

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о подписи:  
ФИО: Выборнова Любовь Алексеевна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 12.10.2025 12:04:00  
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:

**43.03.01 «Сервис»**

Направленность (профиль):

**«Сервис транспортных средств»**

Квалификация выпускника: **бакалавр**

Рабочая программа дисциплины «Современные рекламные и PR-технологии» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 43.03.01 «Сервис», утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 514.

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  
(ученая степень, ученое звание)

Д. С. Калинина  
(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  
(уч.степень, уч.звание)

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

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

### 3.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам

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

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

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 занятиям 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. Гогоадзе, М. Г. Основы PR-технологий : учеб. пособие / М. Г. Гогоадзе, 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).**

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) <http://sdo.tolgaz.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 балльная шкала, % | 100 балльная 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 с 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                        |
|                         |                              |                                     | <b>100 баллов</b>         |

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. Indoog-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                           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|
| <b>УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</b> |                                              |
| 1.                                                                                                                                                       | Реклама в прессе                             |
| 2.                                                                                                                                                       | Телевизионная реклама                        |
| 3.                                                                                                                                                       | Радиореклама                                 |
| 4.                                                                                                                                                       | Наружная реклама                             |
| 5.                                                                                                                                                       | Indoor-реклама                               |
| 6.                                                                                                                                                       | Печатная реклама                             |
| 7.                                                                                                                                                       | Сувенирная реклама (брендинг)                |
| 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                                  |