 5. Средства коммуникации в PR.

1. Понятие и типологии общественности.
2. Целевые группы общественности.
3. Приоритетные группы общественности.
4. Общественное мнение.
5. Процесс коммуникации и PR.

6. Работа со средствами информации.
7. Обращение с информацией.
8. Связи со СМИ.

Практическое занятие 6. Субъекты рекламной и PR-деятельности.

1. Современный отдел рекламы и связей с общественностью как структурное подразделение организации.
2. Основные направления деятельности отдела рекламы и связей с общественностью.
3. Состав отдела рекламы и связей с общественностью и профессиональные требования к его сотрудникам.
4. Миссия, цель, функции и задачи отдела рекламы и связей с общественностью.
5. Принципы организации деятельности отдела рекламы и связей с общественностью.
6. Разработка концепции работы отдела рекламы и связей с общественностью.
7. Правовые основы деятельности отдела рекламы и связей с общественностью.
8. Этические аспекты деятельности отдела рекламы и связей с общественностью.

Практическое занятие 7. Организация и управление рекламной деятельностью.

1. Схема и составные элементы рекламного процесса.
2. Разработка рекламных сообщений.
3. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.
4. Этапы планирования рекламной деятельности.
5. Цели и задачи рекламной кампании.
6. Позиционирование.
7. Рекламные стратегии.
8. Организационный аспект рекламной деятельности.
9. Особенности рекламы отдельных видов товаров.
10. Оценка эффективности рекламы.

Практическое занятие 8. Организационное и коммуникационное обеспечение PR-деятельности.

1. PR-деятельность с внутренними целевыми аудиториями.
2. Фирменный стиль и корпоративная философия.
3. Корпоративный имидж.
4. Корпоративная культура организации.
5. Связи с общественностью с внешними целевыми аудиториями.
6. Информационный повод как основа PR.
7. Event-мероприятия.
8. Паблисити.
9. Спичрайтинг и копирайтинг.
10. Форматы PR-деятельности в Интернет.
11. Планирование PR-деятельности: работы до проведения PR-кампании.
12. Этапы разработки и проведения PR-кампании.
13. Оценка эффективности PR-деятельности.

Практическое занятие 9. Особые направления PR.

1. Специальные мероприятия в системе PR.
2. Выставочно-ярмарочная деятельность как инструмент PR.
3. Использование СМИ в PR-деятельности.
4. PR-деятельность в кризисных ситуациях.
5. Спонсоринг как вид PR-деятельности.
6. Особенности фандрайзинга в PR.
7. PR в избирательных кампаниях.
8. PR в государственных структурах.

Примерные практические задания

Задание 1.

Пользуясь информацией, размещенной на сайте вашего вуза, определите основные направления его рекламной и PR-деятельности.

Задание 2.

Выберите любое рекламное сообщение и проанализируйте его с точки зрения соблюдения ст. 5, 6 и 7 Федерального закона «О рекламе».

Задание 3.

Изучите материалы, представленные на сайте выбранной вами организации, сопоставьте стратегические цели ее развития, а также рекламной и PR-деятельности. Определите, есть ли между ними противоречия. Если есть, предложите корректировку стратегических целей рекламы и связей с общественностью.

Задание 4.

Каждый из нас в повседневной жизни выступает в качестве клиента многих организаций. Вспомните, какие коммуникации, обращенные к вам как к реальному или потенциальному клиенту, вызывали у вас положительные эмоции, а какие отторжение? Поделитесь с сокурсниками своими впечатлениями.

Задание 5.

Выберите организацию, работающую в социокультурной сфере. Подберите оптимальных партнеров для этой организации. Поясните, почему вы считаете этих партнеров оптимальными.

Задание 6.

Составьте таблицу «Характеристика технологий рекламы».

№ п/п	Технологии рекламы	«плюсы»	«минусы»	Назначение

Задание 7.

Проанализируйте содержание рекламных кампаний, реализуемых в регионах России (не менее 5 кейсов).

Оформите работу в таблицу:

№ п/п	Цель и задачи программы	Целевая аудитория	Форма реализации	Основное содержание

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.	Понятие, содержание и цели рекламы
2.	Классификация рекламы
3.	История развития рекламы в России
4.	История развития рекламы за рубежом
5.	Особенности современного этапа развития рекламы
6.	Понятие PR
7.	Принципы и функции PR
8.	PR и близкая к ним деятельность
9.	История становления PR в России
10.	История становления PR за рубежом
11.	Задачи связей с общественностью в современном обществе
12.	Правовое регулирование рекламы
13.	Правовое регулирование PR
14.	Реклама и этика
15.	Этика и PR
16.	Профессиональные требования к специалисту по рекламе и PR
17.	Личностные качества специалиста по рекламе и PR
18.	Современные представления о средствах распространения рекламы
19.	Реклама на телевидении и радио
20.	Пресса и реклама
21.	Наружные и транзитные средства рекламы
22.	Прямая почтовая реклама
23.	Реклама в местах продаж
24.	Реклама в Интернете
25.	Директ маркетинг
26.	Промоушн
27.	Мерчендайзинг
28.	Выставки и ярмарки
29.	Понятие и типологии общественности
30.	Целевые группы общественности
31.	Приоритетные группы общественности
32.	Общественное мнение
33.	Процесс коммуникации и PR
34.	Работа со средствами информации
35.	Обращение с информацией
36.	Связи со СМИ
37.	Современный отдел рекламы и связей с общественностью как структурное подразделение организации
38.	Основные направления деятельности отдела рекламы и связей с общественностью
39.	Состав отдела рекламы и связей с общественностью и профессиональные требования к его сотрудникам
40.	Миссия, цель, функции и задачи отдела рекламы и связей с общественностью

41.	Принципы организации деятельности отдела рекламы и связей с общественностью
42.	Разработка концепции работы отдела рекламы и связей с общественностью
43.	Правовые основы деятельности отдела рекламы и связей с общественностью
44.	Этические аспекты деятельности отдела рекламы и связей с общественностью
45.	Схема и составные элементы рекламного процесса
46.	Разработка рекламных сообщений
47.	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций
48.	Этапы планирования рекламной деятельности
49.	Цели и задачи рекламной кампании
50.	Позиционирование
51.	Рекламные стратегии
52.	Организационный аспект рекламной деятельности
53.	Особенности рекламы отдельных видов товаров
54.	Оценка эффективности рекламы
55.	PR-деятельность с внутренними целевыми аудиториями
56.	Фирменный стиль и корпоративная философия
57.	Корпоративный имидж
58.	Корпоративная культура организации
59.	Связи с общественностью с внешними целевыми аудиториями
60.	Информационный повод как основа PR
61.	Event-мероприятия
62.	Паблисити
63.	Спичрайтинг и копирайтинг
64.	Форматы PR-деятельности в Интернет
65.	Планирование PR-деятельности: работы до проведения PR-кампании
66.	Этапы разработки и проведения PR-кампании
67.	Оценка эффективности PR-деятельности
68.	Специальные мероприятия в системе PR
69.	Выставочно-ярмарочная деятельность как инструмент PR
70.	Использование СМИ в PR-деятельности
71.	PR-деятельность в кризисных ситуациях
72.	Спонсоринг как вид PR-деятельности
73.	Особенности фандрайзинга в PR
74.	PR в избирательных кампаниях
75.	PR в государственных структурах