

*Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Северо-Осетинский государственный университет имени Коста
Левановича Хетагурова»*

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Введение в коммуникационные специальности»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная

Год начала подготовки - 2024

Утверждена в составе ОПОП.

Составитель: старший преподаватель З.У. Доева

Владикавказ 2024

1. Структура и общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 часа (2 з.е.)

	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
Курс	1	
Семестр	1	
Лекции	18 ч.	
Практические (семинарские) занятия	18 ч.	
Контрольная работа	27 ч.	
Консультации		
Итого аудиторных занятий	36 ч.	
Самостоятельная работа	9 ч.	
Курсовая работа		
Форма контроля	экзамен	
Экзамен		
Зачет	1 семестр	
Общее количество часов	72 ч.	

2. Цели освоения дисциплины

Цель преподавания дисциплины: изучение места и роли коммуникационных специальностей, в том числе, рекламы и связей общественностью в современном мире, их роли в формировании системы коммуникаций; формирование представления об основных концепциях коммуникационных специальностей, рекламы и PR на базе изучения новейших достижений американской, европейской, международной и российских школ; подготовка к дальнейшему профессиональному осмыслению современных концепций ведущих представителей теории и практики рекламной и PR-индустрии.

Задачи изучения дисциплины: способствовать пониманию места коммуникационных специальностей в обществе и системе маркетинга;

- помочь понять степень взаимозависимости коммуникационных специальностей с такими областями, как бизнес, политика, управление;
- обеспечить знание основных коммуникативных моделей рекламной и PR компании, принципов ее разработки и способов/показателей оценки ее эффективности;
- систематизировать представления об основных средствах распространения рекламы и PR, дать понятие медиапланирования;
- добиться усвоения основных закономерностей поведения потребителей алгоритмов, сегментации целевой аудитории;
- сформировать способность ориентироваться в основных субъектах рекламного и PR-рынка;
- осуществить знакомство с основными жанрами рекламного и PR сообщения;
- способствовать приобретению практических навыков создания рекламных продуктов на основе полученных знаний;
- познакомить с основными современными тенденциями в креативной сфере рекламной и PR деятельности, с методикой оценки рекламного и PR продукта;
- развить у обучающихся творческий, креативный подход к созданию рекламного и

PR продукта.

Все цели и задачи дисциплины соотнесены с общими целями ОПОП ВО и профессиональных стандартов:

1. 06.013 - Профессиональный стандарт "Специалист по информационным ресурсам", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. N 629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г., регистрационный N 34136), с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. N 727н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017 г., регистрационный N 45230)

3. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Введение в специальность» обязательной части Блока 1 ОПОП бакалавриата Б1.О.19.

Дисциплина «Введение в коммуникационные специальности» основывается на входных знаниях, полученных в ходе довузовского образования и является параллельно изучаемой для дисциплин «Основы теории коммуникаций», «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях»

При освоении данной дисциплины студенты должны полностью или частично продемонстрировать обобщенные трудовые функции:

06.013 Специалист по информационным ресурсам	А	Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте	4	Ввод и обработка текстовых данных	A/01.4	4
				Сканирование и обработка графической информации	A/02.4	4
				Ведение информационных баз данных	A/03.4	4
				Размещение информации на сайте	A/04.4	4
	В	Создание и редактирование информационных ресурсов	5	Поиск информации по тематике сайта	B/01.5	5
				Написание информационных материалов для сайта	B/02.5	5
				Редактирование информации на сайте	B/03.5	5
				Ведение новостных лент и представительств в социальных сетях	B/04.5	5
				Модерирование обсуждений на сайте, форуме и социальных сетях	B/05.5	5

3. Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля))

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями (результатами освоения образовательной программы):

Коды компетенций	Содержание компетенций
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

Взаимосвязь планируемых результатов обучения по дисциплине с формируемыми компетенциями ОПОП

Коды компетенций ОПОП	Планируемые результаты обучения, соответствующие формируемым компетенциям ОПОП		
	Знать	Уметь	Владеть
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК 4.1 основные принципы методов социологических и маркетинговых исследований, применяемые в профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью;	ОПК 4.1 проводить исследования в сфере рекламы и связей с общественностью;	ОПК 4.1 навыками соотнесения социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп в сфере рекламы и связей с общественностью;
	ОПК 4.2 основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности.	ОПК 4.2 осуществлять поиск информации о запросах и потребностях целевых аудиторий; учитывать основные характеристики целевой аудитории.	ОПК 4.2 навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	5.1. политические, экономические факторы, правовые и этические нормы, регулирующие развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;	5.1. анализировать влияние политических, экономических факторов, правовых и этических норм, на развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;	5.1. навыками анализа политических, экономических факторов, правовых и этических норм с целью определения их влияния на развитие рекламы и связей с общественностью.
	5.2. принципы профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью;	5.2. осуществлять профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы;	5.2. навыками учета специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы в осуществлении профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью.

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

Общим средством контроля является введенная в университете балльно-рейтинговая система оценки успеваемости студентов направлений бакалавриата

Таблица 5.1.

5. Содержание и учебно-методическая карта дисциплины

Номер недели	Наименование тем (вопросов), изучаемых по данной дисциплине	Занятия		Самостоятельная работа студентов		Формы контроля	Литература
		л	пр	Содержание	Часы		
1	Общее понятие о коммуникационных специальностях. Понятие рекламы, PR, журналистики	2					1-5
2	Эволюция рекламной и PR деятельности	2					1-5
3	Роль рекламной и PR деятельности в современном обществе.	2					1-5
4	Теория рекламной деятельности. Понятие и роль рекламы на товарном рынке.	2					1-5
5	Сущность рекламного процесса. Управление в рекламном бизнесе	2					1-5
6	Классификация и типы рекламы. Виды рекламы рекламных сообщений ATL и BTL реклама.		2	Виды наружной рекламы и их основные характеристики. Дизайн и печать упаковки и этикетки.	3	Подготовить эскизы наружной рекламы, упаковки и этикетки.	1-5
7	Разработка и планирование рекламной кампании		2				
8	Этапы реализации рекламной кампании		2	Разработка концепции позиционирования. Понятие медиаплана и медиапланирования кампании	3	Написать эссе	1-5
9	Целевая аудитория. Сегментирование.		2				
10	Основы законодательства в рекламе и коммуникационных специальностях.		2				

	Копирайт. Действие копирайта						
11	Методы прогнозирования в рекламе и PR		2				
12	Творчество в рекламе. Понятие рекламного креатива. Основы создания рекламного сообщения. Стратегии рекламы		2				
13	Фирменный стиль. Константы и носители фирменного стиля		2				
14	Методы исследования рекламы и PR		2	Бренд и брендинг.	3	Конспект, творческое задание	
15	Многообразие определений и понятий в связях с общественностью. Роль связей с общественностью в современном гражданском обществе и рыночной экономике. PR в России и за рубежом.	2					
16	Связи с общественностью в сферах политики, бизнеса, культуры. Социальный PR	2					
17	Организационное построение PR-структур. Структура PRслужбы компании	2					
18	Внешняя среда организации Специфика взаимодействия. с внешней средой в СО	2					
	ИТОГО	18	18		9		1-5

Примечания

- Все виды учебной работы могут проводиться дистанционно на основании локальных нормативных актов.

- В целях реализации индивидуального подхода к обучению студентов, осуществляющих учебный процесс по индивидуальной траектории в рамках индивидуального рабочего плана, изучение данной дисциплины может осуществляться через индивидуальные консультации преподавателя очно, в часы консультаций, по электронной почте, а также с использованием Webex, платформы дистанционного обучения Moodle, личный кабинет студента на сайте СОГУ, других элементов ЭИОС СОГУ.

6. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО при реализации компетентного подхода предусматривается использование в учебном процессе разнообразных образовательных технологий:

-проведение практических занятий, в том числе в активных и интерактивных формах. К таким формам при изучении данного курса можно отнести:

- технология активного (контекстного) обучения;
- проектная технология;
- кейс-технология;
- выступление с рефератами и сообщениями с последующим обсуждением;
- самостоятельная работа студентов.

В целях реализации индивидуального подхода к обучению студентов, осуществляющих учебный процесс по собственной траектории в рамках индивидуального рабочего плана, изучение данной дисциплины базируется на следующих возможностях: обеспечение внеаудиторной работы со студентами в том числе в электронной образовательной среде с использованием соответствующего программного оборудования, дистанционных форм обучения, возможностей интернетресурсов, индивидуальных консультаций и т.д.

Традиционные практические (семинарские) занятия в форме с использованием современных интерактивных технологий.

Онлайн-семинар – разновидность веб-конференции, проведение онлайн-встреч или презентаций через Интернет в режиме реального времени. Каждый из участников находится у своего компьютера (средства связи), а связь между ними поддерживается через Интернет посредством загружаемого приложения, установленного на компьютере каждого участника (Zoom, Meet, Skype и др.)

Видеоконференция – сеанс видеоконференцсвязи (ВКС) – это технология интерактивного взаимодействия двух и более участников образовательного процесса для обмена информацией в реальном режиме времени.

Видео-лекция – снятая на камеру сокращенная лекция, дополненная фотографиями и схемами, иллюстрирующая подаваемый в лекции материал.

Технология электронного обучения (реализуется при помощи электронной образовательной среды СОГУ при использовании ресурсов ЭБС, при проведении автоматизированного тестирования и т. д.).

7. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

Темы и формы внеаудиторной самостоятельной работы, ее трудоёмкость содержатся в разделе 5, табл. 5.1.

Самостоятельная работа студентов наряду с аудиторной представляет одну из форм учебного процесса и является существенной его частью. Она предназначена не только для овладения знаниями по определенным дисциплинам, но и для формирования навыков самостоятельной работы вообще, в учебной, научной и профессиональной деятельности, способности самостоятельно решать возникающие проблемы.

Самостоятельная работа выступает в формах анализа и обобщения студентом прочитанного на лекциях учебного материала, подготовки к лабораторным занятиям, проработки вопросов и тем, подготовки докладов, рефератов, устных сообщений, подготовка к участию в научно-практических конференциях, оформление мультимедийных презентаций учебных разделов и тем, подбор и изучение литературных источников и др.

Самостоятельная работа проводится студентом в свободное от лекций и лабораторных занятий время. В процессе самостоятельной работы закрепляются и совершенствуются умения и навыки студентов, более глубоко прорабатывается учебный материал, осмысливаются полученные на лекциях знания.

Самостоятельная работа является важным составным элементом будущей профессиональной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов в рамках данной дисциплины предусматривает следующие виды деятельности:

- подготовка к практическим занятиям;
- чтение специальной научной литературы – монографий, сборников статей, журнальных статей, иных публикаций, рекомендованных рабочей программой дисциплины, в том числе размещенных на Интернет-сайтах;
- составление конспектов;
- выполнение заданий;
- составление письменных отчетов по результатам практических работ и учебных исследований;

Методические рекомендации по составлению конспектов:

В конспекте указываются основные мысли, формулировки, записываются доводы, факты, примеры, доказывающие и разъясняющие эти основные мысли.

При цитировании необходимо указать страницу, чтобы не искать повторно. Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах.

План – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов:

- план-конспект – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.
- текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.
- свободный конспект – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.
- тематический конспект – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

Методические указания по написанию эссе

Эссе - самостоятельная творческая письменная работа, по форме эссе обычно представляет собой рассуждение – размышление (реже рассуждение – объяснение), поэтому в нём используются вопросно-ответная форма изложения, вопросительные предложения, ряды однородных членов, вводные слова, параллельный способ связи предложений в тексте.

Особенности эссе:

- наличие конкретной темы или вопроса;
- личностный характер восприятия проблемы и её осмысления;
- не большой объём;
- свободная композиция;
- непринуждённость повествования;
- внутреннее смысловое единство;
- афористичность, эмоциональность речи.

Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

Требования, предъявляемые к эссе:

1. Объем эссе не должен превышать 1–2 страниц
2. Эссе должно восприниматься как единое целое, идея должна быть ясной и понятной.
3. Необходимо писать коротко и ясно. Эссе не должно содержать ничего лишнего, должно включать только ту информацию, которая необходима для раскрытия позиции, идеи.
4. Эссе должно иметь грамотное композиционное построение, быть логичным, четким по структуре.
5. Каждый абзац эссе должен содержать только одну основную мысль.
6. Эссе должно показывать, что его автор знает и осмысленно использует теоретические понятия, термины, обобщения, мировоззренческие идеи.
7. Эссе должно содержать убедительную аргументацию заявленной по проблеме позиции.

Структура эссе определяется предъявляемыми к нему требованиями: мысли автора эссе по проблеме излагаются в форме кратких тезисов, мысль должна быть подкреплена доказательствами - поэтому за тезисом следуют аргументы. Тезис — это сужение, которое надо доказать. Аргументы - это факты, явления общественной жизни, события, жизненные ситуации и жизненный опыт, научные доказательства, ссылки на мнение ученых и др.

Лучше приводить два аргумента в пользу каждого тезиса: один аргумент кажется неубедительным, три аргумента могут «перегрузить» изложение, выполненное в жанре, ориентированном на краткость и образность. Таким образом, эссе приобретает кольцевую структуру (количество тезисов и аргументов зависит от темы, избранного плана, логики развития мысли): вступление тезис, аргументы тезис, аргументы тезис, аргументы заключение.

Алгоритм написания эссе:

1. Внимательно прочтите тему.
2. Определите тезис, идею, главную мысль, которую собираетесь доказывать.
3. Подберите аргументы, подтверждающие ваш тезис:
 - а) логические доказательства, доводы;
 - б) примеры, ситуации, случаи, факты из собственной жизни или из литературы;
 - с) мнения авторитетных людей, цитаты.
4. Распределите подобранные аргументы.
5. Придумайте вступление (введение) к рассуждению (опираясь на тему и основную идею текста, возможно, включив высказывания великих людей, крылатые выражения, пословицы или поговорки, отражающие данную проблему. Можно начать эссе с риторического вопроса или восклицания, соответствующих теме.).
6. Изложите свою точку зрения.
7. Сформулируйте общий вывод. Памятка при написании эссе: Прежде чем приступить к написанию эссе:
 - 1) Изучите теоретический материал;
 - 2) уясните особенности заявленной темы эссе;
 - 3) продумайте, в чем может заключаться актуальность заявленной темы;
 - 4) выделите ключевой тезис и определите свою позицию по отношению к нему;
 - 5) определите, какие теоретические понятия, научные теории, термины помогут вам раскрыть суть тезиса и собственной позиции;
 - б) составьте тезисный план, сформулируйте возникшие у вас мысли и идеи.

Рекомендации по выполнению творческого задания

Творческое задание – это такая форма организации учебной информации, где наряду с заданными условиями и неизвестными данными, содержится указание студентам для самостоятельной творческой деятельности, направленной на реализацию их личностного потенциала и получение требуемого образовательного продукта.

Творческое задание должно иметь:

- научно-исследовательский характер;
- достаточную глубину знаний, объем используемого материала;
- связь теории с практикой.

Алгоритм выполнения творческого задания (анализ примеров по заданной теме):

1. Внимательно прочитайте тему.
2. Воспользуйтесь рекомендованной литературой и списком интернет-источниками для более глубокого изучения данной темы, основных понятий, характеристик, критериев оценки примеров рекламных продуктов в рамках изучаемой темы.
3. Воспользуйтесь любым доступным для вас методом сбора примеров (интернет-источники, книги, альбомы-каталоги, рекламная продукция компаний ит.д.).
4. Проанализируйте собранные примеры. Проведите классификацию или кластеризацию собранных примеров. Сделайте вывод.
5. Результаты анализа оформите в виде электронной презентации.
6. Подготовьте выступление продолжительностью 5-7 минут.

Структура презентации:

- Титульный лист
- Основная часть
- заключение
- список использованных источников

Титульный лист включает полное название дисциплины, тему задания, Ф.И.О. и группу студента, год выполнения.

В основной части – основные определения, понятия по изучаемой теме, критерии классификации или кластеризации, примеры с указанием автора, рекламируемой компании/ бренда/товара.

В заключении формулируются основные выводы.

В конце дается перечень источников, используемых при выполнении задания.

Общее количество слайдов презентации зависит от тематики конкретного творческого задания.

Основные требования к написанию контрольной работы.

В процессе изучения, обучающийся должен написать контрольную работу.

Студенту следует ознакомиться с рекомендуемой литературой по курсу. В необходимых случаях студент самостоятельно осуществляет поиск дополнительной справочной, научно-методической и специальной литературы по теме работы.

При написании работы необходимо следовать четкому плану. Структура работы включает:

- титульный лист с указанием названия министерства, названия учебного заведения, темы, автора работы, научного руководителя, места и времени ее выполнения;
- план работы;
- введение, где указывается актуальность выбранной темы степень ее разработанности, объект, предмет, цели и задачи работы, её новизна и практическая значимость;
- основная часть контрольной работы;
- заключение, где излагаются основные выводы по данной теме;
- список литературы.

Оформление работ производится в соответствии со стандартами. -

Работа должна быть написана научным языком и технически правильно оформлена.

Работа выполняется только в отпечатанном виде.

Оптимальный объем контрольной работы –15-20 страниц (шрифт TimesNewRoman, размер шрифта 14, полуторный интервал).

Неудовлетворительная отметка за контрольную работу означает невыполнение студентом плана самостоятельной работы и предполагает недопущение студента к семестровым экзаменам.

В случае возвращения работы на доработку, он с учетом замечаний возвращается преподавателю для повторной проверки.

8. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, рубежной аттестации и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Рабочая программа предусматривает проведение практических занятий, а также самостоятельную работу студентов по подготовке устных докладов, написанию рефератов, подготовку презентаций и обсуждений по темам дисциплины – работу в активной и интерактивной формах.

Виды контроля.

Рабочая программа предполагает текущий и промежуточный контроль знаний.

Текущий контроль – это непрерывно осуществляемый мониторинг уровня усвоения знаний и формирования умений и навыков в течение семестра или учебного года. Текущий контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в ходе учебных (аудиторных) занятий, проводимых по расписанию.

Формами текущего контроля выступают *опросы на семинарских и практических занятиях, а также короткие (до 15 мин.) задания*, выполняемые студентами в начале лекции с целью проверки наличия знаний, необходимых для усвоения нового материала или в конце лекции для выяснения степени усвоения изложенного материала.

Рубежный контроль осуществляется по более или менее самостоятельным разделам – учебным модулям курса и проводится по окончании изучения материала модуля в заранее установленное время. Рубежный контроль проводится с целью определения качества усвоения материала учебного модуля в целом. В течение семестра проводится два таких контрольных мероприятия по графику.

Промежуточный контроль – итоговая оценка знаний студента, осуществляется по накопительной системе суммированием баллов, полученных в процессе текущего и рубежного контроля.

Форма промежуточного контроля – зачет.

Проведение текущего и промежуточного контроля по дисциплине осуществляется в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования — программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Северо-Осетинский государственный университет имени Коста Левановича Хетагурова» (Приказ СОГУ от 08.07.2020 № 173).

Вопросы для экзамена

1. Соотношение понятий и функций: PR и реклама, PR и пропаганда, PR и маркетинг.
2. Основные термины и понятия в сфере рекламы.

3. Роль рекламы в современном гражданском обществе и рыночной экономике. Цели и функции рекламы.

4. Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы.

5. Основные международные Кодексы профессиональных стандартов в области рекламы .

6. Задачи, функции, отделов и служб по рекламе

7. Структура типового агентства и консалтинговой фирмы в области рекламы

8. Понятие рекламной коммуникации.

9. Цели и основные составляющие рекламной коммуникации.

10. Медиапланирование как составляющая рекламной кампании.

11. Этапы медиапланирования.

12. Основные характеристики, сроки и структура медиаплана.

13. Особенности рекламы в различных СМИ, их достоинства и недостатки: реклама в прессе, реклама на телевидении, реклама на радио, реклама в интернет.

14. Сущность и понятие имиджа: в рекламе, политике, связях с общественностью.

15. Основные составляющие имиджа.

16. Определение корпоративного имиджа, корпоративной культуры, фирменного стиля.

17. Брэнд и его значение в современной рекламе.

18. Классификация брендов.

19. Концепция формирования брэнда, позиционирование брэнда.

20. Профессиональные требования к специалисту по рекламе

21. Цели и задачи рекламной деятельности

22. Средства рекламной деятельности

23. Основные коммуникационные характеристики рекламы

24. Характеристика основных этапов развития рекламы.

25. Письменная реклама древности.

26. Изобразительная и письменная реклама позднего Средневековья.

27. Формирование основных средств рекламы эпохи Нового времени.

28. Типология и классификация рекламы.

29. Особенности брэндинга как коммуникационной деятельности.

30. Стратегии имиджевой рекламы.

31. Понятие о копирайте.

32. Рекламный текст. Правила создания эффективного текста.

33. Фирменный стиль и его составляющие.

34. Специфика создания рекламного образа. Критерии оценки рекламного образа.

35. Маркетинговые исследования в рекламе

Вопросы для контрольных заданий

1. Связи с общественностью как наука и учебная дисциплина

2. Соотношение понятий и функций: PR и реклама, PR и пропаганда, PR и маркетинг.

3. Основные термины и понятия в сфере PR.

4. Роль PR в современном гражданском обществе и рыночной экономике. Цели и функции PR.

5. Правовое регулирование деятельности в сфере связей с общественностью.

6. Основные международные Кодексы профессиональных стандартов в области рекламы и PR. Римская хартия, Хельсинкская хартия, Афинский кодекс, Лиссабонский кодекс.

7. Основные организационные структуры PR: независимый консультант-эксперт, корпоративный PR-департамент, типовое агентство, консалтинговая PR-фирма, независимая международная компания, международная сеть агентств.

8. Задачи, функции, отделов и служб по PR

9. Структура типового агентства и консалтинговой фирмы в области связей с общественностью.

10. PR-службы в госструктурах.

11. Профессиональные требования к специалисту по PR.

12. Основные направления деятельности специалиста по связям с общественностью.

13. Связи с общественностью и этика.

14. Специфика взаимодействия с внешней средой в СО.

15. Основные виды PR-документов.

16. Работа со средствами массовой информации. Характеристика СМИ.

17. PR в бизнес-сфере.

18. Финансовый PR (банки, финансовые корпорации, фондовый рынок).

19. Лоббирование. Понятие цивилизованного лоббирования. Правовая база основных направлений деятельности в связях с общественностью.

БАЛЛЬНАЯ СТРУКТУРА ОЦЕНКИ

<i>Форма контроля</i>	<i>Макс. кол-во баллов</i>
Текущая оценка студента в течение 1-8 недели состоит из:	25
• Выполнения заданий на практических занятиях	10
• Выполнения домашних заданий	5
• Самостоятельных работ	10
1-я рубежная письменная контрольная работа	25
Текущая оценка студента в течение 10-15 недели состоит из:	25
• Выполнения заданий на практических занятиях	10
• Выполнения домашних заданий	5
• Самостоятельных работ	10
2-я рубежная письменная контрольная работа	25
Итого	100

Методика формирования результирующей оценки¹

В ходе текущего контроля студенты могут набрать 0-100 баллов:

1-я рубежная аттестация - максимально 50 баллов, из них:

от 0 до 25 баллов (рубежная аттестация) – тестирование в центре тестирования СОГУ или указывается используемая при изучении данной дисциплины форма (письменная работа, коллоквиум, эссе и т.д.);

от 0 до 25 баллов (текущая оценка) – активная работа за данный период на семинарских (практических) занятиях

2-я рубежная аттестация – максимально 50 баллов; из них:

от 0 до 25 баллов (рубежная аттестация) – тестирование в центре тестирования СОГУ;

¹ В соответствии с Положением о БРС оценивания обучающихся очной формы по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата и специалитета в ФГБОУ ВО «СОГУ» (Приказ от 05.03.2018 № 47).

от 0 до 25 баллов (текущая оценка) – активная работа за данный период на семинарских (практических) занятиях

Промежуточный контроль:

Для экзамена:

За устный ответ на экзамене студент получает 0-50 баллов.

Студенты, получившие в ходе текущего и рубежного контроля 56-100 баллов автоматически получают «Экзамен».

Результирующая оценка складывается по соответствующей БРС формуле.

Шкала итоговой академической успеваемости студентов по дисциплине

Система оценок СОГУ		
<i>Сумма баллов</i>	<i>Название</i>	<i>Числовой эквивалент</i>
86-100	отлично	5
71-85	хорошо	4
56-70	удовлетворительно	3

Аналогично для зачета.

Оценивание ответа студента на зачете

<i>Характеристика ответа</i>	<i>баллы</i>
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента.	46-50
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.	41-45
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен в терминах науки. Однако допущены незначительные ошибки или недочеты, исправленные студентом с помощью «наводящих» вопросов преподавателя.	36-40
Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос, но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Могут быть допущены 1–2 ошибки в определении основных понятий, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.	31-35

<p>Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции.</p>	26-30
<p>Дан неполный ответ, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения. Допущены грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий, теорий, явлений, вследствие непонимания студентом их существенных и несущественных признаков и связей. В ответе отсутствуют выводы. Умение раскрыть конкретные проявления обобщенных знаний не показано. Речевое оформление требует поправок, коррекции.</p>	21-25
<p>Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.</p>	1-20
<p>Не получены ответы по базовым вопросам дисциплины.</p>	0

Примерные тестовые задания

1. Работа по написанию текстов выступлений для высшего звена управления, это:

- 1) имиджмейкинг;
- 2) спичрайтинг;
- 3) рекламистика;
- 4) спиндокторинг.

2. «Эра манипулирования» как основной этап в становлении связей с общественностью, это:

- 1) начало XIX в.;
- 2) начало XX в.;
- 3) конец XX в.;
- 4) начало XXI в.

3. Автором книги «Кристаллизация общественного мнения» является:

- 1) Ричард Смит;
- 2) Эндрю Джексон;
- 3) Амос Кендалл;
- 4) Эдвард Бернейз.

4. Метод «утечка информации» впервые придумал и применил:

- 1) Айви Ли;
- 2) Эдвард Бернейз;
- 3) Эндрю Джексон;
- 4) Амос Кендалл.

5. Работу со СМИ, направленную на обеспечение публичности организации, понимают как:

- 1) спинрайтинг;
 - 2) спиндокторинг;
 - 3) паблисити;
 - 4) имиджмейкинг.
6. Сэм Блэк определил связи с общественностью как:
- 1) пресс-посредничество;
 - 2) репутационный менеджмент;
 - 3) искусство и науку достижения гармонии посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности;
 - 4) работу по формированию публичного капитала базисного PR-субъекта.
7. Основным принципом связей с общественностью считается:
- 1) принцип открытого информирования;
 - 2) принцип социальной ориентации;
 - 3) принцип обратной связи;
 - 4) принцип коллегиальности.
8. Систематическая числовая обработка, оценка и интерпретация форм и содержания информационного источника как эмпирический метод в связях с общественностью:
- 1) бихевиористский метод;
 - 2) метод «фокус-группы»;
 - 3) контент - анализ;
 - 4) кросс-темпоральный метод.
9. К внешней функции в связях с общественностью следует относить:
- 1) внутри корпоративные связи с общественностью;
 - 2) создание и продвижение корпоративных СМИ;
 - 3) разработку фирменного стиля;
 - 4) установление и поддержание отношений со СМИ.
10. Десять характеристик, определяющих уровень корпоративной культуры впервые ввел в научный оборот:
- 1) Э. Бернейз;
 - 2) С. Роббинс;
 - 3) Т. Джефферсон;
 - 4) А. Ли.
11. Требования по общей фундаментальной подготовленности специалиста в области связей с общественностью определяет:
- 1) приказ руководителя учреждения;
 - 2) должностная инструкция специалиста;
 - 3) государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования;
 - 4) директива отраслевого министерства.

**Показатели и критерии оценивания компетенций
на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

Уровень сформированности компетенций

<p>«Минимальный уровень не достигнут» (менее 55 баллов) Компетенции не сформированы. Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы.</p>	<p>«Минимальный уровень»(56-70 баллов) Компетенции сформированы. Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.</p>	<p>«Средний уровень»(71-85 баллов) Компетенции сформированы. Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер, применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка.</p>	<p>«Высокий уровень»(86-100 баллов) Компетенции сформированы. Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка</p>
Описание критериев оценивания			
<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - существенные пробелы в знаниях учебного материала; - допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы билета, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий; - непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках заданий билета; - отсутствие умения выполнять практические задания, предусмотренные программой дисциплины; - отсутствие готовности (способности) к дискуссии и низкую степень контактности. 	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знания теоретического материала; - неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых вопросов; - неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы; - недостаточное владение литературой, рекомендованной программой дисциплины; - умение без грубых ошибок решать практические задания, которые следует выполнить. 	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знание и понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала; - твердые знания теоретического материала. - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы и тенденции развития; - правильные и конкретные, без грубых ошибок, ответы на поставленные вопросы; - умение решать практические задания, которые следует выполнить; - владение основной литературой, рекомендованной 	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - глубокие, всесторонние и аргументированные знания программного материала; - полное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий в рамках обсуждаемых заданий; - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории; - логически последовательные, содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания билета, а также дополнительные вопросы экзаменатора; - умение решать

		программой дисциплины; - наличие собственной обоснованной позиции по обсуждаемым вопросам. Возможны незначительные оговорки и неточности в раскрытии отдельных положений вопросов билета, присутствует неуверенность в ответах на	практические задания; - свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы.
Оценка «неудовлетворительно» / «не зачтено»	Оценка «удовлетворительно» / «зачтено»	Оценка «хорошо» / «зачтено»	Оценка «отлично» / «зачтено»

Система выставления оценок по итогам текущего контроля и промежуточной аттестации

Оценка успеваемости с применением балльно-рейтинговой системы заключается в накоплении обучающимися баллов за активное, своевременное и качественное участие в определенных видах учебной деятельности и выполнение учебных заданий в ходе освоения дисциплины.

Баллы выставляются за все виды учебной деятельности обучающихся в рамках контактной и самостоятельной работы. Также возможно выставление «премиальных» баллов за дополнительные виды деятельности.

Положительная оценка по дисциплине должна быть выставлена по результатам текущего контроля без дополнительных испытаний в ходе промежуточной аттестации студенту, набравшему более 56 баллов.

Студент, набравший менее 56 баллов, для получения положительной оценки должен пройти дополнительные испытания в ходе промежуточной аттестации. Баллы, набранные в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации, суммируются.

Студент, набравший в ходе текущего контроля более 56 баллов, но желающий повысить свой рейтинговый показатель, проходит дополнительные испытания в ходе промежуточной аттестации.

Итоговая оценка по дисциплине выставляется на основе накопленных баллов в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации в соответствии с таблицей:

Система оценивания результатов обучения по дисциплине

<i>Шкала по БРС</i>	<i>Отметка о зачете</i>
86-100	зачтено
71-85	
56-70	

0-55	не зачтено
------	------------

В случае прохождения студентом промежуточной аттестации баллы за прохождение испытания выставляется в соответствии со шкалой, представленной в таблице:

Критерии выставления баллов в ходе промежуточной аттестации

<i>Шкала по БРС</i>	<i>Критерии оценивания</i>
35-50	Ответы на вопросы логичные, обнаруживается глубокое знание профессиональных терминов, понятий, категорий, концепций и теорий; очевидны содержательные межпредметные связи; представлена развернутая аргументация выдвигаемых положений, приводятся убедительные примеры; обнаруживается аналитический подход в освещении различных концепций; делаются содержательные выводы, демонстрируется знание специальной литературы в рамках учебного курса и дополнительных источников информации.
20-35	Ответы на вопросы изложены в соответствии с планом; в ответе представлены различные подходы к проблеме, но их обоснование недостаточно полное; не всегда очевидны межпредметные связи; аргументация выдвигаемых положений и приводимых примеров не всегда убедительна; наблюдается некоторая непоследовательность анализа материала; выводы правильные, речь грамотная, используется профессиональная лексика; демонстрируется знание основной литературы в рамках учебного курса.
15-20	Ответы недостаточно логически выстроены, план ответов соблюдается непоследовательно; раскрытие профессиональных понятий недостаточно развернутое; выдвигаемые положения декларируются, но не в полной мере аргументируются; ответы носят преимущественно теоретический характер, примеры отсутствуют.
0-15	В ответах недостаточно раскрыты профессиональные понятия, категории, концепции, теории; наблюдается стремление подменить научное обоснование проблем рассуждениями обыденно-повседневного бытового характера; присутствует ряд серьезных неточностей; выводы поверхностные или отсутствуют.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) основная литература:

1. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для вузов / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 231 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06317-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450795>
2. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник для бакалавров / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 383 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-

9916-2851-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/448047>

б) дополнительная литература:

3. Киселёв, А.Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть / А.Г. Киселёв. – Москва : Юнити, 2015. – 431 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436719>
4. Красильникова, В.А. Использование информационных и коммуникационных технологий в образовании : учебное пособие / В.А. Красильникова. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 292 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=209293>
5. Каптюхин, Р.В. Теория и правовое регулирование рекламной деятельности : учебное пособие / Р.В. Каптюхин, А.А. Романов. – Москва : Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2005. – 386 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90433>

в) программное обеспечение и интернет-ресурсы:

1. Windows 10 Enterprise – договор N 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г.
2. Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Total Security - договор №17Е0-180222-130819-587-185 от 26.02. 2018 от 26.02. 2018 26.02. от 26.02. 2018 2018 от 26.02. 2018 до от 26.02. 2018 14.03.2019
1. ЭБС «Университетская библиотека ONLINE»
Договор №171-12,2019 от 10.02.2020 г. срок действия с 10.02.2020 г. по 31.12.2020 г.
2. Электронная библиотека диссертаций и авторефератов РГБ.
Договор №095/04/0130 от 01.07.2019 г. срок действия с 05.08.2019 г. по 05.11.19 г. В связи с пандемией доступ продлен до 1.12.2020г.
3. ЭБС «Научная электронная библиотека eLibrary.ru». Лицензионное соглашение № 5051 от 02.09.2009 г. (бессрочное)
4. ЭБС «Консультант студента» .
Договор №208СЛ/01-2020 срок действия с 26.01.2020 г. по 26.02.2021 г.
5. База данных «ЭБС eLibrary». Договор № SU-20-12/2016-1 от 28.12.2016 г. Лицензионное соглашение № 4758 срок действия с 29.12.2016 г. по 28.12.2026 г.
6. ЭБС «Юрайт» — образовательная среда, включающая виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов из ведущих вузов России по всем направлениям и специальностям .
Договор №32008816384 срок действия с 01.03.2020 г. по 28.02 2021 г.

г) методические указания, разработанные составителем Рабочей программы.

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Проведение лекционных и семинарских занятий по дисциплине осуществляется в ауд. №108 и 208 УК №2 СОГУ, в котором находятся:

стол преподавательский, стул преподавательский, парты аудиторные, компьютерные столы, компьютеры, аудиосистема, микрофон, сетевое подключение, доска

программное обеспечение: 1. Windows 10 Enterprise – договор No 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г.

2. Система тестирования Sunrav WEB Class – договор No468 от 03.12.2013 ИП Сунгатулин Р.Т. (бессрочно)

3. Антивирусное программное обеспечение Kasperksy Total Security - договор No17E0-180222-130819-587-185 от 26.02. 2018 до 14.03.2019.

4. Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний» Разработка СОГУ
Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ - договор N 2015611829 от 06.02.2015(бессрочно).