

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 27.10.2023 14:41:15
Уникальный программный ключ:
637517d24e103c3db032acf308519d98ec15fbb2f5eb8c30abfed7547995447



Образовательное частное учреждение высшего образования

«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»

(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

УТВЕРЖДЕНО:

Декан факультета журналистики

_____/Ю.В. Шуйская/

«28» сентября 2023 г

Рабочая программа дисциплины

Специфика рабочего процесса в сфере рекламы и PR. Организация работы

PR-агентства. Учебный практикум

Укрупненная группа специальностей 42.00.00

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(уровень бакалавриата)

Направленность/профиль:

«PR технологии и цифровые коммуникации»

Формы обучения: очная, заочная

Москва

Рабочая программа учебной дисциплины «Специфика рабочего процесса в сфере рекламы и PR. Организация работы PR-агентства. Учебный практикум». Направление подготовки\специальность 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата). Направленность/профиль «PR технологии и цифровые коммуникации» / сост. Смекалина К. С. – М.: Образовательное частное учреждение высшего образования «Московский университет имени А.С. Грибоедова». – 32 с.

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – по направлению подготовки 42.03.01 Журналистика (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512 с изменениями и дополнениями от 26.11.2020 и Профессиональных стандартов «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 августа 2014 г. № 535н, «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «08» сентября 2014 г. № 629н, «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 28.10.2014 № 811н.

Разработчик:

Смекалина К. С.

Ответственный рецензент:

профессор кафедры массовых коммуникаций филологического факультета Российского университета дружбы народов им. Патриса Лумумбы, доктор исторических наук, Грабельников А.А.

(Ф.И.О., уч. степень, уч. звание, должность)

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры журналистики, медиакоммуникаций и рекламы «26» сентября 2023 г., протокол № 1.

Заведующий кафедрой _____ /д.ф.н. Ю.В. Шуйская/
(подпись)

Согласовано от Библиотеки _____ /О.Е. Стёпкина/
(подпись)

РАЗДЕЛ 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель изучения дисциплины – дать обучающимся представление об особенностях истории и системы современного образования в сфере рекламы и связей с общественностью, показать формы учебной работы, важность культуры умственного труда, ознакомить с содержанием разных видов профессиональной деятельности.

Задачи:

- раскрыть сущность компетентного подхода в специализированном образовании в сфере PR;
- приступить к первичному освоению обучающимися соответствующих методов работы, особенно планирования работы PR-агентства и индивидуального рабочего времени;
- начать формирование способности к селекции имеющейся информации в целях создания текста пресс- и пострелиза и имиджевых текстов; понимания стандартов качества их написания; навыков образования заголовка и лида; умения эффективно использовать возможности иллюстративного материала адекватно содержанию PR-компаний;
- воспроизвести условия работы агентства в режиме реального времени для ознакомления обучающихся с организацией и особенностями ежедневного труда специалистов в сфере рекламы и связей с общественностью.

РАЗДЕЛ 2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Компетентностная карта дисциплины

Таблица 2.1

Компетентностная карта дисциплины

Категория (группа) компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции (для планирования результатов обучения по элементам образовательной программы и соответствующих оценочных средств)
универсальные компетенции			
Самоорганизация и саморазвитие (в т.ч. здоровьесбережение)	УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.1. Знает теоретические основы командной работы, психологию лидерства; теоретические основы социального взаимодействия ИУК-3.2. Умеет создавать команды, организовывать их работу, делегировать полномочия членам команды и распределять поручения; эффективно взаимодействовать с другими членами команды, разрешать конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех членов команды; создавать рабочую атмосферу, позитивный эмоциональный климат в команде; умеет определять эффективность командной работы ИУК-3.3. Владеет навыками социального взаимодействия; опытом практических действий в сфере командной работы, опытом практических дей-

			ствий в сфере профилактики и разрешения лично-деловых конфликтов; навыками разработки и реализации командной стратегии для достижения поставленной цели; навыками использования ресурсов командной работы в профессиональной деятельности психолога; владеет опытом практических действий в сфере презентации результатов работы команды
--	--	--	--

РАЗДЕЛ 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА

Дисциплина входит в состав обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата).

В системе дисциплин блока 1 курс «Специфика рабочего процесса в сфере рекламы и PR. Организация работы PR-агентства. Учебный практикум» является одним из начальных, знакомящим обучающихся с самыми общими представлениями о профессии, образовании в сфере рекламы и PR, которые в дальнейшем развиваются так или иначе во всех профессиональных дисциплинах, особенно в курсах «Основы теории рекламы», «Брендинг и нейминг», прикладных дисциплинах, профессионально-творческих практикумах и дисциплинах начальной профилизации.

Освоение дисциплины «Специфика рабочего процесса в сфере рекламы и PR. Организация работы PR-агентства. Учебный практикум» базируется на знаниях, полученных в процессе изучения дисциплин «Основы рекламной деятельности», «Введение в специальность» и сочетается с параллельно изучаемыми дисциплинами «Техника и технология создания рекламных сообщений», «Современный русский язык».

Знания, которые обучающиеся получают из данного курса относительно сущности получаемой ими профессии, ее базовых характеристик, специального образования, форм самостоятельной работы и развития творческой личности, необходимы для освоения всех дисциплин образовательной программы и видов работы в процессе дальнейшего освоения профессии в период обучения.

РАЗДЕЛ 4. ОБЪЕМ (ТРУДОЕМКОСТЬ) ДИСЦИПЛИНЫ (ОБЩАЯ, ПО ВИДАМ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ, ВИДАМ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ)

Таблица 4.1

Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы на очной форме обучения

З.е.	Всего часов	Контактная работа			Часы СР на подготовку кур.раб.	Иная СР	Контроль
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского Типа				
			Лабораторные	Практические/семинарские			
2 семестр							
3	108	16		36		54	2 Зачет
Всего по дисциплине							
3	108	16		36		54	2

Таблица 4.2

**Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы
на заочной форме обучения**

З.е.	Всего часов	Контактная работа			Часы СР на подготовку кур.раб.	Иная СР	Контроль	
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского Типа					
			Лабораторные	Практические/семинарские	Контактная работа по курсовой работе			
2 семестр								
3	108	2		6		96	4 Зачет	
Всего по дисциплине								
3	108	2		6		96	4	

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Перечень разделов (модулей), тем дисциплины и распределение учебного времени по разделам\темам дисциплины, видам учебных занятий (в т.ч. контактной работы) видам текущего контроля

Таблица 4.3

**Распределение учебной нагрузки по разделам дисциплины
очная форма обучения**

Темы\ разделы(модули)	Контактная работа				Часы СР на подготовку кур.р.	Иная СР	Контроль	Всего часов
	Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа		Контактная работа по кур.р.				
		Лаб.р	Прак. /сем.					
Раздел I. Основные направления обучения будущих специалистов в сфере рекламы и PR								
Тема 1. Образование в сфере рекламы и связей с общественностью	1		2			5		8
Тема 2. Культура учебного (умственного) труда обучающегося	1		2			5		8
Тема 3. Формы учебной работы	1		2			5		8

Тема 4. Профессия начинается с новости	1		2			5		8
Раздел II. Выпуск учебной газеты – практическая форма обучения основам профессии								
Профессионально-творческий практикум. Выпуск 4-полосного (А3) номера газеты новостей								
Занятие 1. Планировка. Распределение ролей. Планирование номера газеты	2		4			6		12
Занятие 2. Работа с информационными поводами. Сбор информации	2		4			6		12
Занятие 3. Подготовка (создание) материалов (новостных заметок) к печати	2		4			6		12
Занятие 4. Подбор иллюстраций. Утверждение макета номера	2		6			6		14
Занятие 5. Работа студенческой редакции в режиме реального времени. Работа с «горячими» новостями. Макетирование полос. Верстка. Редактирование и вычитка текстов	2		6			6		14
Занятие 6. Летучка. Обсуждение номера. Подведение итогов	2		4			4		10
Зачет							2	2
Всего часов	16		36			54	2	108

**Распределение учебной нагрузки по разделам дисциплины
заочная форма обучения**

Темы\ раз- делы(модули)	Контактная работа			Часы СР на подго- товку кур.р.	Иная СР	Кон- троль	Всего часов	
	Занятия лекцион- ного типа	Занятия се- минарского типа						Контакт- ная ра- бота по кур.р.
		Лаб.р	Прак.					
			/сем.					
Раздел I. Основные направления обучения будущих специалистов в сфере рекламы и PR								
Тема 1. образо- вание в сфере рекламы и свя- зей с обще- ственностью	1		0			10	11	
Тема 2. Куль- тура учебного (умственного) труда обучаю- щегося	1		1			10	12	
Тема 3. Формы учебной работы	0		1			9	10	
Тема 4. Профес- сия начинается с пресс-релиза	0		1			9	10	
Раздел II. Создание PR-кампании – практическая форма обучения основам профессии								
Профессионально-творческий практикум.								
Занятие 1. Пла- нерка. Распреде- ление ролей. Пла- нирование PR- кампании	0		1			10	11	
Занятие 2. Работа с информацион- ными поводами. Сбор информации	0		0			10	10	
Занятие 3. Подго- товка (создание) материалов	0		0			10	10	
Занятие 4. Подбор иллюстраций	0		1			9	10	
Занятие 5. Работа с поступающими	0		0			10	10	

пресс-релизами. Редактирование и вычитка текстов								
Занятие 6. Летучка. Обсуждение успеха стратегии. Подведение итогов PR-кампании	0		1			9		10
Зачет							4	4
Всего часов	2		6			96	4	108

Таблица 4.5

Содержание разделов дисциплины

Наименование раздела\темы дисциплины	Содержание раздела
Раздел I. Основные направления обучения будущих специалистов в сфере рекламы и PR.	
Тема 1. Образование в сфере рекламы и связей с общественностью	История образования в сфере рекламы и PR. Ремесленническая и теоретическая системы подготовки. Необходимость фундаментальной подготовки. Современная система подготовки кадров в сфере PR. Особенности обучения профессии в сфере рекламы и PR. Многоуровневая подготовка: бакалавр, специалист, магистр. Государственный образовательный стандарт по направлению «Реклама и связи с общественностью». Программы обучения и учебный план. Компетентный подход в образовании в области рекламы и PR. Понятие компетенции. Основные компетенции. Качества специалиста в сфере рекламы и PR, выходящие на первый план в современных условиях. Универсализм профессии.
Тема 2. Культура учебного (умственного) труда обучающегося	Адаптация обучающихся к учебной деятельности в вузе. Научная организация труда (НОТ) как основа рационального обучения. Особенности ее применения в учебной деятельности. Основные задачи учебной деятельности обучающихся. Правила рациональной организации умственной деятельности: целеполагание, планирование, создание нормальных условий для работы, использование полезных стереотипов в труде, соблюдение этапов работы, использование установки на интерес и полезность труда, перемена видов деятельности, чередование труда и отдыха. Активизация умственного процесса. Развитие внимания и наблюдательности, мышления и воображения. Основные правила развития памяти. Мнемотехника. Культура чтения. Круг чтения. Выбор литературы, ее поиск. Цели и способы чтения. Скорость чтения. Чтение печатной прессы, интернет-изданий – составная часть учебы обучающегося. Профессиональные издания и организации.

<p>Тема 3. Формы учебной работы</p>	<p>Виды и формы учебной деятельности. Роль самостоятельной работы в процессе обучения.</p> <p>Специфика и роль лекции. Правила эффективного восприятия лекционного материала. Техника записи лекций. Оформление конспекта.</p> <p>Семинар. Подготовка к семинарам и работа на семинарах. Источники информации. Работа с понятиями. Искусство публичного выступления. Лабораторно-практические занятия, творческие мастерские. Условия для творчества в профессиональной сфере. Цели, сроки, длительность и особенности прохождения учебно-ознакомительной и производственных практик в рекламных агентствах.</p> <p>Формы отчетности.</p> <p>Виды письменных работ. Общие правила издательского труда. Источники для письменных работ. Изучение литературы, сбор материала, сбор эмпирического материала. План работы и процесс написания. Структура письменной работы и правила оформления, библиография.</p> <p>Правила конспектирования, типы и виды конспектов. Интернет и компьютерные банки данных в учебной работе обучающегося.</p> <p>Профессиональное досье в сфере рекламы и PR.</p> <p>Формы контроля за усвоением знаний. Специфика подготовки к зачетам и экзаменам. Формы промежуточного и конечного контроля за усвоением знаний, дающие документ на право заниматься профессией специалиста ПР.</p>
<p>Тема 4. Профессия начинается с пресс-релиза</p>	<p>Что может считаться пресс-релизом? Какие бывают пресс-релизы? Какой должен быть пресс-релиз, чтобы заинтересовать аудиторию? Ракурс. Оценка и отбор информации. Основные функции пресс-релиза.</p> <p>Жанр текстов в сфере рекламы и связей с общественностью. (информационная заметка). Целевая аудитория. Информационный повод. Пресс-релиз. Пресс-конференция и брифинг.</p> <p>Структура текста. Заголовок, подзаголовок и лид. Цитата к лиду. Качество заголовка и лидер-абзаца. Перевернутая пирамида (можно ли не прочесть последний абзац без ущерба для смысла?). Источник информации.</p>
<p>Раздел II. Профессионально-творческий практикум. Создание PR-кампании</p>	
<p>Занятие 1. Планерка. Распределение ролей. Планирование PR-кампании</p>	<p>Знакомство с правами и обязанностями представителей творческой и технической частей агентства. Распределение ролей в соответствии с должностями в агентстве (редактор, ответственный секретарь, руководители отделов, корректоры и пр.).</p> <p>Обсуждение актуальной повестки дня. Разработка стратегии. Поиск информационных поводов. Выработка и утверждение концепции кампании. Определение главной идеи.</p>
<p>Занятие 2. Работа с информационными поводами. Сбор информации</p>	<p>Анализ поступивших в редакцию анонсов информационных событий и подобранных обучающимися информационных поводов. Распределение заданий. Самостоятельный поиск информации. Знакомство с правилами написания текстов. Сбор информации. Работа с источниками. Поиск информации в Интернете. Поиск альтернативных источников. Проверка информации.</p>

Занятие 3. Подготовка (создание) материалов	Индивидуальная (авторская) работа над текстами, данными. Проведение фотосъемок. Набор собственных материалов, их обсуждение в рамках утвержденных концепций. Работа в команде.
Занятие 4. Подбор иллюстраций	Подбор и обсуждение фотографий и другого иллюстрированного материала. Поиск недостающих фотографий в Интернете. Цифровая обработка и редактирование фотографий. Разработка и утверждение иллюстративного материала, необходимого для PR-кампании.
Занятие 5. Работа с поступающими пресс-релизами. Редактирование и вычитка текстов	Разбор пресс-релизов, выявление характерных особенностей, плюсов и минусов. Создание собственных материалов в рамках PR-кампании. Проверка материалов, предназначенных для дальнейшей работы, на соответствие требованиям заказчика. Литературное редактирование и форматирование текстов. Чистовая корректура «свежей головой». Обсуждение готового плана и материалов PR-кампании с заказчиком. Запуск кампании.
Занятие 6. Летучка. Обсуждение успеха стратегии. Подведение итогов PR-кампании	Проведение летучки под руководством преподавателя. Выступление редактора, других участников PR-кампании, независимых экспертов, преподавателя с анализом материалов и организации работы. Подведение итогов работы PR-агентства целом и каждого обучающегося преподавателем.

ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА для очной формы обучения

Семинарские занятия

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям: при подготовке к семинарскому занятию рекомендуется обучающимся предварительно ознакомиться с главами из учебного материала, предложенные преподавателем, а также самостоятельно осуществить поиск полезных, актуальных и интересных материалов для семинара.

Раздел I. Образование в сфере рекламы и связей с общественностью

Тема № 1. Образование в сфере рекламы и связей с общественностью

1. История специального образования в сфере рекламы и связей с общественностью.
2. Первые школы специалистов в сфере PR.
3. Ремесленническая и теоретическая системы подготовки.
4. Необходимость фундаментальной подготовки.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Тема № 2. Культура учебного (умственного) труда обучающегося

1. Особенности обучения стандартам профессии.

2. Государственный образовательный стандарт по направлению «Реклама и связи с общественностью».
3. Программы обучения и учебный план.
4. Компетентный подход в образовании в сфере рекламы и связей с общественностью.
5. Понятие компетенции.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Тема № 3. Формы учебной работы

1. Виды и формы учебной деятельности.
2. Роль самостоятельной работы в процессе обучения.
3. Специфика и роль лекции.
4. Правила эффективного восприятия лекционного материала.
5. Техника записи лекций. Оформление конспекта. Подготовка к семинарам и работа на семинарах.
6. Источники информации.
7. Цели, сроки, длительность и особенности прохождения учебно-ознакомительной и производственных практик в PR-агентствах.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Тема № 4. Профессия начинается с пресс-релиза

1. Пресс-релиз как информационный жанр.
2. Пресс-релиз в СМИ.
3. Специфика текста.
4. Целевая аудитория.
5. Информационный повод.
6. Пресс-конференция и брифинг.
7. Структура текста. Заголовок, подзаголовок и лид. Цитата к лиду. Качество заголовка и лидер-абзаца. Перевернутая пирамида.
8. Источник информации.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Раздел II. Создание PR-кампании – практическая форма обучения основам профессии **Занятие № 1. Планерка. Распределение ролей. Планирование PR-кампании**

1. Распределение ролей в соответствии с должностями в PR-агентстве.
2. Знакомство с условиями подготовки в компьютерном классе.

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Занятие № 2. Работа с информационными поводами. Сбор информации

1. Анализ поступивших анонсов информационных событий и подобранных обучающимися информационных поводов.
2. Подбор информации для проведения кампании.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Занятие № 3. Подготовка (создание) материалов

1. Индивидуальная (авторская) работа над текстами, данными.
2. Набор собственных материалов, их редактирование при консультации преподавателя.
3. Работа в команде над подборками материалов.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Занятие № 4. Подбор иллюстраций. Подбор и обсуждение фотографий и другого иллюстрированного материала.

1. Поиск недостающих фотографий в Интернете.
2. Цифровая обработка и редактирование фотографий.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Занятие № 5. Работа с поступающими пресс-релизами. Редактирование и вычитка текстов

1. Подготовка материалов в связи с профессиональным заданием
2. Проверка материалов, предназначенных для PR-кампании, на соответствие требованиям, поставленным заказчиком.
3. Литературное редактирование и форматирование текстов.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Занятие № 6. Летучка. Обсуждение успеха стратегии. Подведение итогов PR-кампании Проведение летучки под руководством преподавателя.

1. Выступление редактора, других участников агентства, независимых экспертов, преподавателя с анализом материалов и организации выпуска.
2. Подведение итогов работы PR-агентства в целом и каждого обучающегося преподавателем.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

для заочной формы обучения

Семинарские занятия

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям: при подготовке к семинарскому занятию рекомендуется обучающимся предварительно ознакомиться с главами из учебного материала, предложенные преподавателем, а также самостоятельно осуществить поиск полезных, актуальных и интересных материалов для семинара.

Тема № 1. Образование в сфере рекламы и связей с общественностью

5. История специального образования в сфере рекламы и связей с общественностью.
6. Первые школы специалистов в сфере PR.
7. Ремесленническая и теоретическая системы подготовки.
8. Необходимость фундаментальной подготовки.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Тема № 2. Культура учебного (умственного) труда обучающегося

6. Особенности обучения стандартам профессии.
7. Государственный образовательный стандарт по направлению «Реклама и связи с общественностью».
8. Программы обучения и учебный план.
9. Компетентный подход в образовании в сфере рекламы и связей с общественностью.
10. Понятие компетенции.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Тема № 3. Формы учебной работы

8. Виды и формы учебной деятельности.
9. Роль самостоятельной работы в процессе обучения.
10. Специфика и роль лекции.
11. Правила эффективного восприятия лекционного материала.
12. Техника записи лекций. Оформление конспекта. Подготовка к семинарам и работа на семинарах.
13. Источники информации.

14. Цели, сроки, длительность и особенности прохождения учебно-ознакомительной и производственных практик в PR-агентствах.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Тема № 4. Профессия начинается с пресс-релиза

9. Пресс-релиз как информационный жанр.
10. Пресс-релиз в СМИ.
11. Специфика текста.
12. Целевая аудитория.
13. Информационный повод.
14. Пресс-конференция и брифинг.
15. Структура текста. Заголовок, подзаголовок и лид. Цитата к лиду. Качество заголовка и лидер-абзаца. Перевернутая пирамида.
16. Источник информации.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Раздел II. Создание PR-кампании – практическая форма обучения основам профессии **Занятие № 1. Планерка. Распределение ролей. Планирование PR-кампании**

3. Распределение ролей в соответствии с должностями в PR-агентстве.
4. Знакомство с условиями подготовки в компьютерном классе.

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Занятие № 2. Работа с информационными поводами. Сбор информации

3. Анализ поступивших анонсов информационных событий и подобранных обучающимися информационных поводов.
4. Подбор информации для проведения кампании.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Занятие № 3. Подготовка (создание) материалов

4. Индивидуальная (авторская) работа над текстами, данными.
5. Набор собственных материалов, их редактирование при консультации преподавателя.
6. Работа в команде над подборками материалов.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Занятие № 4. Подбор иллюстраций. Подбор и обсуждение фотографий и другого иллюстрированного материала.

3. Поиск недостающих фотографий в Интернете.
4. Цифровая обработка и редактирование фотографий.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Занятие № 5. Работа с поступающими пресс-релизами. Редактирование и вычитка текстов

4. Подготовка материалов в связи с профессиональным заданием
5. Проверка материалов, предназначенных для PR-кампании, на соответствие требованиям, поставленным заказчиком.
6. Литературное редактирование и форматирование текстов.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.
 Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Занятие № 6. Летучка. Обсуждение успеха стратегии. Подведение итогов PR-кампании Проведение летучки под руководством преподавателя.

3. Выступление редактора, других участников агентства, независимых экспертов, преподавателя с анализом материалов и организации выпуска.
4. Подведение итогов работы PR-агентства в целом и каждого обучающегося преподавателем.

Литература:

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

РАЗДЕЛ 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованиями п. 7.3 ФГОС ВО в целях реализации компетентного подхода в учебном процессе дисциплины «Специфика рабочего процесса в сфере рекламы и PR. Организация работы PR-агентства. Учебный практикум» предусматривается использование активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой. Обсуждение вопросов, выносимых на семинарские и практические занятия, происходит как в традиционной форме контроля текущих знаний, так и в форме обсуждений, дискуссий, сориентированных на творческое осмысление обучающимися наиболее сложных аспектов обучения в ходе их знакомства с профессией.

Интерактивные образовательные технологии, используемые на аудиторных практических занятиях

Таблица 5.1

Очная форма обучения

Наименование разделов, тем	Используемые образовательные технологии	Часы
Тема 2. Культура учебного (умственного) труда обучающегося	Семинарское занятие. Часть 1. «Круглый стол»: обсуждение эссе «Внимание и наблюдательность, мышление и воображение в сфере рекламы и PR». Часть 2. Дискуссия на тему: обучающийся-первокурсник: «Что читает и что ему надо читать».	2

Тема 3. Формы учебной работы	Семинарское занятие. Часть 1. «Круглый стол»: обсуждение эссе «Что и как делает обучающийся в процессе обучения на факультете рекламы и связей с общественностью». Часть 2. Дискуссия на тему «Какие теоретические и практические занятия были в 1-м семестре, какие виды самостоятельной работы выполнялись и какими они должны быть».	2
Тема 4. Профессия начинается с пресс-релиза	Семинарское занятие. Дискуссия на тему «Виды PR-кампаний: как они различаются в зависимости от специфики заказчика?» Обсуждение пяти основных понятий, принадлежащих новости: перевернутая пирамида, формула Квинтилиана, заголовок, лид, бэкграунд.	2

Таблица 5.2

Заочная форма обучения

Наименование разделов, тем	Используемые образовательные технологии	Часы
Тема 2. Культура учебного (умственного) труда обучающегося	Семинарское занятие. Часть 1. «Круглый стол»: обсуждение эссе «Внимание и наблюдательность, мышление и воображение в сфере рекламы и PR». Часть 2. Дискуссия на тему: обучающийся-первокурсник: «Что читает и что ему надо читать».	2
Тема 3. Формы учебной работы	Семинарское занятие. Часть 1. «Круглый стол»: обсуждение эссе «Что и как делает обучающийся в процессе обучения на факультете рекламы и связей с общественностью». Часть 2. Дискуссия на тему «Какие теоретические и практические занятия были в 1-м семестре, какие виды самостоятельной работы выполнялись и какими они должны быть».	2
Тема 4. Профессия начинается с пресс-релиза	Семинарское занятие. Дискуссия на тему «Виды PR-кампаний: как они различаются в зависимости от специфики заказчика?» Обсуждение пяти основных понятий, принадлежащих новости: перевернутая пирамида, формула Квинтилиана, заголовок, лид, бэкграунд.	2

Практикум

Специфика рекламы и связей с общественностью как профессии

Понятие профессии как рода трудовой деятельности, требующей специальных знаний, умений и качеств. Типы профессий в профессиологии.

Профессия PR-специалиста как синкретическая, включающая в себя сигнономический аспект (человек — знаковая система), соционимический (человек — человек) и артономический (человек — художественный образ). Виды специализаций и профилизаций.

Реклама и связи с общественностью в системе цивилизации и культуры. Связи с общественностью эпохи постиндустриального информационного общества. Реклама в Интернете.

Своеобразие профессии в ряду других информационно-творческих, социально-ориентирующих профессий: писатель, работник культуры, педагог, ученый, политик, проповедник, судья, адвокат. Множественность профессиональных ролей, универсализм профессии.

Реклама и связи с общественностью профессия в обществе

Место и роль профессии в обществе, в процессе функционирования информации в социуме. Особенности современных функций в условиях многоукладности экономики, разнообразия политических идей и структур, конкуренции на информационном рынке.

Потребности общества и аудиторные интересы как пусковые механизмы различных направлений функционирования рекламы в обществе. Сложность и динамичность процесса функционирования рекламы. Специалист в сфере PR как субъект, средство и объект информационного взаимодействия различных социальных субъектов. Социальные и профессиональные роли специалистов в сфере рекламы и связей с общественностью. Законодательство РФ в сфере рекламы, PR и связей с общественностью.

Организации и профессиональные издания в сфере рекламы и связей с общественностью.

Профессиограмма специальности

Профессиограмма — как модель профессии: функции, задачи, предмет отражения и объект воздействия или взаимодействия, основные виды деятельности, продукт, результат труда, специфика, характер деятельности, орудия и средства труда, условия деятельности, режим и ритм труда, виды профессиональных сложностей, психологические характеристики профессиональной деятельности, особенности умственных процессов (внимания, памяти, мышления, творческих способностей и т.п.), требования к кадровому составу, уровню квалификации, типу образования, профессиональным и личностным качествам специалиста в области рекламы, PR и связи с общественностью.

Тип деятельности: информационная с большой долей и организаторской работы. Сочетание индивидуального творчества с коллективным характером редактирования

Преобладающие виды деятельности: планирование и организация, участие в производственно-технологическом процессе создания рекламы и PR-кампании, работа с ретранслируемой информацией, взаимодействие с общественными и государственными структурами, рекламная и коммерческая деятельность. Многообразие объектов отражения и источников информации.

Характеристики профессии: оперативность, динамизм, мобильность, ритмологичность, универсализм в сочетании со специализацией, многофункциональность, многообразие обязанностей, высокий уровень социальной ответственности, массовизм, злободневность, актуальность, высокая степень новизны, разнообразных, непредсказуемых, постоянно меняющихся ситуаций, эвристичность, парадоксальность, мозаичность, большие моральные, нервные и физические перегрузки, высокий темп работы, повышенная степень риска, стрессовости, открытость профессии.

Парадоксы профессии. Условия деятельности, режим и ритм труда: ненормированность рабочего дня, оперативность и интенсивность труда, командировки. Специфика работы в творческих коллективах. Судебные процессы и преследования. Трудности и сложности профессии. Опасности для жизни и здоровья. Болезни профессии.

**РАЗДЕЛ 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Наряду с чтением лекций, проведением семинарских и практических занятий неотъемлемым элементом учебного процесса является *самостоятельная работа*. При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, и вырабатываются практические навыки столь важные для успешной подготовки к профессии и к созданию и защите выпускной работы обучающегося. Формы самостоятельной работы обучающихся могут быть разнообразными. Самостоятельная работа включает: изучение основной и дополнительной литературы, оценку, обсуждение и рецензирование материалов в рамках создания PR-компании, ответы на контрольные вопросы; решение задач; подготовку к выпуску учебной газеты, практическую работу коллектива в режиме реального времени. Выполнение всех видов самостоятельной работы увязывается с изучением конкретных тем и участием в занятиях профессионально-творческого практикума.

Таблица 6.1

Самостоятельная работа

Наименование разделов, тем	Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение
Раздел I: Основные направления обучения будущих специалистов в сфере рекламы и PR	Основные направления обучения будущих специалистов в сфере рекламы и PR
Тема 1. Образование в сфере рекламы и связей с общественностью	<p>Основные этапы истории образования. Особенности образования в советский период. Изменения в образовании в настоящее время. Специфика многоуровневой подготовки пиарщиков. Основные характеристики государственного образовательного стандарта. Усиление практической подготовки обучающихся в образовании в сфере рекламы и PR. Сущность и особенности компетентного подхода в высшем образовании.</p>
Тема 2. Культура учебного (умственного) труда обучающегося	<p>Что такое НОТ? Правила рациональной организации труда обучающегося. Искусство планирования и учета времени. Основной принцип рациональной работы. 10 правил культуры умственной деятельности. Развитие способностей, необходимых для учебы и будущей профессии. Девять правил развития памяти, пять методов мнемотехники. Развития внимания и наблюдательности. Культура чтения и процесс осмысления текста.</p> <p>Основные формы учебной деятельности. Лекция и качества ее восприятия. Почему обучающемуся журфака необходимо постоянно следить за публикациями в СМИ. Семинарские и лабораторно-практические занятия – фундамент основ творческой деятельности обучающегося на факультете рекламы и связям с общественностью. Типы конспектов и методы конспектирования. Письменная работа: структура и правила оформления. Виды практик, досье.</p>

Тема 3. Формы учебной работы	Основные свойства новости. Новость как информационный жанр. Схема написания новости. Типы новости. Виды актуальности новости. Формула Квинтилиана. Источник информации и цитата в новости. Оценка новостей и их отбор. Краткая (жесткая) новость. Информационный повод. Заголовок, подзаголовок и лид.
Занятие 2. Работа с информационными поводами. Сбор информации	Анонсы информагентств и их роль в подготовке номера газеты. Информационные поводы в работе редакции. Рубрики и темы на полосе. Аккредитация и ее правила. Основные методы сбора информации. Проверка информации в работе редакции.
Занятие 3. Подготовка (создание) материалов	Авторская работа над текстами информационных заметок, их набор и редактирование. Фотосъемка подобранных объектов.
Занятие 4. Подбор иллюстраций	Работа над иллюстративными материалами в совокупности с текстами новостей. Выработка проекта макета номера газеты.
Занятие 6. Летучка. Обсуждение успеха стратегии. Подведение итогов PR-кампании	Анализ и оценка номера в целом, каждой полосы, текстов и иллюстраций.

6.1. Темы эссе¹

1. Внимание и наблюдательность, мышление и воображение в профессии.
2. Что и как делает обучающийся в процессе обучения на факультете рекламы и связей с общественностью.
3. Виды PR-кампаний: как поддержать репутацию?
4. Правила организации умственного труда.
5. Внимание и способы его тренировки.
6. Наблюдательность и ее тренировка.
7. Типы памяти. Рациональное запоминание.
8. Восприятие и понимание. Работа с понятиями и определениями.
9. Культура чтения.
10. Учебное и профессиональное досье.

6.2. Примерные задания для самостоятельной работы

Задание 1

Вспомнить содержание сказки А.С. Пушкина «Сказка о рыбаке и рыбке» и передать (написать) это содержание как общественное.

¹Перечень тем не является исчерпывающим. Обучающийся может выбрать иную тему по согласованию с преподавателем.

Задание 2

Написать пресс-релиз в двух вариантах по одному и тому же событию (с разными лицами) с учетом типа издания и его аудитории.

Задание 3

Подобрать в прессе 6 разных рекламных сообщений. Вырезать их и наклеить на лист А4. Сделать подробный разбор каждого сообщения с точки зрения привлекательности для целевой аудитории.

Создать свои варианты рекламных сообщений тех же товаров и услуг.

Задание 4

Представить (написать кратко) схему создания PR-компании.

РАЗДЕЛ 7. ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1В процессе освоения учебной дисциплины «Специфика рабочего процесса в сфере рекламы и PR. Организация работы PR-агентства. Учебный практикум» для оценивания сформированности требуемых компетенций используются оценочные материалы (фонды оценочных средств), представленные в таблице 7.1.

Таблица 7.1

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОП В СООТНОШЕНИИ С ОЦЕНОЧНЫМИ СРЕДСТВАМИ

Планируемые результаты, характеризующие этапы формирования компетенции	Содержание учебного материала	Примеры контрольных вопросов и заданий для оценки знаний, умений, владений	Методы\ средства контроля
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде			
ИУК-3.1. Знает теоретические основы командной работы, психологию лидерства; теоретические основы социального взаимодействия.	Тема 1. Образование в сфере рекламы и связей с общественностью Тема 2. Культура учебного (умственного) труда обучающегося Тема 3. Формы учебной работы	Какие качества профессионала, изученные в курсе «Введение в специальность» свидетельствуют о компетентном подходе в образовании в сфере рекламы и связей с общественностью? Что понимается под универсализмом профессии специалиста рекламы и PR? Какие качества профессионала выходят на передний план в современных условиях? Почему профессионалу в сфере рекламы и связей с общественностью необходима фундаментальная подготовка? Каковы пути развития внимания и наблюдательности, мышления и воображения?	Тестирование (задания 1 – 11) Написание эссе (темы 2 -6)

		Почему обучающемуся необходимо читать прессу, интернет-издания?	
ИУК-3.2. Умеет создавать команды, организовывать их работу, делегировать полномочия членам команды и распределять поручения; эффективно взаимодействовать с другими членами команды, разрешать конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех членов команды; создавать рабочую атмосферу, позитивный эмоциональный климат в команде; умеет определять эффективность командой работы.	Тема 4. Профессия начинается с пресс-релиза Профессионально-творческий практикум.	Задание. Написать кратко схему создания текста пресс-релиза. Задание. Написать пресс-релиз с различными лидами (один и тот же). Каков девиз пресс-релиза? Что означает понятие перевернутая пирамида? Что обязательно должно быть помимо самого события (факта)? Как сочетаются между собой заголовок, подзаголовок и лид?	Устный опрос (тема 4) Тестирование (задания 2 – 10) Написание эссе (темы 2 - 7)
ИУК-3.3. Владеет навыками социального взаимодействия; опытом практических действий в сфере командной работы, опытом практических действий в сфере профилактики и разрешения личностно-деловых конфликтов; навыками разработки и реализации командной стратегии для достижения поставленной цели; навыками использования ресурсов командной работы в профессиональной деятельности психолога; владеет опытом практических действий в сфере презентации результатов	Тема 4. Профессия начинается с пресс-релиза Профессионально-творческий практикум.	Каковы основные виды деятельности сотрудников PR-агентства? Почему необходима подготовка PR-кампании? На соответствие каким требованиям проходят проверку материалы, предназначенные для PR-кампании? Что такое «дедлайн»? Почему необходимы обсуждение и анализ стратегии? Какие требования предъявляются к иллюстративным материалам?	Написание эссе (темы 1 - 7). Тестирование (задания 3 – 11) Устный опрос (тема 4) Вопросы для подготовки к зачету (вопросы 1 – 10)

работы команды.			
-----------------	--	--	--

7.2. Вопросы для подготовки к промежуточной аттестации зачету

1. История образования в сфере рекламы и связи с общественностью.
2. Современная система образования в сфере рекламы и связи с общественностью.
3. Формы учебной работы.
4. Культура умственной деятельности обучающегося.
5. Работа с литературой и правила конспектирования.
6. Структура письменной работы и правила оформления.
7. Новость и ее основные средства.
8. Структура новостного текста.
9. Виды актуальности новости.
10. Оценка новостей и их отбор.

7.3. Примерные тестовые задания для контроля (мониторинга) качества усвоения материала в т.ч. в рамках рубежного контроля знаний²

- А – согласен целиком.
 Б – согласен.
 В – затрудняюсь ответить определенно.
 Г – не согласен.
 Д – совершенно не согласен.

1. Творческие способности к связям с общественностью у меня выше, чем у большинства обычных людей, и я их с успехом реализую.
2. Я больше, чем другие люди, забочусь о впечатлении, которое я произвожу на окружающих.
3. Я проявляю большую независимость в суждениях и меньший конформизм мышления, чем большинство людей.
4. Когда мне приходится собирать материал для анализа репутации конкретной кампании, я очень осторожен и работаю более медленно, чем мои коллеги.
5. Я рискую чаще, чем многие люди. Даже тогда, когда нет гарантии выигрыша.
6. Я более осторожен в отношении случайностей, чем большинство людей.
7. Я считаю себя более избирательным, изобретательным, решительным, независимым, бескорыстным, полным энтузиазма и более трудолюбивым, чем большинство людей.
8. Меня больше, чем других, занимает мысль – что люди думают обо мне.
9. Я чаще всего даю более нестандартное описание, рассказ о событиях, на которых побывал вместе с коллегами из других PR-агентств.
10. У меня, по-видимому, более слабое, чем у большинства людей, чувство своей индивидуальности и удовлетворенности собой.
11. Я больше, чем другие, чувствую себя одиноким, подчиненным данному свыше жизненному призванию, и это чувство отдаляет меня от обычных забот обычного человека.
12. Я талантливый специалист, поэтому, если кто меня и критикует за те или иные мои работы, то только из чувства зависти.
13. У меня больше авторитарных замашек, чем у многих других.

²Рубежный контроль знаний проводится для обучающихся очной формы обучения и оценивается по шкале «зачтено»\ «не зачтено»

14. Когда я пишу материал, готовлю передачу, я работаю медленнее коллег лишь потому, что пытаюсь синтезировать всю собранную мной информацию.
15. Я считаю себя более ответственным, искренним, надежным, заслуживающим доверия, здравомыслящим, терпимым и понимающим, чем большинство людей.
16. В моем понимании, я более способен, чем другие люди, гибко реагировать, рассуждать, менять один аргумент на другой.
17. У меня больше признаков психического здоровья, чем у большинства людей.
18. Я менее других людей способен стоять на своем, когда мне приходится не соглашаться с другими.
19. Я более субъективен, чем большинство людей.
20. Я более творческий человек, чем большинство моих коллег, и мешают мне полностью реализовать огромный потенциал чаще всего препятствия, которые сам я устранить не в силах.
21. Я чаще других людей стараюсь избегать ситуаций, в которых чувствовал бы в чем-то свою неполноценность.
22. Я более свободен, чем другие люди, и меньше поддаюсь жесткому контролю.
23. Я без колебаний, ни на что не смотря, берусь за кейсы, в которых могу выразить свои взгляды, точку зрения, соответствующие моим убеждениям.
24. Чаще других людей я, в силу особенностей профессии, основываю свои суждения и выводы, опираясь на характер источника информации, нежели на саму информацию.
25. Я как человек творческий в большей степени, чем другие люди, не приемлю внешнего давления.
26. Я более самостоятелен в экономическом отношении, чем большинство людей.
27. Я лучше информирован, чем большинство людей с такими же умственными способностями и с таким же уровнем образования.
28. По сравнению с большинством людей, я более склонен менять свои интересы ради сохранения места работы, нежели менять работу ради отстаивания своих интересов.
29. У меня меньше жизненной силы и энтузиазма, чем у большинства других людей.
30. Больше многих других людей меня привлекают сложные проблемы и ситуации, нежели простые и понятные.
31. Меня интересует более широкий круг вопросов, чем тот, что характеризует моих коллег.
32. Я менее властен и агрессивен, чем большинство людей.
33. Я менее свободен от скованности и запретов, чем многие люди.
34. Вероятно, я в большей степени, чем большинство людей, склонен рассматривать авторитет как абсолют, а не как традицию.
35. Я в большей степени, чем коллеги, предпочитаю нормативные ситуации тем, которые требуют какого-то решения.
36. У меня больше энергии, чем у большинства других людей.
37. Мне присуща большая гибкость мышления, чем коллегам.
38. Больше других людей я стараюсь придерживаться «реалистичного», предсказуемого стиля поведения.
39. Мои интересы более ограничены, чем у большинства людей.
40. По сравнению со многими, меня больше интересуют межличностные отношения, я не боюсь общения с кем бы то ни было, и я менее скован.
41. По сравнению с большинством людей, я также в большей степени доволен собой, чувствую себя более удовлетворенным.
42. Я не столь самоуверен, как большинство коллег.
43. Больше других людей я, в силу специфики своей профессии, стремлюсь к результату. И у меня часто просто нет возможности досконально изучить вопрос, собрать максимум информации по нему, прежде чем создавать пресс-релизы и планы кампаний.
44. Я чаще других способен удивить собеседника тем, что говорю.

45. Во взаимоотношениях с подчиненными, в отличие от многих руководителей, у меня существует или существовал бы такой принцип: подчиненные должны быть мне безоговорочно верны.
46. Мой личностный склад сложнее, чем у большинства людей.
47. Когда я вслух обсуждаю проблему, я могу более гибко, чем большинство людей, менять подход к ней.
48. Я не таков, как большинство людей.
49. Я хуже, чем многие другие люди, воспринимаю свои внутренние импульсы.
50. Когда возникает необходимость в этом, я способен выдвигать больше идей и делаю это быстрее, чем большинство коллег.
51. В большей степени, чем другие люди, я могу проявить в отношении своих руководителей такие качества, как беспрекословное подчинение, преданность и уважение, граничащее с восхищением.
52. Я более, чем коллеги, восприимчив к эстетической стороне мира.
53. Больше, чем представители других профессий, я ценю свой социальный статус, положение, неплохую зарплату, а не сам «интерес к работе».
54. Я более скрытный, чем большинство людей.
55. Я иначе, чем большинство других людей, реагирую на сложности – скорее как на вызов, чем на то, чего следует избегать.
56. Вероятно, я, в отличие от многих других людей, вижу свое будущее в основном связанным со своей газетой (телерадиокомпанией), и меня очень волнует все происходящее здесь.
57. Я, прежде всего, в силу специфики и социального статуса профессии пиарщика, более ответственно, чем большинство людей, работаю над каждым своим произведением.
58. Я делаю выводы быстрее и точнее, чем большинство людей.
59. По критериям научной психологии я, может быть, не очень хорошо приспосабливаюсь к обстоятельствам, но я хорошо приспособлен к жизни в том смысле, что я занимаюсь полезным для общества трудом и доволен своей работой.
60. Я более других способен к конструктивной критике.
61. Чувство интуиции и проницательность у меня развиты лучше, чем у большинства людей.
62. В трудных жизненных обстоятельствах я обычно обнаруживаю меньше свидетельств силы воли, характера, чем большинство людей.
63. По сравнению с коллегами, я в большей степени ориентирован на успех.
64. Я более динамичен, чем большинство людей.
65. Я, в отличие от некоторых своих коллег, предпочитаю избегать готовить материалы на актуальные, но «скользкие» темы – а вдруг придет опровержение или на меня подадут в суд?
66. Я ценю и, как мне кажется, понимаю юмор больше других людей.
67. Я меньше других способен пререкаться с начальством.
68. Я меньше других людей склонен поддерживать, а иногда и сам совершать «безрассудные» поступки.
69. У меня менее, чем у большинства людей, догматичный взгляд на жизнь, я хорошо понимаю, что все относительно.
70. Мне кажется, что у меня более острая, чем у других, потребность в разрешении трудных и сложных проблем.
71. Я терпимее, чем большинство других людей, отношусь к явному беспорядку.
72. Специфика моей профессии чаще, чем у большинства людей, предполагает работу в сложных и совершенно новых условиях.
73. Я более свободно выражаю «женские» интересы, чем большинство других мужчин (отвечают мужчины).
74. Я более свободно выражаю «мужские» интересы, чем большинство других женщин (отвечают женщины).

7.4. Описание показателей и критериев оценивания сформированности компетенций на различных этапах их формирования; шкалы и процедуры оценивания

7.4.1. Вопросы и заданий для текущей и промежуточной аттестации

При оценке знаний учитывается уровень сформированности компетенций:

1. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
2. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
3. Логика, структура и грамотность изложения вопроса.
4. Умение связать теорию с практикой.
5. Умение делать обобщения, выводы.

Таблица 7.4.1.1

Шкала оценивания на зачете

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none">- продемонстрировать общее знание изучаемого материала;- показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины;- уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;- знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none">- незнание значительной части программного материала;- не владение понятийным аппаратом дисциплины;- существенные ошибки при изложении учебного материала;- неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;- неумение делать выводы по излагаемому материалу.

Таблица 7.4.1.2

Шкала оценивания на рубежном контроле

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none">- продемонстрировать общее знание изучаемого материала;- показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины;- уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;- знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none">- незнание значительной части программного материала;- не владение понятийным аппаратом дисциплины;- существенные ошибки при изложении учебного материала;- неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;- неумение делать выводы по излагаемому материалу.

7.4.2. Письменной работы (эссе)

При оценке учитывается:

1. Правильность оформления.

2. Уровень сформированности компетенций.
3. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
4. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
5. Логика, структура и грамотность изложения письменной работы.
6. Полнота изложения материала (раскрытие всех вопросов)
7. Использование необходимых источников.
8. Умение связать теорию с практикой.
9. Умение делать обобщения, выводы.

Таблица 7.4.2.1

Шкала оценивания эссе

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины; - уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none"> - незнание значительной части программного материала; - не владение понятийным аппаратом дисциплины; - существенные ошибки при изложении учебного материала; - неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; - неумение делать выводы по излагаемому материалу.

7.4.3. Тестирование

Таблица 7.4

Шкала оценивания тестирования

Оценка	Критерии выставления оценки
Отлично	Количество верных ответов в интервале: 71-100%
Хорошо	Количество верных ответов в интервале: 56-70%
Удовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 41-55%
Неудовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 0-40%
Зачтено	Количество верных ответов в интервале: 41-100%
Не зачтено	Количество верных ответов в интервале: 0-40%

7.5. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.

Качество знаний характеризуется способностью обучающегося точно, структурированно и уместно воспроизводить информацию, полученную в процессе освоения дисциплины, в том виде, в котором она была изложена в учебном издании или преподавателем.

Умения, как правило, формируются на занятиях семинарского типа. Задания, направленные на оценку умений, в значительной степени требуют от обучающегося проявления стереотипности мышления, т.е. способности выполнить работу по образцам, с которыми он работал в процессе обучения. Преподаватель же оценивает своевременность и правильность выполнения задания.

Навыки — это умения, развитые и закреплённые осознанным самостоятельным трудом. Навыки формируются при самостоятельном выполнении обучающимся практико-ориентированных заданий, моделирующих решение им производственных и социокультурных задач в соответствующей области профессиональной деятельности, как правило, при выполнении домашних заданий, курсовых проектов (работ), научно-исследовательских работ, прохождении практик, при работе индивидуально или в составе группы и т.д. При этом обучающийся поставлен в условия, когда он вынужден самостоятельно (творчески) искать пути и средства для разрешения поставленных задач, самостоятельно планировать свою работу и анализировать ее результаты, принимать определенные решения в рамках своих полномочий, самостоятельно выбирать аргументацию и нести ответственность за проделанную работу, т.е. проявить владение навыками. Взаимодействие с преподавателем осуществляется периодически по завершению определенных этапов работы и проходит в виде консультаций. При оценке владения навыками преподавателем оценивается не только правильность решения выполненного задания, но и способность (готовность) обучающегося решать подобные практико-ориентированные задания самостоятельно (в перспективе за стенами вуза) и, главным образом, обучающегося обосновывать и аргументировать свои решения и предложения.

Устный опрос — это процедура, организованная как специальная беседа преподавателя с группой обучающихся (фронтальный опрос) или с отдельными обучающимися (индивидуальный опрос) с целью оценки сформированности у них основных понятий и усвоения учебного материала.

Тесты являются простейшей формой контроля, направленная на проверку владения терминологическим аппаратом, современными информационными технологиями и конкретными знаниями в области фундаментальных и прикладных дисциплин. Тест может предоставлять возможность выбора из перечня ответов; один или несколько правильных ответов.

Семинарские занятия - основное назначение семинарских занятий по дисциплине – обеспечить глубокое усвоение обучающимися материалов лекций, прививать навыки самостоятельной работы с литературой, воспитывать умение находить оптимальные решения в условиях изменяющихся отношений, формировать современное профессиональное мышление обучающихся. На семинарских занятиях преподаватель проверяет выполнение самостоятельных заданий и качество усвоения знаний.

РАЗДЕЛ 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Методические рекомендации по написанию эссе

Эссе (от французского *essai* – опыт, набросок) – жанр научно-публицистической литературы, сочетающей подчеркнуто-индивидуальную позицию автора по конкретной проблеме.

Главными особенностями, которые характеризуют эссе, являются следующие положения:

- собственная позиция обязательно должна быть аргументирована и подкреплена ссылками на источники международного права, авторитетные точки зрения и базироваться на фундаментальной науке. Небольшой объем (4–6 страниц), с оформленным списком литературы и сносками на ее использование;
- стиль изложения – научно-исследовательский, требующий четкой, последовательной и логичной системы доказательств; может отличаться образностью, оригинальностью, афористичностью, свободным лексическим составом языка;
- исследование ограничивается четкой, лаконичной проблемой с выявлением противоречий и разрешением этих противоречий в данной работе.

8.2. Методические рекомендации по использованию кейсов

Кейс-метод (Casestudy) – метод анализа реальной международной ситуации, описание которой одновременно отражает не только какую-либо практическую проблему, но и актуализирует определенный комплекс знаний, который необходимо усвоить при разрешении данной проблемы. При этом сама проблема не имеет однозначных решений.

Кейс как метод оценки компетенций должен удовлетворять следующим требованиям:

- соответствовать четко поставленной цели создания;
- иметь междисциплинарный характер;
- иметь достаточный объем первичных и статистических данных;
- иметь соответствующий уровень сложности, иллюстрировать типичные ситуации, иметь актуальную проблему, позволяющую применить разнообразные методы анализа при поиске решения, иметь несколько решений.

Кейс-метод оказывает содействие развитию умения решать проблемы с учетом конкретных условий и при наличии фактической информации. Он развивает такие квалификационные характеристики, как способность к проведению анализа и диагностики проблем, умение четко формулировать и высказывать свою позицию, умение общаться, дискутировать, воспринимать и оценивать информацию, которая поступает в вербальной и невербальной форме.

8.3. Требования к компетентностно-ориентированным заданиям для демонстрации выполнения профессиональных задач

Компетентностно-ориентированное задание – это всегда практическое задание, выполнение которого нацелено на демонстрацию доказательств наличия у обучающихся универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, знаний, умений, необходимых для будущей профессиональной деятельности.

Компетентностно-ориентированные задания бывают разных видов:

- направленные на подготовку конкретного практико-ориентированного продукта (анализ проектов международных документов, критика, разработка схем и др.);
- аналитического и диагностического характера, направленные на анализ различных аспектов и проблем международных отношений (анализ внешнеполитической ситуации, деятельности международной организации, анализ международной практики и т. п.);
- связанные с выполнением основных профессиональных функций (выполнение конкретных действий в рамках вида профессиональной деятельности, например, формулирование целей миссии, и т. п.).

РАЗДЕЛ 9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная:

Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.

Баксанский О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR (когнитивный подход). Карманная книга политтехнолога. – М.: URSS, 2019. - 224 с.

Дополнительная:

Богданова М. Школа контента: Создавайте тексты, которые продают. – М.: Альпина Паблшер, 2019. – 256 с.

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2019. – 233 с.

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Интернет-ресурсы, современные профессиональные базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

ЭБС IPRsmart <http://www.iprbookshop.ru>

УМО по классическому университетскому образованию России <http://www.umo.msu.ru>

Министерство образования и науки Российской Федерации <http://mon.gov.ru>

Правотека.ру. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа :
<http://www.pravoteka.ru/>

Российская национальная библиотека. – Б.г. – Доступ к данным: Открытый. – Режим доступа : <http://www.nlr.ru/>

Электронная библиотека Gaudeamus : бесплатные полнотекстовые pdf-учебники студентам. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа :
<http://www.gaudeamus.omskcity.com/>

Электронная образовательная библиотека IQlib. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа : <http://www.iqlib.ru/>

Комплект лицензионного программного обеспечения

Microsoft Open Value Subscription для решений Education Solutions № Tr000544893 от 21.10.2020 г. MDE Windows, Microsoft Office и Office Web Apps. (срок действия до 01.11.2023 г.)

Антивирусное программное обеспечение ESET NOD32 Antivirus Business Edition договор № ИС00-006348 от 14.10.2022 г. (срок действия до 13.10.2025 г.)

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO -3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

Свободно распространяемое программное обеспечение

Комплект онлайн сервисов GNU ImageManipulationProgram, свободно распространяемое программное обеспечение

Программное обеспечение отечественного производства:

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO -3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

РАЗДЕЛ 10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения	Комплект специальной учебной мебели Компьютер Видеопроектор Маркерная доска
Помещение для самостоятельной работы	Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета Принтер Комплект специальной учебной мебели