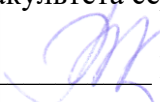




**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФГБОУ ВО «ИГУ»

Кафедра рекламы

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета сервиса и рекламы


В.К. Карнаухова

«20» мая 2020 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Наименование дисциплины (модуля) **Б1.В.05 Креативные решения в рекламе и связях с общественностью**
(индекс дисциплины по учебному плану, наименование дисциплины (модуля)).

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код, наименование направления подготовки)

Направленность (профиль) подготовки: **Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере**

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения: заочная
(очная, заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий), очно-заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий)*)*

Согласовано с УМК факультета Рекомендовано кафедрой рекламы:
бизнес-коммуникаций и информатики

Протокол № 8 от «12» мая 2020 г.

Протокол № 10 от «20» мая 2020 г.

зав. кафедрой  В.Ю. Рабинович

Председатель  В.К. Карнаухова

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 СРСотведенного на них количества академических часов	4
4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.	6
4.3 Содержание учебного материала	7
4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ	8
4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов	9
4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов	11
4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов).....	18
V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	18
а) основная литература	18
б) дополнительная литература.....	18
г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы.....	18
VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	19
6.1. Учебно-лабораторное оборудование:	19
6.2. Программное обеспечение:	20
6.3. Технические и электронные средства:.....	20
VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	22
VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ	23
8.1. Оценочные средства текущего контроля.....	23
8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации	24

I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель

Подготовить студентов к будущей профессиональной деятельности в области рекламы и других сферах маркетинговых коммуникаций, дать представление о профессиональных проблемах и научить находить решение этих проблем с помощью анализа реальных ситуаций в рекламной деятельности фирм и организаций.

Задачи

- Развить у студентов аналитические способности
 - Способствовать приобретению навыка прогнозирования и моделирования ситуаций
 - Сформировать практические навыки, необходимые для решения конкретных задач в области рекламы
 - Способствовать развитию креативности и инициативности
- Познакомить студентов с опытом профессионалов (на примере конкретных ситуаций в рекламе), основными трендами в рекламе
- Сформировать способность реализовывать коллективные проекты

II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

2.1. Учебная дисциплина (модуль) «Креативные решения в рекламе и связях с общественностью» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блок 1. Дисциплины (модули)

Необходимыми требованиями к «входным» знаниям, умениям и готовностям студента при освоении данной дисциплины и приобретенными в результате освоения предшествующих дисциплин являются

Знать: основные проблемные зоны в рекламе и PR.

Уметь: критически оценивать свои достоинства и недостатки, намечать пути и выбирать средства развития достоинств и устранения недостатков; делать выводы, давать аргументированные ответы.

Владеть: навыками обсуждения профессиональных проблем, в отстаивании своей точки зрения, в объяснении сущности явлений, событий, процессов; способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовностью нести за них ответственность; стремление к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами: Б1.О.14 Культурология, Б1.В.08 Методы поиска творческих идей, Б1.О.21 Основы интегрированных коммуникаций

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной: Б1.В.12 Брендинг, Б1.В.15 Фирменный стиль, Б1.В.16 Основы режиссуры, Б1.В.ДВ.02.01 Корпоративные СМИ, Б1.О.25 Копирайтинг, Б1.О.29 организация рекламных и пиар-кампаний

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
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.1	Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
	ПК-1.2	Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
	ПК-1.3	Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
ПК-5 Способность участвовать в производственном процессе разработки коммуникационного продукта	ПК-5.1	
	ПК-5.2	
	ПК-5.3	

IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 часов, ___ часов на экзамен.

Форма промежуточной аттестации: Зач

4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и 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 <i>(по семестрам)</i>
			Контактная работа преподавателя с обучающимися					
			Лекции	Семинарские (практические занятия)	Консультации			
	Тема 1. Нестандартные рекламоносители	4					Решение ситуационных задач	
	Кейс «Сериял «Семья Сопрано»: Необычно, поэтому заметно:	4	0	2		10		
	Тема 2. Интегрированные маркетинговые коммуникации	4					Решение ситуационных задач	
	Кейс «Использование Ambient-медиа при продвижении социальных проектов: Приблизить рекламу к реальности»	4	0	2		10		
	Тема 3. Особенности рекламы в новых для российского рынка сферах деятельности	4					Решение ситуационных задач	
	Кейс «Сфера зообизнеса: Не забудь про друга»	4	0	2		10		
	Тема 4. Специфика продвижения товаров и услуг, реклама которых ограничена законодательством	4					Решение ситуационных задач	

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной
			Контактная работа преподавателя с обучающимися			ельная	
	Кейс « Продвижение лекарственного препарата «Алерана»: Реклама лекарств без врачей и науки».	4	0	2		10	
	Тема 5. Понятие маркетинговой и рекламной отстройки от конкурентов	4					Решение ситуационных задач
	Маркетинговая и рекламная отстройка от конкурентов: понятие «позиционирование», «отстройка», отличие маркетинговой и рекламной отстройки.	4	0	2		10	
	Тема 6. Инструменты продвижения на рынке образовательных услуг	4					Решение ситуационных задач
	Кейс «Продвижение ИГУ»	4	0	2		12	
	Промежуточный контроль						зачет
Итого часов		4	0	6		62	0

4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
4	Тема 1. Нестандартные рекламоносители	Для закрепления и систематизации знаний: подготовка сообщений к выступлению на семинаре;		10	Решение ситуационных задач	Основная и дополнительная литература по теме, базы данных, информационно-справочные и поисковые системы
4	Тема 2. Интегрированные маркетинговые коммуникации	Для формирования умений: решение ситуационных задач; рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.		10	Решение ситуационных задач	
4	Тема 3. Особенности рекламы в новых для российского рынка сферах деятельности	Для овладения знаниями: использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.;		10	Решение ситуационных задач	
4	Тема 4. Специфика продвижения товаров и услуг, реклама которых ограничена законодательством	Для закрепления и систематизации знаний: подготовка сообщений к выступлению на семинаре;		10	Решение ситуационных задач	
4	Тема 5. Понятие маркетинговой и рекламной отстройки от конкурентов	Для формирования умений: решение ситуационных задач; рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.		10	Решение ситуационных задач	
4	Тема 6. Инструменты продвижения на рынке образовательных услуг	Для формирования умений: решение ситуационных задач; рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.		12	Решение ситуационных задач	
Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)				62		
Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)				62		
Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)				62		

4.3 Содержание учебного материала

Трудоемкость дисциплины (з.е.)	2
--------------------------------	---

Наименование основных разделов (модулей)	Тема 1. Нестандартные рекламоносители Тема 2. Интегрированные маркетинговые коммуникации Тема 3. Особенности рекламы и PR в новых для российского рынка сферах деятельности Тема 4. Специфика продвижения товаров и услуг, реклама которых ограничена законодательством Тема 5. Понятие маркетинговой и рекламной отстройки от конкурентов Тема 6. Инструменты продвижения на рынке образовательных услуг
Формы текущего контроля	ситуационные задачи, практические занятия
Форма промежуточной аттестации	Зач

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.)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
1	Тема 1. Нестандартные рекламоносители	Кейс «Рекламная кампания марки «КИСС» компании «МЕХХ: Рекламирывать запрещено»	2	Защита творческого проекта	ПК-1
2	Тема 2. Интегрированные маркетинговые коммуникации	Кейс «Использование Ambient-медиа при продвижении социальных проектов: Приблизить рекламу к реальности»	2	Защита творческого проекта	ПК-5
3	Тема 3. Особенности рекламы в новых для российского рынка сферах деятельности	Кейс «Сфера зообизнеса: Не забудь про друга»	2	Защита творческого проекта	ПК-1
	Тема 4. Специфика продвижения товаров и услуг, реклама которых ограничена законодательством	Кейс «Продвижение лекарственного препарата «Алерана»: Реклама лекарств без врачей и науки».	2	Защита творческого проекта	ПК-5

	м				
5	Тема 5. Понятие маркетинговой и рекламной отстройки от конкурентов	Маркетинговая и рекламная отстройка от конкурентов: понятие «позиционирование», «отстройка», отличие маркетинговой и рекламной отстройки.	2	Защита творческого проекта	ПК-1
6	Тема 6. Инструменты продвижения на рынке образовательных услуг	Кейс «Продвижение ИГУ»	2	Защита творческого проекта	ПК-1

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

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	Тема 1. Нестандартные рекламносители	Найти пример продвижения по аналогичной теме, который соответствует критериям: эффективный, реальный, сложный. Сделать презентацию по схеме: название, исходная ситуация, задача, реальное решение. Проанализировать достоинства и недостатки реального решения, предложить свой вариант решения	ПК-1	ПК-1.1
2	Тема 2. Интегрированные маркетинговые коммуникации	Самостоятельно подготовить кейс по изученной теме. соответствует критериям: эффективный, реальный, сложный. Сделать презентацию по схеме: название, исходная ситуация, задача, реальное решение. Проанализировать достоинства и недостатки реального решения, предложить свой вариант решения	ПК-1	ПК-1.2, ПК-1.3
3	Тема 3. Особенности	Найти пример продвижения по	ПК-5	ПК-5

	рекламы в новых для российского рынка сферах деятельности	аналогичной теме, который соответствует критериям: эффективный, реальный, сложный. Сделать презентацию по схеме: название, исходная ситуация, задача, реальное решение. Проанализировать достоинства и недостатки реального решения, предложить свой вариант решения		
4	Тема 4. Специфика продвижения товаров и услуг, реклама которых ограничена законодательством	Найти пример продвижения по аналогичной теме, который соответствует критериям: эффективный, реальный, сложный. Сделать презентацию по схеме: название, исходная ситуация, задача, реальное решение. Проанализировать достоинства и недостатки реального решения, предложить свой вариант решения	ПК-1	ПК-1.2, ПК-1.3
5	Тема 5. Понятие маркетинговой и рекламной отстройки от конкурентов	Самостоятельно подготовить кейс по изученной теме. соответствует критериям: эффективный, реальный, сложный. Сделать презентацию по схеме: название, исходная ситуация, задача, реальное решение. Проанализировать достоинства и недостатки реального решения, предложить свой вариант решения	ПК-5	
6	Тема 6. Инструменты продвижения на рынке образовательных услуг	Найти пример продвижения по аналогичной теме, который соответствует критериям: эффективный, реальный, сложный. Сделать презентацию по схеме: название, исходная ситуация, задача, реальное решение. Проанализировать достоинства и недостатки реального решения, предложить свой вариант решения	ПК-1	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3

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 семинарскому занятию. Самостоятельная подготовка к семинару направлена: на развитие способности к чтению научной и иной литературы; на поиск дополнительной информации, позволяющей глубже разобраться в некоторых вопросах; на выделение при работе с разными источниками необходимой информации, которая требуется для полного ответа на вопросы плана семинарского занятия; на выработку умения правильно выписывать высказывания авторов из имеющихся источников информации, оформлять их по библиографическим нормам; на развитие умения осуществлять анализ выбранных источников информации; на подготовку собственного выступления по обсуждаемым вопросам; на формирование навыка оперативного реагирования на разные мнения, которые могут возникать при обсуждении тех или иных научных проблем. Время на подготовку к семинару по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

Подготовка к семинару-конференции. Семинар-конференция проводится 1–3 раза в семестр, предполагает достаточно длительную самостоятельную подготовку студентов, изучающих какую-либо конкретную научную проблему. При его проведении сочетаются виды деятельности, соответствующие обычному семинарскому занятию и научной конференции, которая предусматривает организованное обсуждение докладов разных исследователей по определенному кругу проблем. В процессе самостоятельной подготовки к семинару-конференции студенту необходимо изучить 2–3 источника (монографии, статьи), в которых раскрыты теоретические подходы к обсуждаемому вопросу и представлены материалы эмпирических исследований. Выступающий должен быть готов ответить на вопросы всех присутствующих по теме своего доклада. После каждого выступления проводится обсуждение представленных научных воззрений разных исследователей. Готовность к такой аналитической коллективной работе обеспечивается просмотром каждым студентом тех основных работ, которые преподаватель рекомендовал прочитать к семинару-конференции. Время на подготовку к семинару-конференции по нормативам составляет не менее 0,4 часа.

Подготовка к коллоквиуму. Коллоквиум представляет собой коллективное обсуждение раздела дисциплины на основе самостоятельного изучения этого раздела студентами. Подготовка к данному виду учебных занятий осуществляется в следующем порядке. Преподаватель дает список вопросов, ответы на которые следует получить при изучении определенного перечня научных источников. Студентам во внеаудиторное время необходимо прочитать специальную литературу, выписать из нее ответы на вопросы, которые будут обсуждаться на коллоквиуме, мысленно сформулировать свое мнение по каждому из вопросов, которое они выскажут на занятии. Время на подготовку к коллоквиуму 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 зачету** (в том числе к дифференцированному при отсутствии экзамена по дисциплине). Самостоятельная подготовка к зачету должна осуществляться в течение всего семестра. Подготовка включает следующие действия: перечитать все лекции, а также материалы, которые готовились к семинарским и

практическим занятиям в течение семестра, соотнести эту информацию с вопросами, которые даны к зачету, если информации недостаточно, ответы находят в предложенной преподавателем литературе. Рекомендуется делать краткие записи. Время на подготовку к зачету по нормативам составляет не менее 4 часов.

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

Написание реферата Цель самостоятельной работы: расширение научного кругозора, овладение методами теоретического исследования, развитие самостоятельности мышления студента. Реферат (от лат. *refere* — докладывать, сообщать) — продукт самостоятельного творческого осмысления и преобразования текста первоисточника с целью получения новых сведений и существенных данных. Виды рефератов: — реферат-конспект, содержащий фактическую информацию в обобщенном виде, иллюстративный материал, различные сведения о методах исследования, результатах исследования и возможностях их применения; — реферат-резюме, содержащий только основные положения данной темы; — реферат-обзор, составляемый на основе нескольких источников, в котором сопоставляются различные точки зрения по данному вопросу; — реферат-доклад, содержащий объективную оценку проблемы; — реферат — фрагмент первоисточника, составляемый в тех случаях, когда в документе-первоисточнике можно выделить часть, раздел или фрагмент, отражающие информационную сущность документа или соответствующие задаче реферирования; — обзорный реферат, составляемый на некоторое множество документов-первоисточников и являющийся сводной характеристикой определенного содержания документов. Выполнение задания: 1) выбрать тему, если она не определена преподавателем; 2) определить источники, с которыми придется работать; 3) изучить, систематизировать и обработать выбранный материал из источников; 4) составить план; 5) написать реферат: — обосновать актуальность выбранной темы; — указать исходные данные реферируемого текста (название, где опубликован, в каком году), сведения об авторе (Ф. И. О., специальность, ученая степень, ученое звание); — сформулировать проблематику выбранной темы; — привести основные тезисы реферируемого текста и их аргументацию; — сделать общий вывод по проблеме, заявленной в реферате. Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; — способность логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь.

Написание эссе Цель самостоятельной работы: развитие навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. Эссе — «жанр философской, литературно-критической, историко-биографической, публицистической прозы, сочетающий подчеркнута индивидуальную позицию автора с непринужденным, часто парадоксальным изложением, ориентированным на разговорную речь». Признаки эссе: Небольшой объем — от трех до семи страниц компьютерного текста; допускается эссе до десяти страниц машинописного текста. Конкретная тема и подчеркнута субъективная ее трактовка. Свободная композиция — важная особенность эссе. Непринужденность повествования. Использование парадоксов. Внутреннее

смысловое единство. Ориентация на разговорную речь. Выполнение задания: 1) написать вступление (2–3 предложения, которые служат для последующей формулировки проблемы). 2) сформулировать проблему, которая должна быть важна не только для автора, но и для других; 3) дать комментарии к проблеме; 4) сформулировать авторское мнение и привести аргументацию; 5) написать заключение (вывод, обобщение сказанного). Планируемые результаты самостоятельной работы: способность логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь.

Подготовка доклада Цель самостоятельной работы: расширение научного кругозора, овладение методами теоретического исследования, развитие самостоятельности мышления студента. Доклад — публичное сообщение или документ, которые содержат информацию и отражают суть вопроса или исследования применительно к данной ситуации. Виды докладов: 1. Устный доклад — читается по итогам проделанной работы и является эффективным средством разъяснения ее результатов. 2. Письменный доклад: — краткий (до 20 страниц) — резюмирует наиболее важную информацию, полученную в ходе исследования; — подробный (до 60 страниц) — включает не только текстовую структуру с заголовками, но и диаграммы, таблицы, рисунки, фотографии, приложения, сноски, ссылки, гиперссылки. Выполнение задания: 1) четко сформулировать тему (например, письменного доклад); 2) изучить и подобрать литературу, рекомендуемую по теме, выделив три источника библиографической информации: — первичные (статьи, диссертации, монографии и т. д.); — вторичные (библиография, реферативные журналы, сигнальная информация, планы, граф-схемы, предметные указатели и т. д.); — третичные (обзоры, компилятивные работы, справочные книги и т. д.); 3) написать план, который полностью согласуется с выбранной темой и логично раскрывает ее; 4) написать доклад, соблюдая следующие требования: к структуре доклада — она должна включать: краткое введение, обосновывающее актуальность проблемы; основной текст; заключение с краткими выводами по исследуемой проблеме; список использованной литературы; к содержанию доклада — общие положения надо подкрепить и пояснить конкретными примерами; не пересказывать отдельные главы учебника или учебного пособия, а изложить собственные соображения по существу рассматриваемых вопросов, внести свои предложения; 5) оформить работу в соответствии с требованиями. Планируемые результаты самостоятельной работы: способность студентов анализировать результаты научных исследований и применять их при решении конкретных образовательных и исследовательских задач; готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Составление глоссария Цель самостоятельной работы: повысить уровень информационной 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.

Выполнение кейс-задания Цель самостоятельной работы: формирование умения анализировать в короткие сроки большой объем неупорядоченной информации, принятие решений в условиях недостаточной информации. Кейс-задание (англ. case — случай, ситуация) — метод обучения, основанный на разборе практических проблемных ситуаций — кейсов, связанных с конкретным событием или последовательностью событий. Виды кейсов: иллюстративные, аналитические, связанные с принятием решений. Выполнение задания: 1) подготовить основной текст с вопросами для обсуждения: — титульный лист с кратким запоминающимся названием кейса; — введение, где упоминается герой (герои) кейса, рассказывается об истории вопроса, указывается время начала действия; — основная часть, где содержится главный массив информации, внутренняя интрига, проблема; — заключение (в нем решение проблемы, рассматриваемой в кейсе, иногда может быть не завершено); 2) подобрать приложения с подборкой различной информации, передающей общий контекст кейса (документы, публикации, фото, видео и др.); 3) предложить возможное решение проблемы. Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов анализировать результаты научных исследований и применять их при решении конкретных исследовательских задач; — готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — способность решать нестандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий.

Составление тематического портфолио работ Цель самостоятельной работы: развитие способности к систематизации и анализу информации по выбранной теме, работе с эмпирическими данными, со способами и технологиями решения проблем. Тематическое портфолио работ — материалы, отражающие цели, процесс и результат решения какой-либо конкретной проблемы в рамках той или иной темы курса (модуля). Портфолио работ состоит из нескольких разделов (согласуются с преподавателем). Структура тематического портфолио работ: — сопроводительный текст автора портфолио с описанием цели, предназначения и краткого описания документа; — содержание или оглавление; органайзер (схемы, рисунки, таблицы, графики, диаграммы, гистограммы); лист наблюдений за процессами, которые произошли за время работы; письменные работы; видеотрекеры, компьютерные программы; рефлексивный журнал (личные соображения и вопросы студента, которые позволяют обнаружить связь между полученными и получаемыми знаниями). Выполнение задания: 1) обосновать выбор темы портфолио и дать название своей работе; 2) выбрать рубрики и дать им названия; 3) найти

соответствующий материал и систематизировать его, представив в виде конспекта, схемы, кластера, интеллект-карты, таблицы; 4) составить словарь терминов и понятий на основе справочной литературы; 5) подобрать необходимые источники информации (в том числе интернет-ресурсы) по теме и написать тезисы; 6) подобрать статистический материал, представив его в графическом виде; сделать выводы; 7) подобрать иллюстративный материал (рисунки, фото, видео); 8) составить план исследования; 9) провести исследование, обработать результаты; 10) проверить наличие ссылок на источники информации. Планируемые результаты самостоятельной работы: — готовность студентов использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — повышение информационной культуры студентов и обеспечение их готовности к интеграции в современное информационное пространство; — способность использовать современные способы и технологии решения проблем.

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.

Использование инфографики Цель самостоятельной работы: усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы с помощью инфографики. Инфографика — «область коммуникативного дизайна, в основе которой лежит графическое представление информации, связей, числовых данных и знаний» (В. В. Лаптев). Вариант задания: представить информацию по заданной теме с помощью зрительных форм — знаков, графического дизайна, рисунков, иллюстраций. Выполнение задания: 1) выбор темы; 2) сбор информации (документальной и визуальной); 3) систематизация собранной информации; 4) создание плана презентации: — классификация информации по типу; — выбор тематики действия (инструктивная, исследовательская, имитационная); — выбор коммуникативной тактики (дискуссии и дебаты для точной передачи идеи); — выбор творческой тактики (создание новых форм и подходов к изучению и представлению информации); — систематизация информации по какому-либо принципу (по алфавиту, по времени, по категориям, по иерархии); 5)

создание эскиза (для печатной инфографики) и раскадровка (для интернет-инфографики); б) планирование и работа над графикой (создание основного и второстепенных объектов). Планируемые результаты самостоятельной работы: — готовность студентов использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы. 30

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. **Построение сводной (обобщающей) таблицы** Цель самостоятельной работы: усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы с помощью построения таблицы. Сводная (обобщающая) таблица — концентрированное представление отношений между изучаемыми феноменами, выраженными в форме переменных. Варианты задания: — представить функциональные отношения между элементами какой-либо системы, выраженными в тексте в форме понятий или категорий; — представить междисциплинарные связи изучаемой темы (дисциплины). Правила составления таблицы: 1) таблица должна быть выразительной и компактной, лучше делать несколько небольших по объему, но наглядных таблиц, отвечающих задаче исследования; 2) название таблицы, заглавия граф и строк следует формулировать точно и лаконично; 3) в таблице обязательно должны быть указаны изучаемый объект и единицы измерения; 4) при отсутствии каких-либо данных в таблице ставят многоточие либо пишут «Нет сведений», если какое-либо явление не имело места, то ставят тире; 5) значения одних и тех же показателей приводятся в таблице с одинаковой степенью точности; 6) таблица должна иметь итоги по группам, подгруппам и в целом; 7) если суммирование данных невозможно, то в этой графе ставят знак умножения; 8) в больших таблицах после каждых пяти строк делается промежуток для удобства чтения и анализа. Планируемые результаты самостоятельной работы: — готовность студентов использовать индивидуальные

креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы.

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

Чумиков, А. Н.

1. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс] : имидж, репутация, бренд / А. Н. Чумиков. - Москва : Аспект Пресс, 2012. - 159 с. - **Режим доступа:** <http://ibooks.ru/reading.php?productid=27158> (<http://ibooks.ru/product.php?productid=27158>). - Режим доступа: ЭБС "Айбукс". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-7567-0656-7 :

2. **Синчурина, Марина Георгиевна.** Реклама и связи с общественностью в различных сферах деятельности : учеб. пособие / М. Г. Синчурина, Е. А. Терпугова ; Московский гос. ин-т междунар. отношений (ун-т), Иркутский гос. ун-т. - М. : Изд-во МГИМО (Университет) МИД России, 2007. - 383 с. : цв. ил. ; 21 см. - Библиогр. в конце глав. - ISBN 5-9228-0282-6 - сирфак (30)

3. **Гольдфарб С.И.** Массовая информация. История. Теория. Практика/[Текст] : научное издание / С. И. Гольдфарб ; Иркутский гос. ун-т. - Иркутск : Репроцентр А1, 2013. - 395 с. : ил. ; 23 см. - ISBN 978-5-91344-467-7— 118 экз

б) дополнительная литература

Кыштымова Ирина Михайловна. Психосемиотика креативности / И. М. Кыштымова ; Иркутский гос. ун-т. - Иркутск : Изд-во ИГУ, 2008. - 579 с. ; 21 см. - Библиогр.: с. 541-568. - ISBN 978-5-9624-0243-7 . Сирфак 27 экз.

2. **Кыштымова, Ирина Михайловна.** Психология творчества [Текст] : учеб. пособие / И. М. Кыштымова. - Иркутск : Изд-во ВСГАО, 2013. - 180 с. ; 21 см. - Библиогр.: с. 169-179. - ISBN 978-5-91344-559-9 . Сирфак 3 экз.

3. **Кыштымова, Ирина Михайловна.**

Психология творчества [Электронный ресурс] : учеб. пособие / И. М. Кыштымова. - ЭВК. - Иркутск : Изд-во ВСГАО, 2013. - **Режим доступа:** . - Режим доступа: ЭЧЗ "Библиотех". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-91344-559-9 :

в) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>.

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

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

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

– ЭБС «Издательство Лань». ООО «Издательство Лань». Контракт № 92 от 12.11.2018 г. Акт от 14.11.2018 г.

– ЭБС ЭЧЗ «Библиотех». Государственный контракт № 019 от 22.02.2011 г. ООО «Библиотех». Лицензионное соглашение № 31 от 22.02.2011 г. Адрес доступа: <https://isu.bibliotech.ru/> Срок действия: с 22.11.2011 г. бессрочный.

– ЭБС «Национальный цифровой ресурс «Рукопт». ЦКБ «Бибком». Контракт № 91 от 12.11.2018 г. Акт от 14.11.2018 г..

– ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru». ООО «Айбукс». Контракт № 90 от 12.11.2018 г. Акт № 54 от 14.11.2018 г.

– Электронно-библиотечная система «ЭБС Юрайт». ООО «Электронное издательство Юрайт». Контракт № 70 от 04.10.2018 г.

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: Ноутбук(AserAspirev3-5516 (AMDA10-4600M 2300 МГц)) (1 штука) с неограниченным доступом к сети Интернет, 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</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 длябизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08170221-054045730177</p> <p>BusinessStudio Лицензия № 7464 (бессрочно)</p>

	<p>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>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 MthAcddsStdnt w/Faculty (15000 лицензий</p> <p>Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08170221-054045730177</p>

6.2. Программное обеспечение:

№	Наименование Программного продукта	Кол-во	Обоснование для пользования ПО	Дата выдачи лицензии	Срок действия права пользования
1.	<p>1С:Предприятие, 8.0(учебный комплект):</p> <p>1С:Бухгалтерия, 8.2</p> <p>1С:Зарплата и управление персоналом</p> <p>1С:Управление торговлей</p> <p>1С:Управление</p>	30	Пер №8972331	2015	бессрочно

	производственным предприятием 1С: ОТЕЛЬ, 8 1С:Оценка персонала, 8				
2.	Adobe Acrobat XI Лицензия АЕ для акад.организаций Русская версия MultipleLicense RU (65195558)Platforms	12	11447921 Государственный контракт № 03-019-13	19.06.2013	бессрочно
3.	BusinessStudio 4.0	50	Лицензия № 7464	2015	бессрочно
4.	Directum 5.1	30	Лицензия № 26057	2016	1год
5.	Java 8	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://www.oracle.com/legal/terms.html	Условия правообладателя	бессрочно
6.	Joomla 3.6	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://docs.joomla.org/JEDL	Условия правообладателя	бессрочно
7.	Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level	25	Номер Лицензии Microsoft 46211164 Гос.контракт № 03-162-09 от 01.12.2009	01.12.2009	бессрочно
8.	Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level	10	Номер Лицензии Microsoft 42095516	27.04.2007	бессрочно
9.	Microsoft SQL Server 2012	1	Номер Лицензии Microsoft 65343111		бессрочно
10.	Microsoft Windows Server 2008 r2 Enterprise	1	Номер Лицензии Microsoft 49413875		бессрочно
11.	Microsoft® Windows® Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN No Level Promo	12	Номер Лицензии Microsoft 46211164 Гос.контракт № 03-162-09 от 01.12.2009	01.12.2009	бессрочно
12.	Microsoft® WinSL 8.1 Russian Academic OLP 1License NoLevel Legalization GetGenuine	130	Microsoft Invoice Number: 9564547610 ООО 'ИЦ 'Сиброн'	22.12.2014	бессрочно
13.	OpenOffice 4.1.3	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://www.openoffice.org/licenses/PDL.html	Условия правообладателя	бессрочно
14.	Perl 5.24.0	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: http://dev.perl.org/licenses/	Условия правообладателя	бессрочно
15.	Postgresql 9.6.1	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://www.postgresql.org/about/licence/	Условия правообладателя	бессрочно
16.	Protege	100	Условия использования по ссылке:	Условия правообладателя	бессрочно

			http://protege.stanford.edu/support.php		
17.	Python 3	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://docs.python.org/3/license.html	Условия правообладателя	бессрочно
18.	UbuntuLinux 16.04.1	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://www.ubuntu.com/legal/terms-and-policies/terms	Условия правообладателя	бессрочно
19.	VirtualBox 5.1	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://www.virtualbox.org/wiki/VirtualBox_PUEL	Условия правообладателя	бессрочно
20.	Евфрат-Документооборот, версия 15	20	многопользовательская лицензия № 0221209	2015	бессрочно

6.3. Технические и электронные средства:

Методической концепцией 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.

1.

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
Разноуровневое обучение	У преподавателя появляется возможность помогать слабому, уделять внимание сильному, реализуется желание сильных учащихся быстрее и глубже продвигаться в образовании. Сильные учащиеся утверждаются в своих способностях, слабые получают возможность испытывать учебный успех, повышается уровень мотивации ученья.
Проектные методы обучения	Работа по данной методике дает возможность развивать индивидуальные творческие способности учащихся, более осознанно подходить к профессиональному и социальному самоопределению
Исследовательские методы в обучении	Дает возможность учащимся самостоятельно пополнять свои знания, глубоко вникать в изучаемую проблему и предполагать пути ее решения, что важно при формировании мировоззрения. Это важно для определения индивидуальной траектории

		развития каждого обучающегося
Лекционно-семинарскозачетная система		Данная система дает возможность сконцентрировать материал в блоки и преподносить его как единое целое, а контроль проводить по предварительной подготовке обучающихся
Информационно-коммуникационные технологии		Изменение и неограниченное обогащение содержания образования, использование интегрированных курсов, доступ в ИНТЕРНЕТ.

Наименование тем занятий с использованием активных форм обучения:

№	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов
1	Тема 1. Нестандартные рекламносители	Практическое занятие	кейс	2
2	Тема 2. Интегрированные маркетинговые коммуникации	Практическое занятие	кейс	2
3	Тема 3. Особенности рекламы в новых для российского рынка сферах деятельности	Практическое занятие	кейс	2
4	Тема 4. Специфика продвижения товаров и услуг, реклама которых ограничена законодательством	Практическое занятие	кейс	2
5	Тема 5. Понятие маркетинговой и рекламной отстройки от конкурентов	Практическое занятие	кейс	2
6	Тема 6. Инструменты продвижения на рынке образовательных услуг	Практическое занятие	кейс	2
Итого часов				

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
	Решение ситуационных задач	1,2,3,4,5,6	ПК-1, ПК-5

--	--	--	--

8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации

11. Оценочные средства (ОС):

11.1. Оценочные средства для входного контроля

Вопросы для устного обсуждения:

1. Что такое кейс-стади?

11.2. Оценочные средства текущего контроля.

Правила работы с любым кейсом во время аудиторного занятия

1. Работа в команде
2. Презентация
3. Вопросы аудитории
4. Замечания жюри
5. Озвучивание реального решения

Критерии оценки кейса: реальность, эффективность, соответствие поставленной задаче.

Кейс №1. «Рекламирывать запрещено».

Исходная ситуация: 2002 г., Голландия: свадьба принца Вильяма Александра. Реклама во время церемонии официально запрещена.

Задача: Предложите выход из создавшейся ситуации фирме – производителю и продавцу одежды, которая хочет использовать данное событие для своего продвижения (необходимо предложить 3 варианта).

Реальное решение: В день свадьбы людям, наблюдавшим за церемонией раздали 100 тыс. оранжевых флажков (цвет королевской семьи Голландии) с надписью “KISS”. Люди держали их в руках, ожидая появления молодоженов. Свадьба транслировалась по всему миру, фотографии появились во многих изданиях. На следующий день связь с загадочными надписями обнародовала компания МЕХХ, крупный производитель одежды. Она заявила об этом на страницах самой многотиражной газеты Голландии «De Telegraf». Витрины магазинов были оформлены в стиле флажков. Рыночная стоимость такого бесплатного продвижения оценивается в 1 млн.евро. Вследствие этой акции узнаваемость бренда KISS выросла до 93%.

Кейс № 2. «Необычно, поэтому заметно»

Исходная ситуация: Сериал «Семья Сопрано».

Задача: Предложить необычные рекламносители для продвижения сериала

Реальное решение: Необычность запущенной накануне телеканалом ТВ3 кампании заключается в самой идее, взятой "напрокат" у американского агентства BBDO NY: по улицам Нью-Йорка курсировало такси, из заднего багажника которого торчала рука "трупа", одетого в дорогой серого цвета пиджак. На мизинец торчавшей руки был надет перстень. Однако, разница между американской и русской кампаниями очень существенная. Если для американцев было важным сократить бюджеты на рекламу и пуском всего одного такси добиться максимального эффекта, то по заказу ТВ3 в Москве, Петербурге, а также еще в нескольких крупных городах России таких такси уже 150. Отечественные "трупы" одеты куда как более дорого: манжета рубашки с золотой запонкой, а на пальце кольцо с бриллиантом.

Кейс № 3. «CRAZY PR»

Исходная ситуация: морепродукты компании «Меридиан»

Задача: Придумать акцию для продвижения морепродуктов в стиле Crazy

Реальное решение: http://www.meridian.ru/press/company_news/616/

Кейс № 4. «Приблизить рекламу к реальности»

Исходная ситуация: глобальное потепление

Задача: Предложить вариант распространения листовок с информацией о глобальном потеплении с помощью средств ambient-media (сам эмбиент должен быть связан с глобальным потеплением)

Реальное решение: представлено в виде фотографий акции.

Кейс № 5. «Не забудь про друга!»

Исходная ситуация: Корма для животных «Гав!» и «Мяу!». Основная суть брендов раскрывается в слогане: «Не забудь про друга!». Жизнь рядом с четвероногими намного ярче и веселее, потому что образ брендов построен на дружественном партнерстве людей и животных.

Задачи:

- разработать кампанию по продвижению, которая позволит повысить узнаваемость кормов и стимулировать их первую покупку
- в рамках кампании придумать один нестандартный способ или нестандартную акцию

Могут быть предложены не только средства рекламы, но любые формы BTL

Реальное решение. С 1 по 10 июля 2005 г. в г. Львове проходила необычная акция. Ее ключевым действующим лицом стал «Гав-мобиль» — микроавтобус в смешном мохнатом «костюме» собаки. Учитывая большую роль эмоциональной составляющей в продвижении этих марок, данная акция, по мнению организаторов, точно соответствовала общей рекламно-маркетинговой стратегии. Началось всё с рейда «Гав-мобиля» по улицам города. В ходе рейда промоутеры анонсировали мероприятие. В первую неделю акции с пятницы по воскресенье в людных местах города (возле транспортных развязок и в крупных торговых центрах) проводилась раздача корма на пробу. Во вторую неделю работы «Гав-мобиля» с пятницы по воскресенье покупатели могли приобрести две пачки уже любимшегося корма по цене одной. А чтобы львовяне не скучали в длинных очередях за кормом, промоутеры в костюмах всем любимшихся героев проводили викторины и конкурсы, призами в которых выступали блокноты и календари от мультяшной парочки — Гав и Мяу. Одновременно с промоакцией стартовал конкурс «Счастливая покупка». Чтобы стать его участником, необходимо купить пачку корма «Гав!» или «Мяу!», вырезать логотип с упаковки и отправить его на адрес организаторов. Главный приз конкурса — отдых для всей семьи на турбазе «Бухта Викингов». Помимо этого, каждый десятый участник акции гарантированно получил приз: фотоаппарат или миску для своего любимца. Конкурс продлился до 31 июля.

Видеореклама: http://www.youtube.com/watch?v=z2PbbZC_L5E

Кейс № 6. «Реклама лекарства без врачей и науки»

Исходная ситуация: средство для роста волос «АЛЕРАНА» (разработано в г. Санкт-Петербурге). Реально способствует росту волос, известны случаи роста ресниц и бровей после ожога.

Задача: предложите 3 идеи для рекламной кампании средства. все идеи должны быть рассчитаны на разные рекламоносители (или инструменты BTL). Использовать научные

разъяснения, прибегать к рекомендациям врачей нельзя. Примечание: в реальном решении активно использован юмор, эмоции.

Реальное решение: <http://www.paprika.ru/alserana/>

Кейс № 7. «Изменяем товар или устанавливаем правила?»

Исходная ситуация: маркетинговая и рекламная отстройка

Задачи:

- Привести примеры маркетинговой и рекламной отстройки
- Придумать самим новый гибрид и возвести в преимущество какое-либо качество какого-либо товара, проанализировать, сделать проще.

Кейс № 8. «100 ЛЕТ ИГУ»

Исходная ситуация: юбилей старейшего вуза Восточной Сибири

Задача: предложить концепцию юбилейного вечера (Музыкальный театр, продолжительность 2 часа). Обязательные условия: выступление ректора, выступление 3-х представителей власти, выступление хора в начале и в конце, выступление команды КВН, фильм об университете (3 раза по 5 минут), 3 номера в исполнении студентов.

Кейс № 9. «ALMA MATER нуждается в помощи»

Исходная ситуация: Факультет сервиса и рекламы ИГУ

Задача: предложить варианты (3) привлечения студентов для продвижения факультета среди абитуриентов. Традиционные решения предлагать нельзя. Варианты должны быть разными

Кейс № 10. «ТО, ЧТО ТЕБЯ КАСАЕТСЯ»

Исходная ситуация: Рекламное агентство студентов «РеАстат» факультета сервиса и рекламы ИГУ. Дата основания 2002 г. Сотрудники агентства – студенты. Ежегодная смена состава агентства на 70-90 %. Опыт признан в Европе, для Иркутска уникален.

Основные виды деятельности:

- продвижение факультета сервиса и рекламы ИГУ
- сувенирная корпоративная продукция, персональные сувениры,
- широкоформатная печать,
- полиграфия,
- разработка макетов, логотипов, фирменного стиля,
- Фотография
- PR-деятельность (контент сайта, мероприятия на факультете и в школах, газета, акции для посторонних заказчиков, написание текстов для рекламных материалов факультета)

Задача: привлечь студентов факультета на работу в «РеАстат». Для этого

- Определить, каким должен быть имидж агентства
- В соответствии с имиджем предложить идею/концепцию для привлечения
- В соответствии с концепцией предложить одно мероприятие по созданию имиджа «РеАстата» и 2-3 способа воплощения концепции

Кейс № 11. «Как сделать из обычной покупки праздник»

Исходная ситуация: В екатеринбургском салоне «Автоленд» один из клиентов решил приобрести новую модель Jaguar XK. Поскольку это была первая продажа Jaguar XK для названного автодилера, «Автоленд» решил организовать яркое мероприятие, которое бы запомнилось и позволило укрепить лояльность к автосалону. Jaguar – автомобиль класса премиум, поэтому при организации мероприятия было важно учитывать следующие особенности целевой аудитории: времени на многочасовые развлечения у VIP-публики нет, а формат простой презентации ей будет неинтересен. Действенных каналов продвижения для премиум-брендов немного. Именно event-маркетинг позволяет добиться точечного контакта с потребителем, продемонстрировать ценности бренда, укрепить лояльность к нему и продавцу

Задача: Организовать необычное событие (ивент) для VIP-аудитории, объединённое общей идеей (концепцией). Продумать все шаги мероприятия, начиная от приглашения гостей (во всём должна быть выдержана единая концепция)

Реальное решение: <http://www.sostav.ru/articles/2006/09/20/ko1/>

Кейс № 12. «Врачи без границ»

Исходная ситуация: Некоммерческие организации «Врачи без границ».

Задача: Придумать, используя средства ambient-media, идею для баннеров, рекламирующих организацию «Врачи без границ», слоган «Срочная медицинская помощь», используя объёмные изображения, показывающие, что врачи всегда придут на помощь и смогут с помощью любых подручных средств помочь человеку (баннер не должен рассматриваться как плоскость).

Реальное решение: изготовление повязок из баннера (прилагаются изображения реального решения)

11.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

Решение кейс-задачи

Примерное задание:

Исходная ситуация: Голландия: свадьба принца Вильяма Александра. Реклама во время церемонии официально запрещена.

Задача: Предложите выход из создавшейся ситуации фирме – производителю и продавцу одежды, которая хочет использовать данное событие для своего продвижения (необходимо предложить 3 варианта).

Критерии оценки:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если разработано не менее 2 вариантов решения задачи, сделана презентация, даны ответы на уточняющие вопросы, оценены достоинства и недостатки предложенных вариантов;

- оценка «не зачтено» выставляется при отсутствии вариантов или 1 варианте решения задачи, при наличии 3 вариантов не сделана презентация, не даны ответы на уточняющие вопросы, не оценены достоинства и недостатки предложенных вариантов

Разработчики:



доцент кафедры
массовых
коммуникаций и
мультимедиа

(занимаемая должность)

Синчурина М.Г.

(инициалы, фамилия)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учетом рекомендаций ПООП по направлению подготовки.

Программа рассмотрена на заседании кафедры рекламы

Протокол № 8 от «12» мая 2020 г.

Зав. кафедрой



Рабинович В.Ю.

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