



**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 бизнес-коммуникаций и  
информатики

В.К. Карнаухова

«16» марта 2022 г

**Рабочая программа дисциплины (модуля)**

Наименование дисциплины (модуля)

**Б1.В.07 Деятельность предприятий и  
служб в профессиональной сфере**

*(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**

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 бизнес-  
коммуникаций и информатики:

Рекомендовано кафедрой рекламы:

Протокол № 7 от «16» марта 2022 г.

Протокол № 7 от «15» марта 2022 г.

Председатель

В.К. Карнаухова

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 .....   | 5           |
| 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 .....  | 10          |
| 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 .....  | 13          |
| 6.3. Технические и электронные средства .....   | 13          |
| VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ .....   | 13          |
| VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ .....  | 14          |
| 8.1. Оценочные средства текущего контроля .....   | 14          |
| 8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации .....  | 15          |

## **I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Цели:** обучение студентов теоретическим знаниям о принципах построения и функционирования отделов рекламы и связей с общественностью в организации и выработка практических навыков в решении задач стратегического и оперативного управления отделом, разработки организационно-распорядительных документов, анализа эффективности деятельности отдела.

### **Задачи:**

— сформировать знания об управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирм и организаций, об организации и проведении мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок;

— сформировать представления об анализе процесса структурирования деятельности подразделения по рекламе и связям с общественностью в современной организации;

— сформировать навыки оперативного управления отделом рекламы и связей с общественностью, оценивания эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью.

## **II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

2.1. Учебная дисциплина (модуль) «Деятельность предприятий и служб в профессиональной сфере» 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 а коммерческой сфере.

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

- Основы теории коммуникации;
- Основы интегрированных коммуникаций;
- История рекламы и связей с общественностью.

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

- Технология производства коммуникативного продукта;
- Реклама и связи с общественностью в сфере применения.

## **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<br>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                 | Участствует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры  |

#### IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа, в том числе 4 часа на контроль.

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   |                                    |              |           |                        |   |
|                           |  |         | Лекции   | Семинарские (практические) занятия | Консультации |           |                        |   |
| 1                         | Отделы рекламы и связей с общественностью, их основные черты                 | 6       | 2  | 2                                  | 0            | 30        |                        |   |
| 2                         | Виды рекламных агентств и их основные услуги. Структура рекламного агентства | 6       | 2  | 2                                  | 0            | 30        |                        |   |
| <b>Итого за 6 семестр</b> |  |         | <b>4</b>   | <b>4</b>                           | <b>0</b>     | <b>60</b> | <b>Зач (4)</b>         |   |
| <b>Итого часов</b>        |  |         | <b>4</b>   | <b>4</b>                           | <b>0</b>     | <b>60</b> |                        |   |

#### 4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

| Се-<br>мест<br>р   | Название<br>раздела, темы  | Самостоятельная работа обучающихся  |                          |  | Оце-<br>ночно<br>е<br>сред-<br>ство | Учебно-<br>методи-<br>ческое обеспе-<br>чение само-<br>стоя-<br>тельной работы   |
|--|--|---|--------------------------|--|-------------------------------------|--|
|  |  | Вид самостоятельной работы  | Сроки<br>выпол-<br>нения | Зат-<br>раты<br>вре-<br>мени<br>(час.<br>) |                                     |  |
| 6  | Отделы рекламы и связей с общественностью, их основные черты                 | <b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, конспектирование текста<br><br><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> составление глоссария      | В течение семестра       | 30   | КЛ,<br>Пр                           | 1. Гольдфарб С.И. Массовая информация. История. Теория. Практика/С.И. Гольдфарб: Ирк. Гос. Ун-т. – Иркутск: Репроцентр, 2013. – 395 с.                             |
| 6  | Виды рекламных агентств и их основные услуги. Структура рекламного агентства | <b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, конспектирование текста<br><br><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций | В течение семестра       | 30   | КЛ,<br>УО,<br>Пр                    | 2. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: теория и технологии. Учебн. для студентов вузов/В.Ф.Кузнецов; Ин-т гуманитар. образ-я. - М.: Аспект Пресс, 2006.- 301 с. |
| <b>Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)</b>   |  |   |                          | <b>60</b>                                  |                                     |  |
| <b>Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)</b> |  |   |                          | <b>0</b>                                   |                                     |  |
| <b>Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)</b>                           |  |   |                          | <b>60</b>                                  |                                     |  |

#### 4.3 Содержание учебного материала

|  |   |
|--|---|
| Трудоемкость дисциплины (з.е.)           | 2   |
| Наименование основных разделов (модулей) | Отделы рекламы и связей с общественностью, их основные черты<br>Виды рекламных агентств и их основные услуги.<br>Структура рекламного агентства |
| Формы текущего контроля                  | Конспект лекций, практическое задание, устный опрос   |
| 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.) | Оценочные средства | Формируемые компетенции |
|-------|--------------------------------------|--|---------------------|--------------------|-------------------------|
| 1     | 1                                    | Отделы рекламы и связей с общественностью как структурные подразделения компании, организации, ведомства. Цели, задачи, характер и специфика деятельности отделов рекламы и связей с общественностью. Структурные особенности отделов рекламы и связей с общественностью. Основные функциональные обязанности сотрудников (руководитель, пресс-секретарь, сотрудники). | 2                   | КЛ, УО, Пр         | ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3  |
| 2     | 2                                    | Рекламные агентства полного сервиса. Агентства специализированные. VTL-агентства. Дизайн-бюро. Творческие студии. Основные рекламные услуги. Ведение счета. Творческие услуги (креативные). Размещение рекламы в средствах массовой информации. Исследования. Дополнительные   | 2                   | КЛ, УО, Пр         | ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3  |

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

| № п/п | Тема   | Задание   | Формируемая компетенция | ИДК                    |
|-------|--|---|-------------------------|------------------------|
| 1     | Отделы рекламы и связей с общественностью, их основные черты | Определить особенности PR в разных сферах деятельности. | ПК-1                    | ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3 |

|   |   |  |      |                              |
|---|---|--|------|------------------------------|
| 2 | Виды рекламных агентств и их основные услуги.<br>Структура рекламного агентства | Описать работу агентства полного цикла. Анализ структуры рынка рекламных и PR-агентств (локальный или общероссийский уровень). | ПК-1 | ПК-1.1,<br>ПК-1.2,<br>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 полученных 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 прочесть 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 — «ограничен-



ное 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 знания 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 знания 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 (титольный 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. Российский Кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью от 26.09.2001 РАСО

2. Федеральный закон №38-ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006

3. 1. Гольдфарб С.И. Массовая информация. История. Теория. Практика/С.И. Гольдфарб: Ирк. Гос. Ун-т. – Иркутск: Репроцентр, 2013. – 395 с.

4. 2. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью: теория и технологии. Учебн. для студентов вузов/В.Ф.Кузнецов; Ин-т гуманитар. образ-я. - М.: Аспект Пресс, 2006.- 301 с.

## **б) дополнительная литература**

1. 1. Варакута С.А. Связи с общественностью. Электронный ресурс. Учебное пособие (Высшее образование) — М.: ИНФРА-М, 2009. — 207 с. - ISBN 978-5-16-003443-0

2. 2. Кузнецов П.А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии. Электронный ресурс. П. А. Кузнецов. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012.— 260 с. - ISBN 978-5-394-01184-9

3. Романцова Т.Д. Язык и стиль современных средств массовой информации: учебн. пособие/ Т.Д. Романцова: Ирк. гос. тех. ун-т. – Иркутск: Изд-во ИрГТУ, 2008. – 113 с.

## **в) периодическая литература**

1. Журнал Пресс-служба

2. Журнал Советник

## **г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

1. 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.

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 № 6К-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   |
|--|---|--|
| Специальные помещения:<br>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля, промежуточной аттестации. | Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории:<br><br>Ноутбук(AserAspirev3-5516 (AMDA10-4600M 2300 МГц)) (1 штука) с неограниченным доступом к сети Интернет;<br>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».<br><br>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 | ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014<br><br>Microsoft Office:<br>0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcdmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий)<br><br>Kaspersky Endpoint Security длябизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221-054045-730-177<br><br>BusinessStudio Лицензия № 7464 (бессрочно) |

|   |  |   |
|---|--|---|
| <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: <a href="https://www.openoffice.org/licenses/PDL.html">https://www.openoffice.org/licenses/PDL.html</a> | 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.

|                     |   |
|---------------------|---|
| 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 утверждают 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 | Основное содержание работы отдела рекламы и связей с общественностью | Практическое занятие. | Проектные формы обучения               | 4            |
| 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     | Конспект лекций      | Отделы рекламы и связей с общественностью, их основные черты<br>Виды рекламных агентств и их основные услуги. Структура рекламного агентства | ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3                         |
| 2     | Устный опрос         | Отделы рекламы и связей с общественностью, их основные черты<br>Виды рекламных агентств и их основные услуги. Структура рекламного агентства | ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3                         |
| 3     | Практическое задание | Отделы рекламы и связей с общественностью, их основные черты<br>Виды рекламных агентств и их основные услуги. Структура рекламного агентства | ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3                         |

### Примеры оценочных средств для текущего контроля

не предусмотрены

## 8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации

### Перечень примеров оценочных средств.

#### Вопросы:

Вопросы к зачету

Отдел рекламы и связей с общественностью. Структура отдела. Основные функции PR-специалиста.

Контент-анализ СМИ и разработка долгосрочного и краткосрочного планов деятельности пресс-службы.

Виды рекламных агентств.

Виды мониторинга, медиакарта.

Структура рекламного агентства.

PR-агентство и организация его работы.

Структура рекламного агентства.

Основное содержание работы рекламного агентства.

Абонентское и единовременное клиентское PR-обслуживание.

Виды заказов, принимаемых рекламными агентствами.

Содержательные, организационные и процессуальные аспекты взаимодействия государственной пресс-службы со СМИ.

Нетрадиционные формы организационно-творческих мероприятий пресс-служб.  
Примеры.

Пример деятельности пресс-службы крупного промышленного предприятия. (На выбор любое АО, корпорация и т.д., действующие в регионе). Его основные задачи, функции-

, структура.

Роль пресс-службы в создании имиджа организации /персоны.

Информационно-аналитические структуры Администрации губернатора области.

Информационно-аналитический центр Администрации мэра муниципального образования

Должностные обязанности и основные направления деятельности пресс-секретаря.

Какими ресурсами располагает государственная служба для реализации информационной политики?

Пресс-секретарь президента РФ. Его деятельность.

Планирование и организация деятельности пресс-центра.

Формы подачи информационно-новостных материалов. Пресс-конференция.

Организация и проведение презентации, пресс-тура. Медиакарта.

Управление СМИ и информацией: формирование собственного информационного потока, манипулирование информацией, сегментирование информационного потока.

Особенности работы пресс-служб министерств и ведомств (на выбор).

Пресс-служба коммерческих структур. Основные задачи.

Пресс-служба общественных организаций.

Основные PR-тексты.

Назвать функции, должностные обязанности основных штатных сотрудников рекламного агентства. Раскрыть понятия ATL и BTL. Школьные пресс-центры.

Планирование связей со СМИ. Выбор методики. Новости. Статьи. Иллюстрации. Интервью и встречи, интервью для радио, телевизионное интервью, круглые столы. Участие в аналитических программах.

Эффективность печатного материала. Планирование изданий. Листовки и брошюры, локальные и внешние издания, корпоративные издания, спонсируемая литература.

Управление средствами массовой информации и манипулирование общественным мнением.

Профессиональные кодексы в области связей с общественностью.

Методы оценки эффективной работы пресс-службы.

Исследовательские методы, используемые сотрудниками пресс-службы.

Абонентское обслуживание. Виды аутсорсинга.

Структура пресс-релиза.

Из чего состоит пресс-папка?

Что такое паблисити?

### **Примеры заданий:**

Вопросы для устного собеседования:

— Каковы цели работы рекламных и PR-агентств?

— В чем специфика рекламного бизнеса?

— Каковы особенности работы агентств по связям с общественностью?

— Каковы принципы формирования структур агентств?

— Как распределяются обязанности среди сотрудников при подготовке предложения по кампании?



- Каковы пути поиска дополнительной информации при подготовке предложения заказчику?
- Какие формы расчета оплаты услуг агентства сегодня используются?
- Что такое «тендер» и какие формы участия в нем сегодня практикуются?
- Как распределяются обязанности среди сотрудников креативного отдела?
- Каковы функции менеджера по работе с клиентом?
- Какими источниками информации может воспользоваться менеджер по медиа-планированию?
- Каковы формы взаимодействия между департаментами агентства?
- В чем особенности абонентского ПР-обслуживания?
- Как распределяется ответственность среди сотрудников агентства при подготовке и проведении пресс-конференций?
- Правовые нормы, регулирующие деятельность рекламных и ПР-агентств.
- Этические нормы, применяемые в рекламе и связях с общественностью.

### **Письменные контрольные работы и практические задания**

#### **Тема 2. Виды рекламных агентств и их основные услуги**

Анализ структуры рынка рекламных и ПР-агентств (локальный или общероссийский уровень).

#### **Тема 4. Основное содержание работы отдела рекламы и связей с общественностью**

Написать пресс-релиз на заданную тему, написать биографию руководителя (на выбор студента)

#### **Тема 5. Работа рекламного агентства по заказам**

Подготовка одного из элементов рекламной кампании для конкретного клиента (по выбору студента).

#### **Тема 7. Абонентское и единовременное клиентское ПР-обслуживание**

Провести мониторинг печатных и интернет СМИ для конкретной компании (по выбору студента).

Подготовить базу данных целевых СМИ для конкретной компании (по выбору студента).

Разработать концепцию пресс-мероприятия для выбранной организации (пресс-конференция, круглый стол, брифинг, пресс-завтрак, пресс-презентация нового продукта, пресс-презентация новой услуги и т.д.).

**Разработчики:**



(подпись)

ДОЦЕНТ

(занимаемая должность)

О.С. Шилова

(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

Протокол № 7 от «15» марта 2022 г.

зав. кафедры



В.Ю. Рабинович

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