

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 19.06.2024 11:40:07  
Уникальный программный ключ:  
637517d24e103c3db032acfd99c011e478



**Образовательное учреждение высшего образования**

**«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»**

(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

**УТВЕРЖДЕНО:**

**Декан факультета журналистики**

**/Ю.В. Шуйская/**

**«10» июня 2024 г.**

**Рабочая программа дисциплины**

**Основы теории рекламы и PR**

**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 «Основы теории рекламы и PR». Направление подготовки\специальность 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата). Направленность/профиль «PR технологии и цифровые коммуникации» / сост. Шерчалова Е.В. – М.: Образовательное частное учреждение высшего образования «Московский университет имени А.С. Грибоедова». – 20 с.

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (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:

к.филол.н., Шерчалова Е.В.

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 «10» июня 2024 г., протокол № 8.

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

Согласовано от Библиотеки \_\_\_\_\_ /О.Е. Стёпкина/  
(подпись)

## РАЗДЕЛ 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель** дисциплины – ознакомиться с теоретическими основами в области рекламной и PR-деятельности, а также со спецификой реализации профессиональной деятельности в современном мире.

### **Задачи:**

- дефиницирование терминов «связи с общественностью» и «реклама», разграничение понятий и точки пересечения;
- демонстрация ведущих функций, форм и методов современных связей с общественностью и рекламы;
- конкретизация представлений обучающихся о специфике профессии;
- дать представление о принципах взаимодействия рекламы и других маркетинговых коммуникаций;
- привитие навыков анализа происходящих изменений в средствах массовой информации и смежных областях.

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

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-3	Способен производить анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ	<p><b>ИПК-3.1.</b> Знать корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность</p> <p><b>ИПК-3.2.</b> Уметь находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа</p> <p><b>ИПК-3.3.</b> Владеть навыками использования современных информационно-коммуникационных технологий и специализированных программных продуктов</p>

## РАЗДЕЛ 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА

Дисциплина «Основы теории рекламы и PR» изучается очной и заочной группами в 3 семестре, входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е.

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

### Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы

#### на очной форме обучения

Семестр 3										
з.е.	Итого	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Курсовое проектирование	Самостоятельная работа под руководством преподавателя	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация

3	108	17		17				38		36 экзамен
---	-----	----	--	----	--	--	--	----	--	---------------

**на заочной форме обучения**

Семестр 3										
з.е.	Ито го	Ле кц ии	Ла- бо- ра- тор- ные заня- тия	Прак- тиче- ские заня- тия	Се- ми- нары	Курсо- вое проект- тирова- ние	Само- стоя- тельная работа под ру- ковод- ством препо- дателя	Само- стоя- тельная работа	Те- ку- щий кон- троль	Контроль, промежу- точная ат- тестация
3	108	4			4			64		36 экзамен

**Тематический план дисциплины**

**Очная форма обучения**

Разделы / Темы	Лек- ции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семи- нары	Самостоя- тельная ра- бота	Те- ку- щий кон- троль	Контроль, промежу- точная ат- тестация	Все го часов
3 семестр								
Тема 1. Свя- зи с обще- ственно- стью: сущ- ность, мето- ды, задачи	<b>3</b>		<b>2</b>		<b>6</b>			<b>11</b>
Тема 2. Ре- клама в си- стеме мар- кетинговых коммуника- ций	<b>2</b>		<b>4</b>		<b>6</b>			<b>12</b>
Тема 3. Ис- торический экскурс ши- рокими маз- ками: эво- люция ре- кламы и PR	<b>2</b>		<b>2</b>		<b>6</b>			<b>10</b>
Тема 4. Структура рекламного рынка	<b>2</b>		<b>2</b>		<b>4</b>			<b>8</b>
Тема 5. Кан- налы ком-	<b>2</b>		<b>2</b>		<b>4</b>			<b>8</b>

муникации в рекламе и PR								
Тема 6. Конструирование продающего и продвигающего контента	2		2		4			8
Тема 7. Психология общения в коммуникативном поле рекламы и PR	2		2		4			8
Тема 8. Специфика этического регулирования деятельности специалиста в областях PR и рекламы	2		1		4			7
Контроль							36	36
Итого	17		17		38		36	108

### Заочная форма обучения

Разделы / Темы	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация	Всего часов
4 семестр								
Тема 1. Связи с общественностью: сущность, методы, задачи	1				8			9
Тема 2. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	1				8			9
Тема 3. Исторический экскурс ши-	1			1	8			9

рокими мазками: эволюция рекламы и PR								
Тема 4. Структура рекламного рынка	1			1	8			9
Тема 5. Каналы коммуникации в рекламе и PR				1	8			9
Тема 6. Конструирование продающего и продвигающего контента					8			9
Тема 7. Психология общения в коммуникативном поле рекламы и PR					8			9
Тема 8. Специфика этического регулирования деятельности специалиста в областях PR и рекламы				1	8			9
Контроль							36	36
Итого	4			4	64		36	108

### СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование раздела, темы дисциплины	Содержание раздела дисциплины
Тема 1. Связи с общественностью: сущность, методы, задачи	Как это все начиналось? (Краткий экскурс в историю становления феномена публик рилейшнз). Определение понятия связей с общественностью. Мифы и реальность в PR. Коммуникативная сущность PR. Связи с общественностью и реклама: сходство и различия. Основные функции, цели и задачи связей с общественностью. Виды и формы PR-деятельности. Ведущие методы связей с общественностью (использование СМИ, печатное слово, выставки и ярмарки, устная

	речь и так далее). Палитра специализаций в рамках PR. Проблемы правового и этического регулирования связей с общественностью в России.
Тема 2. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	Содержание понятий - маркетинг; - маркетинг-микс: товарная, ценовая, сбытовая и коммуникационная составляющие; - маркетинговые коммуникации: реклама, связи с общественностью, персональные продажи, прямой маркетинг, стимулирование сбыта. Связь рекламы с другими составляющими системы маркетинга и маркетинговых коммуникаций. Соответствие элементов комплекса маркетинговых коммуникаций 7 стадиям жизненного цикла товаров на рынке. Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций. ATL и BTL-коммуникации в структуре интегрированных маркетинговых коммуникаций.
Тема 3. Исторический экскурс широкими мазками: эволюция рекламы и PR	Реклама в Древнем мире. Реклама в западных странах в Средние века и в период расцвета капитализма. История американской рекламы: эпоха становления (примерно 1840 - 1915 гг.) и «эпоха совершенствования» (с 1915 г. и по настоящее время). Реклама в России до революции, в годы НЭПа, «доперестроечный» период. Особенности, тенденции и перспективы рекламного дела на рынках промышленно-развитых стран и России. Современное состояние, значение и задачи развития рекламного дела в России.
Тема 4. Структура рекламного рынка	Компании - рекламодатели. Организация рекламной работы крупных рекламодателей. Внутрифирменные рекламные агентства. Рекламные агентства и их роль в организации рекламного бизнеса. Типы и функции рекламных агентств. Организационное построение рекламных агентств. Специфика организации творческих работ. Поиск клиентов. Построение бюджета. Организация взаимоотношений «реklamное агентство – клиент». Основные этапы их построения. Факторы, влияющие на взаимоотношения рекламного агентства с клиентом.
Тема 5. Каналы коммуникации в рекламе и PR	Печатные средства массовой информации. Использование газет и журналов для распространения рекламы. Преимущества и недостатки рекламы в газетах и журналах. Классификация газет и журналов. Приобретение места в газете и журнале для рекламы. Реклама на телевидении. Использование телеэфира для распространения рекламы. Особенности и типы телевизионной рекламы, ее преимущества и недостатки. Зрительские аудитории. Методы измерения телеаудитории и составление рейтинга. Совокупный рейтинг. Приобретение телеэфирного времени. Запрос информации. Выбор программы. Проведение переговоров по ценам и заключение контракта. Реклама на радио. Краткая история радиовещания в России. Преимущества и недостатки радио как рекламносителя. Жанры радиорекламы. Наружная реклама. Преимущества наружной рекламы. Недостатки наружной рекламы. Стандартизация и особенности правового регулирования наружного рекламного бизнеса. Типы наружных рекламных сооружений
Тема 6. Конструирование продающего и продвигающего контента	Особенности планирования и создания пресс-релиза. Типология, разнообразие, основные принципы. Фигура автора пресс-релиза. Необходимый и достаточный хронометраж для производства пресс-релиза. Особенности выпуска пресс-релиза в кризисной ситуации для бренда. Критерии обращения к коммуникационному агентству и традиция создания пресс-релиза внутри компании. Правила редактирования и монтажа. Типология и тенденции текуще-

	го периода. Основные технические средства, особенности их использования, правила их применения, легальны основания для работы с видеоаппаратурой. Правила аккредитации, особенности видеосъемок в городе, в закрытых помещениях, при приближении к объектам с режимными ограничениями.
Тема 7. Психология общения в коммуникативном поле рекламы и PR	Виды общения (информационное, конвенциональное, императивное, суггестивное, деловое, игровое, духовное и др.). Структура общения. Трудности и ошибки в коммуникации. Коммуникативные барьеры. Когнитивное переструктурирование проблемной ситуации. Корректирование процесса общения.
Тема 8. Специфика этического регулирования деятельности специалиста в областях PR и рекламы	Понятие о кодексе чести. Причины появления и специфика первых кодексов. Виды кодексов: международные, национальные, корпоративные, редакционные. Этапы движения международной этической мысли в области PR. Основные методы и способы этического регулирования СМИ. Внешние органы регулирования поведения рг-специалистов и специалистов в области рекламы (советы по делам печати, общественные палаты и др.). Этическое саморегулирование. Основные документы этического регулирования. Местные (локальные) кодексы, регулирующие этику рг-специалиста и специалиста в области рекламы. Государственные и международные документы. Международная ассоциация по связям с общественностью.

## **ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА (Практические занятия)**

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям. При подготовке к работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний. Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия. Работа во время проведения занятия семинарского типа включает несколько моментов: а) консультирование обучающихся преподавателями с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, б) самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

### **Тема 1. Связи с общественностью: сущность, методы, задачи**

#### ***Вопросы и/или задания***

1. Определение понятия связей с общественностью, история развития понятия
2. Коммуникативная сущность PR.
3. Связи с общественностью и реклама: сходство и различия.

### **Тема 2. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций**

#### ***Вопросы и/или задания***

1. Содержание понятий – маркетинг и маркетинговые коммуникации
2. Связь рекламы с другими составляющими системы маркетинга и маркетинговых коммуникаций
3. Соответствие элементов комплекса маркетинговых коммуникаций 7 стадиям жизненного цикла товаров на рынке



### **Тема 3. Исторический экскурс широкими мазками: эволюция рекламы и PR**

#### ***Вопросы и/или задания***

1. Реклама в Древнем мире.
2. Реклама в западных странах в Средние века и в период расцвета капитализма.
3. История американской рекламы: эпоха становления (примерно 1840 - 1915 гг.) и «эпоха совершенствования» (с 1915 г. и по настоящее время).
4. Реклама в России до революции, в годы НЭПа, «доперестроечный» период.
5. Особенности, тенденции и перспективы рекламного дела на рынках промышленно-развитых стран и России

### **Тема 4. Структура рекламного рынка**

#### ***Вопросы и/или задания***

1. Организация рекламной работы крупных рекламодателей
2. Рекламные агентства и их роль в организации рекламного бизнеса
3. Организационное построение рекламных агентств

### **Тема 5. Каналы коммуникации в рекламе и PR**

#### ***Вопросы и/или задания***

1. Печатные средства массовой информации. Приобретение места в газете и журнале для рекламы: знакомство с текстами
2. Использование телеэфира для распространения рекламы: знакомство с видеороликами
3. Реклама на радио: конструирование рекламного текста

### **Тема 6. Конструирование продающего и продвигающего контента**

#### ***Вопросы и/или задания***

1. Особенности планирования и создания пресс-релиза: подготовка своего текста. Обсуждение.
2. Просмотр видеороликов: выявление сценария и технически удачных, привлекательных решений.

### **Тема 7. Психология общения в коммуникативном поле рекламы и PR**

#### ***Вопросы и/или задания***

1. Трудности и ошибки в коммуникации, коммуникативные барьеры: отработка практического навыка
2. Когнитивное переструктурирование проблемной ситуации

### **Тема 8. Специфика этического регулирования деятельности специалиста в областях PR и рекламы**

#### ***Вопросы и/или задания***

1. Понятие о кодексе чести. Причины появления и специфика первых кодексов. Виды кодексов: международные, национальные, корпоративные, редакционные.
2. Основные документы этического регулирования. Знакомство с местным кодексом конкретной компании (по выбору обучающихся).

## **РАЗДЕЛ 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

### **САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Наряду с чтением лекций и проведением семинарских занятий неотъемлемым элементом учебного процесса является *самостоятельная работа*. При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, столь важные для успешной подготовки и защиты выпускной работы бакалавра. Формы самостоятельной работы обучаемых могут быть разнообразными. Самостоятельная работа включает: изучение литературы, веб-ресурсов, оценку, обсуждение и рецензирование публи-

куемых статей; ответы на контрольные вопросы; решение задач; само тестирование. Выполнение всех видов самостоятельной работы увязывается с изучением конкретных тем.

### **Самостоятельная работа**

<b>Наименование разделов/ тем</b>	<b>Виды занятий для самостоятельной работы</b>
Тема 1. Связи с общественностью: сущность, методы, задачи	усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно- методической и научной литературе и/или по конспекту лекции
Тема 2. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	выполнение устных упражнений
Тема 3. Исторический экскурс широкими мазками: эволюция рекламы и PR	выполнение письменных упражнений и практических работ
Тема 4. Структура рекламного рынка	подготовка рефератов (докладов), эссе, статей, тематических сообщений и выступлений, альбомов, схем, таблиц, слайдов, выполнение иных практических заданий
Тема 5. Каналы коммуникации в рекламе и PR	выполнение творческих работ
Тема 6. Конструирование продающего и продвигающего контента	усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно- методической и научной литературе и/или по конспекту лекции
Тема 7. Психология общения в коммуникативном поле рекламы и PR	усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно- методической и научной литературе и/или по конспекту лекции
Тема 8. Специфика этического регулирования деятельности специалиста в областях PR и рекламы	выполнение творческих работ

#### **5.1. Примерные темы эссе<sup>1</sup>**

1. Конкуренция на информационном рынке.
2. Особенности современного функционирования профессии PR-специалиста
3. Парадоксы профессии PR-специалиста
4. Творчество и вдохновения в жестких рамках технического задания от заказчика
5. Идеальный создатель рекламного контента: почему так сложно им быть?
6. Качества PR-специалиста
7. Работа мечты: в каком где я бы хотел(а) работать и почему?
8. Образы PR-специалистов и рекламных деятелей в кинематографе: ожидание и реальность

#### **5.2. Примерные задания для самостоятельной работы**

1. С целью развить способность производить анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ обучающемуся предлагается оценить действенность прямой и скрытой рекламы, ее привлекательность для рекламодателей в одном и том же специализированном издании.

2. Обучающемуся предлагается составить перечень локальных нормативных актов, регулирующих их профессиональную деятельность в отдельно взятой тематической области (к

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

примеру, банковскую сферу) и самостоятельно разобрать их (чтение, краткий конспект с выделением ключевых тезисов) с целью ознакомления с языком и спецификой работы с официальными регламентами.

3. С целью научиться применять системный подход для решения поставленных задач обучающемуся предлагается составить комплексный информационный план PR-активности конкретного бренда на месяц. Выполнение этого задания позволяет обучающимся развить умение находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа

4. С целью овладения навыками использования современных информационно-коммуникационных технологий и специализированных программных продуктов обучающемуся предлагается найти возможности максимального использования стандартных средств MicrosoftOffice на платформе Windows для совместного использования прикладных программ и отдельных файлов.

## **РАЗДЕЛ 6. ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ**

### **Раздел 6. Оценочные и методические материалы по образовательной программе (фонд оценочных средств) для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации**

#### **6.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине**

В процессе освоения учебной дисциплины для оценивания сформированности требуемых компетенций используются оценочные материалы (фонды оценочных средств), представленные в таблице:

<b>Индикаторы компетенций в соответствии с основной образовательной программой</b>	<b>Типовые вопросы и задания</b>	<b>Примеры тестовых заданий</b>
ПК-3 Способен производить анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ		
ИПК-3.1.1.	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ИПК-3.1.2.	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ИПК-3.1.3.	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины

#### **6.2. Типовые вопросы и задания**

##### **Перечень вопросов**

1. PR – определение, сущность, функции, методы, история развития термина. Основные цели современного PR Роль соцсетей в работе пиар-специалиста
2. Массовые коммуникации. Понятие. Виды. Примеры
3. Что такое реклама.
4. Основная и другие функции рекламы.
5. Виды рекламы.
6. Средства распространения рекламы.
7. Основные художественно-изобразительные средства.
8. Специфика языка изобразительной рекламы.
9. Композиция в рекламе.
10. Художественный образ в рекламе.

11. Рекламные возможности социальных сетей для СМИ
12. Авторское право при работе с сайтом СМИ и официальными пабликами СМИ в соцсетях
13. Правила оформления контента бренда на сайте
14. Новые форматы и платформы в системе PR: мессенджеры, 360-градусное видео, live, инфографика, gif-формат
15. СМИ как важнейший инструмент формирования связей с общественностью
16. Имидж организации. Понятие. Примеры
17. Преимущества экранной рекламы перед другими видами рекламы (охват огромной зрительской аудитории и проникновение в самые отдаленные регионы страны)
18. Сценарий и его основа – идея.
19. Способы выражения идеи в кино-, видео- и телевизионной рекламе
20. Понятие Медиа Рилейшнз и формы данной деятельности
21. Специфика использования различных СМИ (пресса, радио, телевидение, Интернет) в системе связей с общественностью

### 6.3. Примерные тестовые задания

Полный банк тестовых заданий для проведения компьютерного тестирования находится в электронной информационной образовательной среде и включает более 60 заданий, из которых в случайном порядке формируется тест, состоящий из 20 заданий.

Компетенции	Типовые вопросы и задания
ПК-3	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Необходимо выбрать два понятия, между которыми разница только в том, что конечная цель у одного – увеличение сбыта товаров и услуг, а у другого – не только увеличение сбыта товаров и услуг, но и использование мероприятий против использования отдельных видов товаров:               <ol style="list-style-type: none"> <li>1 пропаганда и рекламный слоган</li> <li>2 реклама и фирменный стиль</li> <li>3 реклама и пропаганда</li> <li>4 пропаганда и пиар</li> </ol> </li>   <li>2. Наиболее эффективным видом напоминающей рекламы считается:               <ol style="list-style-type: none"> <li>1 раздача листовок; напоминание о себе через СМИ</li> <li>2 скрытая реклама в виде статей о деятельности предприятия и его услугах, участие в специализированных отраслевых выставках</li> <li>3 периодическое напоминание о предприятии по телевидению</li> <li>4 раздача листовок, буклетов; участие в специализированных выставках</li> </ol> </li>   <li>3. Продолжите фразу: «Коммуникация достигает максимальной эффективности, если...»               <ol style="list-style-type: none"> <li>1 постоянно повторяется</li> <li>2 использует традиционные каналы передачи информации</li> <li>3 требует минимум усилий со стороны целевой аудитории</li> </ol> </li> </ol>

## 6.4. Оценочные шкалы

### 6.4.1. Оценивание результатов текущего контроля

Целью проведения текущего контроля является достижение уровня результатов обучения в соответствии с индикаторами компетенций.

Текущий контроль может представлять собой письменные индивидуальные задания, состоящие из 5/3 вопросов или в форме тестовых заданий по изученным темам до проведения промежуточной аттестации. Рекомендованный планируемый период проведения текущего контроля — за 6/3 недели до промежуточной аттестации.

#### Шкала оценивания при тестировании

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Количество верных ответов в интервале: 71-100%
Не зачтено	Количество верных ответов в интервале: 0-70%

#### Шкала оценивания при письменной работе

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

### 6.4.2. Оценивание самостоятельной письменной работы

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.

### Шкала оценивания самостоятельной письменной работы

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

### Шкала оценивания на зачете

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	<p>Обучающийся должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>– продемонстрировать прочное, достаточно полное усвоение знаний программного материала;</li> <li>– продемонстрировать знание основных теоретических понятий;</li> <li>– правильно формулировать определения;</li> <li>– последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал;</li> <li>– продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой;</li> <li>– уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.</li> </ul>
Не зачтено	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– незнание значительной части программного материала;</li> <li>– не владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>– существенные ошибки при изложении учебного материала;</li> <li>– неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>– неумение делать выводы по излагаемому материалу.</li> </ul>

### 6.4.3. Тестирование

#### Шкала оценивания

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%

## 6.5. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания сформированных компетенций в соответствии с ООП

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 можно трактовать как автоматизированные умения, развитые и закрепленные осознанным самостоятельным трудом. Навыки формируются при самостоятельном выполнении обучающимися 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.

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. Устный опрос может использоваться как вид контроля и метод оценивания формируемых компетенций (как и качества их формирования) в рамках самых разных форм контроля, таких как: собеседование, коллоквиум, зачет, экзамен по дисциплине. Устный опрос (УО) позволяет оценить знания и кругозор обучающегося, умение логически построить ответ, владение монологической речью и иные коммуникативные навыки. УО обладает большими возможностями воспитательного воздействия преподавателя. Воспитательная функция УО имеет ряд важных аспектов: профессионально-этический и нравственный аспекты, дидактический (систематизация материала при ответе, лучшее запоминание материала при интеллектуальной концентрации), эмоциональный (радость от успешного прохождения собеседования) и др. Обучающая функция УО состоит в выявлении деталей, которые по каким-то причинам оказались недостаточно осмысленными в ходе учебных занятий и при подготовке к зачёту или экзамену. УО обладает также мотивирующей функцией: правильно организованные собеседование, коллоквиум, зачёт и экзамен могут стимулировать учебную деятельность студента, его участие в научной работе.

Тесты являются простейшей формой контроля, направленной 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, умений, определяет уровень сформированности компетенций.

Доклад, сообщение — продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Контрольная работа — средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу.

Профессионально-ориентированное эссе — это средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной профессионально-ориентированной проблеме.

Реферат — продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Ситуационный анализ (кейс) — это комплексный анализ ситуации, имевший место в реальной практике профессиональной деятельности специалистов. Комплексный анализ включает в себя следующие составляющие: причинно-следственный анализ (установление причин, которые привели к возникновению данной ситуации, и следствий ее развертывания), системный анализ (определение сущностных предметно-содержательных характеристик, структуры ситуации, ее функций и др.), ценностно-мотивационный анализ (построение системы оценок ситуации, ее составляющих, выявление мотивов, установок, позиций действующих лиц); прогностический анализ (разработка перспектив развития событий по позитивному и негативному сценарию), рекомендательный анализ (выработка рекомендаций относительно поведения действующих лиц ситуации), программно-целевой анализ (разработка программ деятельности для разрешения данной ситуации).

Творческое задание — это частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения интегрировать знания различных научных областей, аргументировать собственную точку зрения, доказывать правильность своей позиции. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

## **Раздел 7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Освоение обучающимся учебной дисциплины предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с настоящей рабочей программы учебной дисциплины. Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в электронной библиотечной системе Университета. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа. С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку: знакомит с новым учебным материалом; разъясняет учебные элементы, трудные для понимания; систематизирует учебный материал; ориентирует в учебном процессе.

С этой целью: внимательно прочитайте материал предыдущей лекции; ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции; внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради; запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции; постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке; узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу



Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа. Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Подготовка к зачету, экзамену. К зачету, экзамену необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить учебную дисциплину в период зачетно-экзаменационной сессии, как правило, приносят не слишком удовлетворительные результаты. При подготовке к зачету обратите внимание на защиту практических заданий на основе теоретического материала. При подготовке к экзамену по теоретической части выделите в вопросе главное, существенное (понятия, признаки, классификации и пр.), приведите примеры, иллюстрирующие теоретические положения.

### **7.1. Методические рекомендации по написанию эссе**

*Эссе* (от французского *essai* — опыт, набросок) — жанр научно-публицистической литературы, сочетающей подчеркнuto индивидуальную позицию автора по конкретной проблеме. Главными особенностями 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.

### **7.2. 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.

### **7.3. Требования к компетентностно-ориентированным заданиям для демонстрации выполнения профессиональных задач**

Компетентностно-ориентированное задание — это всегда практическое задание, выполнение которого нацелено на демонстрирование 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 8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Основная литература<sup>2</sup>**

Карпова Г.Г. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / Г.Г. Карпова, Г.Р. Шамьенова, А.Ю. Егорова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2016. — 308 с. - ЭБС «IPRsmart». — 978-5-7433-3018-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80116.html>

### **Дополнительная литература<sup>3</sup>**

Кузнецова Е.В. Связи с общественностью [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / Е.В. Кузнецова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2017. — 125 с.- ЭБС «IPRsmart». — 978-5-906172-26-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/61081.html>

### **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/>

---

<sup>2</sup> Из ЭБС университета

<sup>3</sup> Из ЭБС университета

### **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 SCIENCE INDEX № SIO -3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

### **Свободно распространяемое программное обеспечение**

Комплект онлайн сервисов GNU Image Manipulation Program, 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 SCIENCE INDEX № SIO -3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

## **Раздел 9. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса**

Для изучения учебной дисциплины в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, доска аудиторная маркерная, наглядные плакаты); техническими средствами обучения (персональный компьютер – 1 шт., с выходом к сети «Интернет» и доступом в Электронную информационно-образовательную среду организации; мультимедийное оборудование (проектор – 1 шт., экран – 1 шт.).

**Учебная аудитория для занятий семинарского типа** оснащена специализированной мебелью (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, доска аудиторная маркерная, наглядные плакаты); техническими средствами обучения (персональный компьютер – 1 шт., с выходом к сети «Интернет» и доступом в Электронную информационно-образовательную среду организации; мультимедийное оборудование (проектор – 1 шт., экран – 1 шт.).

**Помещения для самостоятельной работы обучающихся:**

Кабинет для самостоятельной работы обучающихся:

Оборудование кабинета: мебель аудиторная (столы, стулья), персональные компьютеры с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в Электронную информационно-образовательную среду организации 11 шт.

Кабинет для самостоятельной работы обучающихся:

Оборудование кабинета: мебель аудиторная (столы, стулья), персональные компьютеры с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в Электронную информационно-образовательную среду организации 10 шт.