



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

**Кафедра рекламы и связей с общественностью**

УТВЕРЖДАЮ

декан факультета бизнес-коммуникаций и  
информатики

М.Г. Синчурина

«18» марта 2026 г

**Рабочая программа дисциплины (модуля)**

Наименование дисциплины (модуля)

**Б1.В.08 Брендинг**

*(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: очная

*(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 и связей с общественностью:

Протокол № 7 от «18» марта 2026 г.

Протокол № 7 от «11» марта 2026 г.

Председатель

М.Г. Синчурина

зав. кафедры

. Рабинович

## СОДЕРЖАНИЕ

	<i>стр.</i>
I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....	3
II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО .....	3
III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....	3
IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ .....	4
4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и СРС, отведенного на них количества академических часов .....	4
4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине .....	5
4.3 Содержание учебного материала .....	6
4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ .....	7
4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов .....	8
4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов .....	8
4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов) .....	12
V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....	12
а) основная литература .....	12
б) дополнительная литература .....	12
в) периодическая литература .....	12
г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы .....	12
VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	13
6.1. Учебно-лабораторное оборудование .....	13
6.2. Программное обеспечение .....	15
6.3. Технические и электронные средства .....	15
VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ .....	15
VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ .....	16
8.1. Оценочные средства текущего контроля .....	16
8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации .....	18

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

**Цели:** 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) «Брендинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений «Блок 1. Дисциплины (модули)».

Дисциплина предназначена для формирования у студентов направления "реклама и связи с общественностью" представления о рекламном производстве, стимулированию креативного процесса, а также, знакомством с особенностями работы в профессии.

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

- Методы поиска творческих идей;
- Основы интегрированных коммуникаций;
- Культурология.

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

- Брендинг;
- Фирменный стиль;
- Основы режиссуры;
- Копирайтинг;
- 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-2		Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

#### IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов, в том числе 36 часов на контроль, из них 36 часов на экзамен.

Из них реализуется с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий 32 часа контактной работы и 22 часа самостоятельной работы.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

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

п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися			Консультации		
			Лекции (из них электронные часы)	Семинарские (практические) занятия (из них электронные часы)				
1	Нестандартные рекламоносители	6	2 (2)	4 (2)	0	2		
2	Интегрированные маркетинговые коммуникации	6	2 (2)	4 (2)	0	2		
3	Особенности рекламы в новых для российского рынка сферах деятельности	6	2 (2)	4 (2)	0	2		
4	Специфика продвижения товаров и услуг, реклама которых ограничена законодательством	6	2 (2)	2 (2)	0	2		

5	Понятие маркетинговой и рекламной отстройки от конкурентов	6	2 (2)	4 (2)	0	2	
6	Особенности рекламы и PR в молодежной среде	6	2 (2)	4 (2)	0	2	
7	Организация специальных событий как инструмент BTL	6	2 (2)	4 (2)	0	2	
8	Особенности социальной рекламы и PR	6	2 (0)	4 (2)	0	4	
9	Инструменты продвижения на рынке образовательных услуг	6	0 (2)	4 (0)	0	4	
<b>Итого за 6 семестр</b>			<b>16 (16)</b>	<b>34 (16)</b>	<b>0</b>	<b>22</b>	<b>Экз (36)</b>
<b>Итого часов</b>			<b>16 (16)</b>	<b>34 (16)</b>	<b>0</b>	<b>22</b>	

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

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочные средства	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени, час. (из них с применением ДОТ)		
6	Нестандартные рекламоносители	Для закрепления и систематизации знаний: подготовка доклада	в течение семестра	2 (2)	Тест, Д	Основная и дополнительная литература
6	Интегрированные маркетинговые коммуникации	Для овладения знаниями: использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета Для формирования умений: решение задач, рефлексивный анализ профессиональных умений	в течение семестра	2 (2)	Тест, Д	Основная и дополнительная литература

6	Особенности рекламы в новых для российского рынка сферах деятельности	Для овладения знаниями: использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета	в течение семестра	2 (2)	Д	Основная и дополнительная литература
6	Специфика продвижения товаров и услуг, реклама которых ограничена законодательством	Для закрепления и систематизации знаний: подготовка доклада	в течение семестра	2 (2)	Тест, Д	Основная и дополнительная литература
6	Понятие маркетинговой и рекламной отстройки от конкурентов	Для овладения знаниями: использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета Для формирования умений: решение задач, рефлексивный анализ профессиональных умений	в течение семестра	2 (2)	Д	Основная и дополнительная литература
6	Особенности рекламы и PR в молодежной среде	Для овладения знаниями: использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета	в течение семестра	2 (2)	Д	Основная и дополнительная литература по теме, базы данных, информационносправочные и поисковые системы
6	Организация специальных событий как инструмент BTL	Для закрепления и систематизации знаний: подготовка доклада	в течение семестра	2 (2)	Тест, Д	Основная и дополнительная литература по теме, базы данных, информационносправочные и поисковые системы
6	Особенности социальной рекламы и PR	Для овладения знаниями: использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета Для формирования умений: решение задач, рефлексивный анализ профессиональных умений	в течение семестра	4 (4)	Д	Основная и дополнительная литература по теме, базы данных, информационносправочные и поисковые системы
6	Инструменты продвижения на рынке образовательных услуг	Для овладения знаниями: использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета Для формирования умений: решение задач, рефлексивный анализ профессиональных умений	в течение семестра	4 (4)	Д	Основная и дополнительная литература по теме, базы данных, информационносправочные и поисковые системы
<b>Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)</b>				<b>22</b>		
<b>Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)</b>				<b>22</b>		
<b>Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)</b>				<b>22</b>		

#### 4.3 Содержание учебного материала

Трудоемкость дисциплины (з.е.)	3
--------------------------------	---

Наименование основных разделов (модулей)	<p>Нестандартные рекламоносители</p> <p>Интегрированные маркетинговые коммуникации</p> <p>Особенности рекламы в новых для российского рынка сферах деятельности</p> <p>Специфика продвижения товаров и услуг, реклама которых ограничена законодательством</p> <p>Понятие маркетинговой и рекламной отстройки от конкурентов</p> <p>Особенности рекламы и PR в молодежной среде</p> <p>Организация специальных событий как инструмент VTL</p> <p>Особенности социальной рекламы и PR</p> <p>Инструменты продвижения на рынке образовательных услуг</p>
Формы текущего контроля	Тест, решение задач, доклад/презентация
Форма промежуточной аттестации	Экзамен

#### 4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость, час. (из них электронные часы)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
1	1	Кейс "Необычные рекламные носители"	4 (2)	Тест, РЗ	ПК-1
2	2	Кейс "Применение эмбиент медиа"	4 (2)	Тест, РЗ	ПК-1
3	3	Кейс "Особенности работы с русскоязычной аудиторией"	4 (2)	РЗ	ПК-1
4	4	Кейс "продвижение товаров, ограниченных законодательством"	2 (2)	Тест, РЗ	ПК-1
5	5	Кейс "отстройка от конкурента"	4 (2)	РЗ	ПК-1
6	6	Кейс "реклама, основанная на развлекательном контенте"	4 (2)	РЗ	ПК-1
7	7	Кейс "событийный маркетинг, кинестетика и VTL-технологии"	4 (2)	Тест, РЗ	ПК-1
8	8	Кейс "социальная реклама"	4 (2)	РЗ	ПК-1

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость, час. (из них электронные часы)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
9	9	Кейс "продвижение образовательных услуг"	4 (0)	РЗ	ПК-1

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

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	Нестандартные рекламоносители	Примеры необычных рекламных носителей	ПК-1	ПК-1
2	Интегрированные маркетинговые коммуникации	Примеры эмбиент медиа	ПК-1	ПК-1
3	Особенности рекламы в новых для российского рынка сферах деятельности	Примеры работы с русскоязычной аудиторией	ПК-1	ПК-1
4	Специфика продвижения товаров и услуг, реклама которых ограничена законодательством	Примеры продвижения товаров, ограниченных законодательством	ПК-1	ПК-1
5	Понятие маркетинговой и рекламной отстройки от конкурентов	Примеры отстройки от конкурентов	ПК-1	ПК-1
6	Особенности рекламы и PR в молодежной среде	Примеры рекламы, основанной на развлекательном контенте	ПК-1	ПК-1
7	Организация специальных событий как инструмент BTL	Примеры событийного маркетинга, кинестетики и BTL-технологии	ПК-1	ПК-1
8	Особенности социальной рекламы и PR	Примеры социальной рекламы	ПК-1	ПК-1
9	Инструменты продвижения на рынке образовательных услуг	Примеры рекламы образовательных услуг	ПК-1	ПК-1

#### 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 форми-

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

способность прогнозировать, проектировать, моделировать.

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

- 1) определение области знаний;
- 2) выбор типа и источников данных;
- 3) сбор материалов, необходимых для наполнения информационной модели;
- 4) отбор наиболее полезной информации;
- 5) выбор метода обработки информации (классификация, кластеризация, регрессионный анализ и т.д.);
- 6) выбор алгоритма поиска закономерностей;
- 7) поиск закономерностей, формальных правил и структурных связей в собранной информации;
- 8) творческая интерпретация полученных результатов.

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

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

Выполнение задания:

1. Этап проектирования: — определение целей использования презентации; — сбор необходимого материала (тексты, рисунки, схемы и др.); — формирование структуры и логики подачи материала; — создание папки, в которую помещен собранный материал.
2. Этап конструирования: — выбор программы MS PowerPoint в меню компьютера; — определение дизайна слайдов; — наполнение слайдов собранной текстовой и наглядной информацией; — включение эффектов анимации и музыкального сопровождения (при

необходимости); — установка режима показа слайдов (титульный слайд, включающий наименование кафедры, где выполнена работа, название презентации, город и год; содержательный — список слайдов презентации, сгруппированных по темам сообщения; заключительный слайд содержит выводы, пожелания, список литературы и пр.).

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

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

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

#### **4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)**

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

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

#### **а) основная литература**

1. Чумиков, Александр Николаевич. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд [Текст] : учеб. пособие / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 159 с. ; 21 см. - (Учебник нового поколения). - ISBN 978-5-7567-0656-7 : 258.00 р.

#### **б) дополнительная литература**

1. Кыштымова, Ирина Михайловна. Психология творчества [Электронный ресурс] : учеб. пособие / И. М. Кыштымова. - ЭВК. - Иркутск : Изд-во ВСГАО, 2013. - Режим доступа: ЭЧЗ "Библиотех". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-91344-559-9 : 50.00 р.

#### **в) периодическая литература**

Нет.

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

1. 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.

2. 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:

— 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
---	---	--

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

## 6.2. Программное обеспечение

№	Наименование Программного 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, в том числе электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

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

**Наименование тем занятий с использованием активных форм обучения:**

№	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов (из них электронные часы)
1	Нестандартные рекламоносители	практика	проблемное обучение, метод кейс-стади	4
2	Интегрированные маркетинговые коммуникации	практика	проблемное обучение, метод кейс-стади	4
3	Особенности рекламы в новых для российского рынка сферах деятельности	практика	проблемное обучение, метод кейс-стади	4
4	Специфика продвижения товаров и услуг, реклама которых ограничена законодательством	практика	проблемное обучение, метод кейс-стади	2
5	Понятие маркетинговой и рекламной отстройки от конкурентов	практика	проблемное обучение, метод кейс-стади	4
6	Инструменты продвижения на рынке образовательных услуг	практика	проблемное обучение, метод кейс-стади	4
7	Особенности рекламы и PR в молодёжной среде	практика	проблемное обучение, метод кейс-стади	4
8	Организация специальных событий как инструмент BTL	практика	проблемное обучение, метод кейс-стади	4
9	Особенности социальной рекламы и PR	практика	проблемное обучение, метод кейс-стади	4

## **VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

### **8.1. Оценочные средства текущего контроля**

№ п/п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
1	Тест	Нестандартные рекламоносители. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Специфика продвижения товаров и услуг, реклама которых ограничена законодательством. Организация специальных событий как инструмент BTL.	ПК-1

2	Решение задач	<p>Нестандартные рекламоносители.          Интегрированные маркетинговые коммуникации.          Особенности рекламы в новых для российского рынка сферах деятельности.          Специфика продвижения товаров и услуг, реклама которых ограничена законодательством.          Понятие маркетинговой и рекламной отстройки от конкурентов.          Особенности рекламы и PR в молодежной среде.          Организация специальных событий как инструмент BTL.          Особенности социальной рекламы и PR.          Инструменты продвижения на рынке образовательных услуг.</p>	ПК-1
3	Доклад/презентация	<p>Нестандартные рекламоносители.          Интегрированные маркетинговые коммуникации.          Особенности рекламы в новых для российского рынка сферах деятельности.          Специфика продвижения товаров и услуг, реклама которых ограничена законодательством.          Понятие маркетинговой и рекламной отстройки от конкурентов.          Особенности рекламы и PR в молодежной среде.          Организация специальных событий как инструмент BTL.          Особенности социальной рекламы и PR.          Инструменты продвижения на рынке образовательных услуг.</p>	ПК-1

### **Примеры оценочных средств для текущего контроля**

#### **Демонстрационный вариант теста**

1. *Задание открытой формы. Введите ответ.*

Что такое перформативность в контексте рекламной индустрии?

2. *Задание открытой формы. Введите ответ.*

Что такое эмбиент медиа?

3. *Задание открытой формы. Введите ответ.*

Назовите несколько сфер, которые ограничены в рекламных коммуникациях, согласно законодательству РФ

4. *Задание открытой формы. Введите ответ.*


Что такое VTL-технологии в рекламе? Приведите пример VTL-технологии

## 8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации

### Вопросы к экзамену:


1. Придумайте три решения согласно условиям задачи: ДАНО: - Компания по производству домашней тушенки - Преимущества: 90% мяса в банке, натуральность - Плейсмент: социальные сети (реклама в паблике Криминальный Иркутск), лидеры мнений, съёмки фильма - Бюджет: бюджета нет, можно только бартер НЕОБХОДИМО: Придумать рекламное решение по всем трём пунктам, которое поможет наполнить аккаунт новой аудиторией и набрать заказы на два месяца вперед. Придумайте способ, как отследить трафик клиентов.

### Разработчики:

  
\_\_\_\_\_  
(подпись)


\_\_\_\_\_  
доцент  
(занимаемая должность)

\_\_\_\_\_  
М.Г. Синчурина  
(инициалы, фамилия)

  
\_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_  
старший преподаватель  
(занимаемая должность)

\_\_\_\_\_  
А.Ю. Полавкова  
(инициалы, фамилия)

  
\_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_  
преподаватель  
(занимаемая должность)

\_\_\_\_\_  
С.Е. Андреев  
(инициалы, фамилия)

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

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

зав. кафедры

  
\_\_\_\_\_

В.Ю. Рабинович

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