



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФГБОУ ВО «ИГУ»

Кафедра рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ

декан факультета бизнес-коммуникаций и
информатики

М.Г. Синчурина

«18» марта 2026 г

Рабочая программа дисциплины (модуля)

| | |
|--|---|
| Наименование дисциплины (модуля) | Б1.О.33 Технологии рекламной и пиар-деятельности <i>(индекс дисциплины по учебному плану, наименование дисциплины (модуля))</i> |
| Направление подготовки: | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью <i>(код, наименование направления подготовки)</i> |
| Направленность (профиль) подготовки: | Реклама и связи с общественностью |
| Квалификация выпускника: бакалавр | |
| Форма обучения: очная <i>(очная, заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий)*, очно-заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий)*)</i> | |

Согласовано с УМК факультета бизнес-коммуникаций и информатики:

Рекомендовано кафедрой рекламы и связей с общественностью:

Протокол № 7 от «18» марта 2026 г.

Протокол № 7 от «11» марта 2026 г.

Председатель

М.Г. Синчурина

зав. кафедры

. Рабинович

СОДЕРЖАНИЕ

| | <i>стр.</i> |
|---|-------------|
| I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) | 3 |
| II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО | 3 |
| III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ | 3 |
| IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ | 4 |
| 4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и СРС, отведенного на них количества академических часов | 4 |
| 4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине | 5 |
| 4.3 Содержание учебного материала | 6 |
| 4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ | 6 |
| 4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов | 6 |
| 4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов | 7 |
| 4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов) | 10 |
| V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) | 10 |
| а) основная литература | 11 |
| б) дополнительная литература | 11 |
| в) периодическая литература | 11 |
| г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы | 11 |
| VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ | 12 |
| 6.1. Учебно-лабораторное оборудование | 12 |
| 6.2. Программное обеспечение | 14 |
| 6.3. Технические и электронные средства | 14 |
| VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ | 14 |
| VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ | 15 |
| 8.1. Оценочные средства текущего контроля | 15 |
| 8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации | 17 |

I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цели: Формирование у студентов системных знаний, практических умений и навыков в области планирования, разработки, производства и оценки эффективности современных рекламных и PR-коммуникаций, обеспечивающих подготовку конкурентоспособных специалистов, способных решать комплексные задачи в сфере маркетинговых коммуникаций.

Задачи:

— сформировать целостное представление о системе интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК) и месте рекламы и связей с общественностью в её структуре;

— изучить современные теории, модели и типологии коммуникаций, применяемые в рекламе и PR;

— сформировать навыки анализа коммуникационной среды, целевых аудиторий, конкурентного поля и медиа-ландшафта для постановки коммуникационных задач;

— сформировать умения по выбору и эффективному использованию медиа-каналов и инструментов (включая digital-инструменты: SMM, контекстная реклама, работа с блогерами).

II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

2.1. Учебная дисциплина (модуль) «Технологии рекламной и пиар-деятельности» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений «Блок 1. Дисциплины (модули)».

Дисциплина предназначена для закрепления знаний и умений в сфере рекламы и связей с общественностью и отработки практических навыков в области рекламы и связей с общественностью в коммерческой сфере.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

— Основы дизайна;

— История коммуникаций;

— Основы теории коммуникации;

— Основы интегрированных коммуникаций.

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

— Курсовая работа по профилю;

— Основы интегрированных коммуникаций;

— Теория и практика массовой информации;

— Маркетинг;

— Профессиональный практикум;

— Технологии продаж.

III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций (элементов следующих компетенций) в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данному направлению подготовки:

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

| Компетенция | Индикаторы компетенций | Результаты обучения |
|-------------|------------------------|---|
| 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 |

IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа, в том числе 8 часов на контроль.

Из них реализуется с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий 24 часа контактной работы и 32 часа самостоятельной работы.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и СРС, отведенного на них количества академических часов

| п/п | Раздел дисциплины/темы | Семестр | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах) | | | | Самостоятельная работа | Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам) |
|---------------------------|---|---------|--|--|----------|--------------|------------------------|---|
| | | | Контактная работа преподавателя с обучающимися | | | Консультации | | |
| | | | Лекции (из них электронные часы) | Семинарские (практические) занятия (из них электронные часы) | | | | |
| 1 | Основы интегрированных маркетинговых коммуникаций | 2 | 4 (4) | 4 (2) | 0 | 6 | | |
| 2 | Инструменты стратегического маркетинга | 2 | 4 (4) | 4 (2) | 0 | 6 | | |
| 3 | Анализ и определение целевой аудитории | 2 | 2 (2) | 2 (2) | 0 | 8 | | |
| 4 | Инструменты диджитал-маркетинга | 2 | 6 (6) | 6 (2) | 0 | 12 | | |
| Итого за 2 семестр | | | 16 (16) | 16 (8) | 0 | 32 | Зач (8) | |
| Итого часов | | | 16 (16) | 16 (8) | 0 | 32 | | |

4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

| Се- мест р | Название раздела, темы | Самостоятельная работа обучающихся | | | Оце- ночное сред- ство | Учебно- методи- ческое обеспе- чение само- стоя- тельной работы |
|------------------|---|---|--------------------------|--|---------------------------------|--|
| | | Вид самостоятельной работы | Сроки выпол- нения | Заг- раты вре- мени , час. (из них с при- мене- - нием ДОТ) | | |
| 2 | Основы интегрированных маркетинговых коммуникаций | <p>Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций, составление плана и тезисов ответа</p> <p>Для формирования умений: подготовка проекта или творческой работы</p> <p>Подготовка к зачету</p> | 6 недель | 6 (6) | Тест, Гл | bki.forlabs.ru |
| 2 | Инструменты стратегического маркетинга | <p>Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, конспектирование текста</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций, подготовка доклада</p> <p>Для формирования умений: подготовка проекта или творческой работы</p> <p>Подготовка к зачету</p> | 6 недель | 6 (6) | Тест, КЛ | bki.forlabs.ru |
| 2 | Анализ и определение целевой аудитории | <p>Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций, ответы на контрольные вопросы, подготовка доклада</p> <p>Для формирования умений: подготовка портфолио</p> <p>Подготовка к зачету</p> | 6 недель | 8 (8) | Тест, КЛ | bki.forlabs.ru |

| | | | | | | |
|--|---------------------------------|---|----------|-----------|--------------|----------------|
| 2 | Инструменты диджитал-маркетинга | <p>Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, конспектирование текста</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций, составление плана и тезисов ответа</p> <p>Для формирования умений: подготовка проекта или творческой работы</p> <p>Подготовка к зачету</p> | 6 недель | 12 (12) | Тест, Проект | bki.forlabs.ru |
| Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час) | | | | 32 | | |
| Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час) | | | | 32 | | |
| Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час) | | | | 32 | | |

4.3 Содержание учебного материала

| | |
|--|---|
| Трудоемкость дисциплины (з.е.) | 2 |
| Наименование основных разделов (модулей) | <p>Основы интегрированных маркетинговых коммуникаций</p> <p>Инструменты стратегического маркетинга</p> <p>Анализ и определение целевой аудитории</p> <p>Инструменты диджитал-маркетинга</p> |
| Формы текущего контроля | Тест, практическое задание, глоссарий по предмету, конспект лекций, проект |
| Форма промежуточной аттестации | Зачет |

4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

| № п/п | № раздела и темы дисциплины (модуля) | Наименование семинаров, практических и лабораторных работ | Трудоемкость, час. (из них электронные часы) | Оценочные средства | Формируемые компетенции |
|-------|--------------------------------------|---|--|--------------------|-------------------------|
| 1 | 1 | Отличие рекламных и пиар-коммуникаций. Модели маркетинга | 4 (2) | Тест, Пз | ОПК-5 |
| 2 | 2 | Ценностное предложение и УТП | 4 (2) | Тест, Пз | ОПК-5 |
| 3 | 3 | Определение ЦА | 2 (2) | Тест, Пз | ОПК-5 |
| 4 | 4 | Основные инструменты цифрового маркетинга | 6 (2) | Тест, Пз | ОПК-5 |

4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов

| № п/п | Тема | Задание | Формируемая компетенция | ИДК |
|-------|---|--|-------------------------|-------|
| 1 | Основы интегрированных маркетинговых коммуникаций | Основы рекламной и пиар-деятельности | ОПК-5 | ОПК-5 |
| 2 | Инструменты стратегического маркетинга | Ценностно предложение | ОПК-5 | ОПК-5 |
| 3 | Анализ и определение целевой аудитории | Целевая аудитория и способы ее сегментирования | ОПК-5 | ОПК-5 |
| 4 | Инструменты диджитал-маркетинга | Контент-стратегия | ОПК-5 | ОПК-5 |

4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов всех форм и видов обучения является одним из обязательных видов образовательной деятельности, обеспечивающей реализацию требований Федеральных государственных стандартов высшего профессионального образования. Согласно требованиям нормативных документов самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов. Самостоятельная работа студентов представляет собой совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ. Самостоятельная работа в рамках образовательного процесса в вузе решает следующие задачи:

- закрепление и расширение знаний, умений, полученных студентами во время аудиторных и внеаудиторных занятий, превращение их в стереотипы умственной и физической деятельности;
- приобретение дополнительных знаний и навыков по дисциплинам учебного плана;
- формирование и развитие знаний и навыков, связанных с научно-исследовательской деятельностью;
- развитие ориентации и установки на качественное освоение образовательной программы;
- развитие навыков самоорганизации;
- формирование самостоятельности мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- выработка навыков эффективной самостоятельной профессиональной теоретической, практической и учебно-исследовательской деятельности.

Подготовка к лекции. Качество освоения содержания конкретной дисциплины прямо зависит от того, насколько студент сам, без внешнего принуждения формирует у себя установку на получение на лекциях новых знаний, дополняющих уже имеющиеся по данной дисциплине. Время на подготовку студентов к двухчасовой лекции по нормативам

составляет не менее 0,2 часа.

Подготовка к практическому занятию. Подготовка к практическому занятию включает следующие элементы самостоятельной деятельности: четкое представление цели и задач его проведения; выделение навыков умственной, аналитической, научной деятельности, которые станут результатом предстоящей работы. Выработка навыков осуществляется с помощью получения новой информации об изучаемых процессах и с помощью знания о том, в какой степени в данное время студент владеет методами исследовательской деятельности, которыми он станет пользоваться на практическом занятии. Подготовка к практическому занятию нередко требует подбора материала, данных и специальных источников, с которыми предстоит учебная работа. Студенты должны дома подготовить к занятию 3–4 примера формулировки темы исследования, представленного в монографиях, научных статьях, отчетах. Затем они самостоятельно осуществляют поиск соответствующих источников, определяют актуальность конкретного исследования процессов и явлений, выделяют основные способы доказательства авторами научных работ ценности того, чем они занимаются. В ходе самого практического занятия студенты сначала представляют найденные ими варианты формулировки актуальности исследования, обсуждают их и обосновывают свое мнение о наилучшем варианте. Время на подготовку к практическому занятию по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

Подготовка к контрольной работе. Контрольная работа назначается после изучения определенного раздела (разделов) дисциплины и представляет собой совокупность развернутых письменных ответов студентов на вопросы, которые они заранее получают от преподавателя. Самостоятельная подготовка к контрольной работе включает в себя: — изучение конспектов лекций, раскрывающих материал, знание которого проверяется контрольной работой; повторение учебного материала, полученного при подготовке к семинарским, практическим занятиям и во время их проведения; изучение дополнительной литературы, в которой конкретизируется содержание проверяемых знаний; составление в мысленной форме ответов на поставленные в контрольной работе вопросы; формирование психологической установки на успешное выполнение всех заданий. Время на подготовку к контрольной работе по нормативам составляет 2 часа.

Подготовка к экзамену. Самостоятельная подготовка к экзамену схожа с подготовкой к зачету, особенно если он дифференцированный. Но объем учебного материала, который нужно восстановить в памяти к экзамену, вновь осмыслить и понять, значительно больше, поэтому требуется больше времени и умственных усилий. Важно сформировать целостное представление о содержании ответа на каждый вопрос, что предполагает знание разных научных трактовок сущности того или иного явления, процесса, умение раскрывать факторы, определяющие их противоречивость, знание имен ученых, изучавших обсуждаемую проблему. Необходимо также привести информацию о материалах эмпирических исследований, что указывает на всестороннюю подготовку студента к экзамену. Время на подготовку к экзамену по нормативам составляет 36 часов для бакалавров.

Формы внеаудиторной самостоятельной работы

Составление глоссария Цель самостоятельной работы: повысить уровень информационный культуры; приобрести новые знания; отработать необходимые навыки в предметной области учебного курса. Глоссарий — словарь специализированных терминов и их определений. Статья глоссария — определение термина. Содержание задания: сбор и систематизация понятий или терминов, объединенных общей специфической тематикой, по одному либо нескольким источникам. Выполнение задания: 1) внимательно прочитать

работу; 2) определить наиболее часто встречающиеся термины; 3) составить список терминов, объединенных общей тематикой; 4) расположить термины в алфавитном порядке; 5) составить статьи глоссария: — дать точную формулировку термина в именительном падеже; — объемно раскрыть смысл данного термина

Планируемые результаты самостоятельной работы: способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Разработка проекта (индивидуального, группового) Цель самостоятельной работы: развитие способности прогнозировать, проектировать, моделировать. Проект — «ограниченное во времени целенаправленное изменение отдельной системы с установленными требованиями к качеству результатов, возможными рамками расхода средств и ресурсов и специфической организацией». Выполнение задания: 1) диагностика ситуации (проблематизация, целеполагание, конкретизация цели, форматирование проекта); 2) проектирование (уточнение цели, функций, задач и плана работы; теоретическое моделирование методов и средств решения задач; детальная проработка этапов решения конкретных задач; пошаговое выполнение запланированных проектных действий; систематизация и обобщение полученных результатов, конструирование предполагаемого результата, пошаговое выполнение проектных действий); 3) рефлексия (выяснение соответствия полученного результата замыслу; определение качества полученного продукта; перспективы его развития и использования). Предполагаемые результаты самостоятельной работы: готовность студентов использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач; готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — способность прогнозировать, проектировать, моделировать.

Информационный поиск Цель самостоятельной работы: развитие способности к проектированию и преобразованию учебных действий на основе различных видов информационного поиска. Информационный поиск — поиск неструктурированной документальной информации. Список современных задач информационного поиска: решение вопросов моделирования; классификация документов; фильтрация, классификация документов; проектирование архитектур поисковых систем и пользовательских интерфейсов; извлечение информации (аннотирование и реферирование документов); выбор информационно-поискового языка запроса в поисковых системах. Содержание задания по видам поиска: поиск библиографический — поиск необходимых сведений об источнике и установление его наличия в системе других источников. Ведется путем разыскания библиографической информации и библиографических пособий (информационных изданий); поиск самих информационных источников (документов и изданий), в которых есть или может содержаться нужная информация; — поиск фактических сведений, содержащихся в литературе, книге (например, об исторических фактах и событиях, о биографических данных из жизни и деятельности писателя, ученого и т. п.). Выполнение задания:

- 1) определение области знаний;
- 2) выбор типа и источников данных;
- 3) сбор материалов, необходимых для наполнения информационной модели;
- 4) отбор наиболее полезной информации;
- 5) выбор метода обработки информации (классификация, кластеризация, регрессионный анализ и т.д.);
- 6) выбор алгоритма поиска закономерностей;

7) поиск закономерностей, формальных правил и структурных связей в собранной информации;

8) творческая интерпретация полученных результатов.

Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; готовность использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач.

Разработка мультимедийной презентации Цели самостоятельной работы (варианты): — освоение (закрепление, обобщение, систематизация) учебного материала; — обеспечение контроля качества знаний; — формирование специальных компетенций, обеспечивающих возможность работы с информационными технологиями; — становление общекультурных компетенций. Мультимедийная презентация — представление содержания учебного материала, учебной задачи с использованием мультимедийных технологий.

Выполнение задания:

1. Этап проектирования: — определение целей использования презентации; — сбор необходимого материала (тексты, рисунки, схемы и др.); — формирование структуры и логики подачи материала; — создание папки, в которую помещен собранный материал.

2. Этап конструирования: — выбор программы MS PowerPoint в меню компьютера; — определение дизайна слайдов; — наполнение слайдов собранной текстовой и наглядной информацией; — включение эффектов анимации и музыкального сопровождения (при необходимости); — установка режима показа слайдов (титульный слайд, включающий наименование кафедры, где выполнена работа, название презентации, город и год; содержательный — список слайдов презентации, сгруппированных по темам сообщения; заключительный слайд содержит выводы, пожелания, список литературы и пр.).

3. Этап моделирования — проверка и коррекция подготовленного материала, определение продолжительности его демонстрации.

Планируемые результаты самостоятельной работы: — повышение информационной культуры студентов и обеспечение их готовности к интеграции в современное информационное пространство; — способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; — способность к критическому восприятию, обобщению, анализу профессиональной информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; — способность применять современные методики и технологии организации и реализации образовательного процесса на различных образовательных ступенях в различных образовательных учреждениях; — готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач.

В ФБГОУ ВО «ИГУ» организация самостоятельной работы студентов регламентируется Положением о самостоятельной работе студентов, принятым Ученым советом ИГУ 22 июня 2012 г.

4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)

По данной дисциплине выполнение курсовых проектов (работ) не предусматривается.

V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература

1. Чумиков, А. Н. Медиарилейшнз [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. - Электрон. текстовые дан. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 184 с. - ЭБС "Айбукс". - неогранич. доступ. - ISBN 978-5-7567-0715-1 : Б. ц.

2. Музыкант, Валерий Леонидович. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг [Электронный ресурс] : Учебник и практикум / В. Л. Музыкант. - Электрон. текстовые дан. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 342 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ЭБС "Юрайт". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-534-01771-7 : 3000.00 р. - ISBN 978-5-534-01772-4 : 3000.00 р.

3. Музыкант, Валерий Леонидович. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. Smm, рынок m&a [Электронный ресурс] : Учебник и практикум / В. Л. Музыкант. - Электрон. текстовые дан. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 384 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ЭБС "Юрайт". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-534-01772-4 : 3000.00 р. - ISBN 978-5-534-01796-0 : 3000.00 р.

4. Душкина, Майя Рашидовна. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге [Электронный ресурс] : Учебник для вузов / М. Р. Душкина. - Электрон. текстовые дан. - Москва : Юрайт, 2021. - 462 с. - (Высшее образование). - ЭБС "Юрайт". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-534-12811-6 : 1179.00 р.

б) дополнительная литература

1. Крайнов, Григорий Никандрович. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и PR [Текст] : учеб. пособие / Г. Н. Крайнов. - 2-е изд., стер. - СПб. : Лань, 2021. - 369 с. : табл. ; 22 см. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 363-367. - ISBN 978-5-8114-7255-0 : 1625.80 р.

2. Федотова, Лариса Николаевна. Реклама: теория и практика [Электронный ресурс] : Учебник для вузов / Л. Н. Федотова. - Электрон. текстовые дан. - Москва : Юрайт, 2021. - 391 с. - (Высшее образование). - ЭБС "Юрайт". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-9916-8299-2 : 1009.00 р.

3. Котлер, Филип. Основы маркетинга [Текст] : крат. курс / Ф. Котлер. - М. : Вильямс, 2017. - 488 с. : схемы ; 24 см. - Предм. указ.: с. 485-488. - Пер. изд. : Marketing essentials / Philip Kotler. - ISBN 978-5-8459-2013-3 : 800.00 р.

4. Емельянов, Станислав Михайлович. Теория и практика связей с общественностью [Электронный ресурс] : Учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. - 2-е изд., испр. и доп. - Электрон. текстовые дан. - Москва : Юрайт, 2021. - 197 с. - (Высшее образование). - ЭБС "Юрайт". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-534-08991-2 : 569.00 р.

в) периодическая литература

1. Реклама. Теория и практика [Электронный ресурс] : журнал

г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Нет.

В соответствии с п. 4.3.4. ФГОС ВО, обучающимся в течение всего периода обучения обеспечен неограниченный доступ (удаленный доступ) к электронно-библиотечным системам:

— Открытая электронная база ресурсов и исследований «Университетская информационная система РОССИЯ» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru> бессрочный

— Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://нэб.рф>. бессрочный

— Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU» [Электронный ресурс] : сайт. - Контракт № 148 от 23.12.2020 г. Акт от 24.12.2020 г. Срок действия по 31.12.2022 г. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>

— ЭБС «Издательство Лань». Контракт № 04-Е-0346 от 12.11.2021 г. № 976 от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022 г. – Режим доступа: <https://www.e.lanbook.com>

— ЭБС ЭЧЗ «Библиотех». Государственный контракт № 019 от 22.02.2011 г. ООО «Библиотех». Лицензионное соглашение к Государственному контракту № 019 от 22.02.2011. Срок действия: бессрочный. – Режим доступа: <https://isu.bibliotech.ru/>

— ЭБС «Рукопт» ЦКБ «Бибком». № 04-Е-0343 от 12.11.2021 г. Акт № бК-5195 от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022г. – Режим доступа: <http://rucont.ru>

— ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru» ООО «Айбукс». Контракт № 04-Е-0344 от 12.11.2021 г.; Акт от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022 г. – Режим доступа: <http://ibooks.ru>

— Электронно-библиотечная система «ЭБС Юрайт». ООО «Электронное издательство Юрайт». Контракт № 04-Е-0258 от 20.09.2021г. Контракт № 04-Е-0258 от 20.09.2021 г. Срок действия по 17.10. 2022 г. – Режим доступа: <https://urait.ru>

— УБД ИВИС. Контракт № 04-Е-0347 от 12.11.2021 г. Акт от 15.11.2021 г. Срок действия с 01.01.2022 по 31.12.2022 г. – Режим доступа: <http://dlib.eastview.com>

— Электронная библиотека ИД Гребенников. Контракт № 04-Е-0348 от 12.11.2021г.; Акт № 348 от 15.11.2021 г. Срок действия с 01.01.2022 по 31.12.2022 – Режим доступа: <http://grebennikon.ru>

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Учебно-лабораторное оборудование

| Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа |
|---|---|--|
|---|---|--|

| | | |
|--|---|--|
| <p>Специальные помещения: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля, промежуточной аттестации.</p> | <p>Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории:</p> <p>Ноутбук(AserAspirev3-5516 (AMDA10-4600M 2300 МГц)) (1 штука) с неограниченным доступом к сети Интернет; Проектор Vivitek, экран ScreenVtdiaEcot- 3200*200MW 1:1, колонки, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины «Архитектурный подход к развитию предприятий и информационных систем».</p> <p>Учебная лаборатория: компьютеры для проведения практических работ (Системный блок AMDAthlon-64 X3 445 3100 МГц), Монитор LG F1742S (2 штуки), Монитор ViewSonic VA703b(24 штуки) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации; проектор Sony XGA VPLSX535, экран ScreenVtdiaEcot- 3200*200MW 1:1</p> | <p>ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014</p> <p>Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcdmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий)</p> <p>Kaspersky Endpoint Security длябизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221-054045-730-177</p> <p>BusinessStudio Лицензия № 7464 (бессрочно)</p> |
|--|---|--|

| | | |
|---|--|---|
| <p>Специальные помещения: компьютерный класс (учебная аудитория) для групповых и индивидуальных консультаций, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), организации самостоятельной работы, в том числе, научно-исследовательской</p> | <p>Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения: компьютеры (системный блок AMD Athlon 64 X2 DualCore 3600+ 1900 МГц (15 штук), Монитор LGFlatron L1742SE (14 штук), Монитор ViewSonic VG720) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.</p> | <p>ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014</p> <p>Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcadmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий</p> <p>Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221-054045-730-177</p> |
|---|--|---|

6.2. Программное обеспечение

| № | Наименование Программног о продукта | Кол-во | Обоснование для пользования ПО | Дата выдачи лицензии | Срок действия права пользования |
|---|--|-------------------------|--|-------------------------|---------------------------------|
| 1 | Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level | 25 | Номер Лицензии Microsoft 46211164 Гос.контракт № 03-162-09 от 01.12.2009 | 01.12.2019 | Условия правообладателя |
| 2 | OpenOffice 4.1.3 | Условия правообладателя | Условия использования по ссылке: https://www.openoffice.org/licenses/PDL.html | Условия правообладателя | Условия правообладателя |

6.3. Технические и электронные средства

Методической системой преподавания предусмотрено использование технических и электронных средств обучения и контроля знаний студентов: мультимедийные презентации, фрагменты фильмов.

VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При реализации программы данной дисциплины используются различные образовательные технологии, в том числе электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

| | |
|---------------------------|---|
| Проблемное обучение | Создание в учебной деятельности проблемных ситуаций и организация активной самостоятельной деятельности учащихся по их разрешению, в результате чего происходит творческое овладение знаниями, умениями, навыками, развиваются мыслительные способности |
| Проектные методы обучения | Работа по данной методике дает возможность развивать индивидуальные творческие способности учащихся, более осознанно подходить к профессиональному и социальному самоопределению |

| | |
|--------------------------------------|---|
| Лекционно-семинарскозачетная система | Данная система дает возможность сконцентрировать материал в блоки и преподносить его как единое целое, а контроль проводить по предварительной подготовке обучающихся |
|--------------------------------------|---|

Наименование тем занятий с использованием активных форм обучения:

| № | Тема занятия | Вид занятия | Форма / Методы интерактивного обучения | Кол-во часов (из них электронные часы) |
|---|--------------|-------------|--|--|
| 1 | | | | |
| 2 | | | | |
| 3 | | | | |
| 4 | | | | |
| 5 | | | | |
| 6 | | | | |

VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1. Оценочные средства текущего контроля

| № п/п | Вид контроля | Контролируемые темы (разделы) | Компетенции, компоненты которых контролируются |
|-------|-----------------------|--|--|
| 1 | Тест | Основы интегрированных маркетинговых коммуникаций. Инструменты стратегического маркетинга. Анализ и определение целевой аудитории. Инструменты диджитал-маркетинга. | ОПК-5 |
| 2 | Практическое задание | Основы интегрированных маркетинговых коммуникаций. Инструменты стратегического маркетинга. Анализ и определение целевой аудитории. Инструменты диджитал-маркетинга. | ОПК-5 |
| 3 | Глоссарий по предмету | Основы интегрированных маркетинговых коммуникаций. | ОПК-5 |
| 4 | Конспект лекций | Инструменты стратегического маркетинга. Анализ и определение целевой аудитории. | ОПК-5 |
| 5 | Проект | Инструменты диджитал-маркетинга. | ОПК-5 |

Примеры оценочных средств для текущего контроля

Демонстрационный вариант теста

1. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Недобросовестная реклама - это

а. Реклама, которая оказывает не осознаваемое потребителем воздействие на его восприятие

б. Реклама, которая дискредитирует лиц, не пользующихся рекламируемыми товарами, содержит некорректные сравнения, порочит честь и достоинство конкурентов

2. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Что регулирует закон «О Рекламе»?

а. Права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы

б. Отношения между участниками производства информации в России

3. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Что регулирует закон «О Рекламе»?

а. Права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы

б. Отношения между участниками производства информации в России

4. Задание с множественным выбором. Выберите 2 правильных ответа.

Главные отличия рекламных коммуникаций от пиара

а. размещение на основе оплаты

б. формирует положительный имидж бренда

с. стимулирует спрос

д. полный контроль за содержанием сообщения

5. Задание открытой формы. Введите ответ.

Деятельность, которая помогает бизнесу выявить и удовлетворить потребности клиентов, чтобы получить прибыль - это

б. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

совокупность взаимосвязанных действий, направленных на завоевание и удержание доли рынка

а. реклама

б. маркетинг-микс

с. пиар

7. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Бизнес-модель, когда одна компания продаёт продукт другой компании

а. B2G

б. B2C

с. B2B

8. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Бизнес-модель, когда компания продаёт продукт конечному потребителю

а. B2B

б. B2G

с. B2C

9. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Торговое или коммерческое предложение, оно должно заинтересовать потенциального клиента и презентовать продукт так, чтобы его захотелось купить

- a. ценностное предложение
- b. оффер
- c. триггер

10. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Группа людей, которой интересен ваш продукт

- a. целевая аудитория
- b. стейкхолдеры
- c. пользователи

11. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Прием в маркетинге, который заставляет потребителей принимать решения на эмоциях

- a. Питч
- b. Триггер
- c. Анемойя

12. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

К инструментам интернет-маркетинга НЕ относится...

- a. SMM
- b. SEO
- c. СЕО

13. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Показ рекламы пользователям, которые ранее взаимодействовали с рекламой

- a. ретаргетинг
- b. кликбейт
- c. клаттер

14. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Одностраничный сайт, для сбора целевых действий или распространения в сети информации о продукте. Будет содержать минимальное кол-во информации, описываются только основные преимущества, присутствует призыв к действию с лид формой и вовлекающий заголовок

- a. лендинг
- b. брендинг
- c. маркетинг

8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Вопросы к зачету:


1. Главные сходства пиара и рекламы? Главные отличия пиара и рекламы? Определение "реклама", "пиар", "маркетинг"

2. Что такое маркетинг-микс? Что входит в модель 4Р, 7Р?

3. Что такое ЦА? Для чего определять ЦА? Основные методы определения ЦА? Что такое стейкхолдеры?

4. Что такое диджитал-маркетинг? Что такое контент-маркетинг? Основные инструменты SMM? Что такое SEO?

Разработчики:


(подпись)

доцент
(занимаемая должность)

А.В. Сивкова
(инициалы, фамилия)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учетом рекомендаций ПООП по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Программа рассмотрена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью
Протокол № 7 от «11» марта 2026 г.

зав. кафедры



В.Ю. Рабинович

Настоящая программа, не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.