Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

ИНСТИТУТ ОТРАСЛЕВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Факультет маркетинга, рекламы и сервиса

Кафедра рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДЕНА

решением кафедры рекламы и связей с общественностью

Протокол от «04» сентября 2017 г.

№ 1

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.23 Введение в профессию

направление подготовки
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) "Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере"

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Год набора – 2017

.

Москва, 2017 г.

Автор(ы)–составитель(и):

Доцент кафедры рекламы и связей с общественностью, канд. филол. наук, Пичугина О.А.

Заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью, д-р филол. наук, профессор Евстафьев В.А.

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программы

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий и структура дисциплины

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины (модуля), ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

1.**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

1.1.Дисциплина Б1.Б.23 «Ведение в профессию» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК ОС-6	Способность выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК ОС-6.1	Способность к применению базовых знаний о форме и содержании деятельности в сфере рекламы и PR в профессиональном развитии

1.2.В результате освоения дисциплины Б1.Б.23 «Ведение в профессию» у студентов должны быть сформированы:

Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
УК ОС-6.1	**на уровне знаний:** основные сферы проявления рекламы PR в современном обществе, коммуникационные-инструменты рекламы и PR, проекты кампании**;**.правовые, этические и эстетические основы рекламной и PR деятельности. **на уровне умений:** различает основные виды рекламы и PR деятельности. **на уровне навыков:** владеет профессиональным языком прикладных коммуникаций; формирования личностных оснований коммуникационной деятельности

2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

Вид учебных занятий и самостоятельная работа	**Объем дисциплины, час.**		
	Всего	**Семестр**	
		1	2

Очная форма обучения				
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:		***36***	***36***	
лекционного типа (Л)		***18***	***18***	
лабораторные работы (практикумы) (ЛР)				
практического (семинарского) типа (ПЗ)		***18***	***18***	
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		***72***	***72***	
Промежуточная аттестация	**форма**	***зачет с оценкой***	***зачет с оценкой***	
	час.			
Общая трудоемкость (час. / з.е.)		***108/3***	***108/3***	

Место дисциплины в структуре ОП

.

36 академических часов выделено на контактную работу с преподавателем и 72 часа на самостоятельную работу обучающихся.

Дисциплина Б1.Б.23 «Введение в профессию» осваивается в 1 семестре по очной форме обучения, общая трудоемкость – 3 ЗЕ

Освоение дисциплины опирается на минимально необходимый объем теоретических знаний в области обществознания, а также на приобретенные ранее умения и навыки:

- сформированность основ саморазвития и самовоспитания в соответствии с общечеловеческими ценностями и идеалами гражданского общества; готовность и способность к самостоятельной, творческой и ответственной деятельности;
- готовность и способность к образованию, в том числе самообразованию, на протяжении всей жизни; сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности;
- принятие и реализацию ценностей здорового и безопасного образа жизни, потребности в физическом самосовершенствовании, занятиях спортивно-оздоровительной деятельностью, неприятие вредных привычек: курения, употребления алкоголя, наркотиков;
- осознанный выбор будущей профессии и возможностей реализации собственных жизненных планов; отношение к профессиональной деятельности как возможности участия в решении личных, общественных, государственных, общенациональных проблем;

Дисциплина реализуется одновременно с дисциплинами: Б1.Б.6 «Культурология», Б1. Б.1 «История», Б1.Б13 «Компьютерные технологии и информатика», Б1.Б.12 «Математика и статистика», Б1.Б.7 «Математика и статистика», Б1.Б.3 «Иностранный язык», Б1.Б.23 «Социология», Б1.Б.9 «Экономика» и др.

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – зачет с оценкой.

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий и структура дисциплины

Структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КС		

№ п/п	Наименование	Объем дисциплины, час.						Форма
						Р		
Очная форма обучения								
Тема 1	Основные сферы (проявления) PR активности в современном обществе	16	2		2		12	Д
Тема 2	Профессиональный язык в PR сфере	16	2		2		12	Кр
Тема 3	Основные виды PR деятельности	20	4		4		12	Д
Тема 4	PR-инструменты, PR- проекты и PR кампании	20	4		4		12	Ди. К
Тема 5	Личностные основания PR деятельности	18	2		4		12	ТЗ
Тема 6	Правовые, этические и эстетические основы PR деятельности	18	4		2		12	Дд
Промежуточная аттестация								Зачет с оценкой
	Всего:	**108**	**18**		**18**		**72**	

Примечание:

** - формы текущего контроля: Д- диспут, Кр-контрольная работа, Ди – деловая игра, К-кейс, ТЗ – творческое задание, Дд- доклад*

Содержание дисциплины

Тема 1: «Основные сферы (проявления) PR активности в современном обществе»

Своеобразие содержания и основных тенденций развития общества во второй половине XX в. Возрастание роли коммуникативных процессов и коммуникативных взаимосвязей. Общественная потребность в появлении профессионала-коммуникатора.

Характерные черты развития западных обществ. Своеобразие взаимодействия личности-общества-государства и его воздействие на содержание коммуникативных процессов. Российское общество как общество без рыночных традиций и без развитых личностных оснований социальных процессов. Коммуникативные процессы в российском обществе. Феномен посредничества.

Современный политический и бизнес PR. Факторы, влияющие на активизацию PR деятельности в политике и экономике. Приоритеты и ценности политического и бизнес PR. PR структуры, обслуживающие политические и экономические потребности общества.

Государственные (правительственные, муниципальные и др.), общественные, некоммерческие PR организации. Структура PR организаций и PR деятельности.

Международные PR структуры и PR деятельность в международной сфере.

Кризисный PR: содержание и характерные черты.

Тема 2: «Профессиональный язык в PR сфере»

Социально-культурные и социально-психологические основания PR деятельности. Возникновение особых терминов и понятий. Американский и европейский варианты обозначения PR терминологии. Возможности профессионального PR языка для корректного описания PR задач и PR деятельности.

Современное состояние языковой PR культуры в России. Причины смешения PR и рекламной деятельности. Профессиональная российская PR литература: характерные черты и своеобразие.

Профессиональных PR словарь.

Тема 3: «Основные виды PR деятельности»

Актуализация роли и значения коммуникативной деятельности в условиях трансформации общественных структур и возрастания роли личностного начала в социальном взаимодействии. Ценности "неучастия" как базовые неолиберальные ценности. Их влияние на коммуникативный процесс. Современный паблисити: его содержание, структура и тенденции эволюции.

Реклама. Рекламная деятельность. Рекламная продукция. Характерные черты PR деятельности в рекламной сфере.

Пресс-представительства как разновидность социальной деятельности и как профессиональная работа. Общее и особенное в пресс-представительской и PR деятельности. Формирование позитивного общественного имиджа организаций, учреждений, предприятий средствами пресс-представительства и PR. Актуальный менеджмент.

Участие PR в решении задач стратегического развития. Стратегический PR.

PR как переговорный и договорный процесс. Лоббирование: его содержание, виды и своеобразие. Лоббирование как своеобразная PR деятельность.

Тема 4: «PR-инструменты, PR проекты и PR кампании»

Принципы и методы постановки и решения профессиональных PR задач. PR задача как PR проект. Планирование PR действия. Учет факторов воздействия на PR акции.

Понятие "PR кампания". Типология PR кампаний. Принципы и методы организации PR кампаний.

Избирательная кампания как PR кампания. Выставка, презентация как PR кампания. Интервью и переговоры как PR кампания. Конкурсы, состязания как PR кампании.

Принципы PR кампаний. Критерии эффективности PR кампаний. Своеобразие PR услуг в ходе PR кампании.

Тема 5: «Личностные основания PR деятельности»

Психологические основания PR деятельности. Критерии профессиональной пригодности. Структура личности и актуализация личностных качеств в процессе профессиональной деятельности в сфере PR.

PR образование. Своеобразие и характерные черты предметных полей в PR образовании.

Общественные представления о профессионале в сфере PR деятельности: идеальные образы и реальность. Основания притягательности и популярности PR деятельности. Роль СМИ в создании образа коммуникатора.

Формирование собственного образа PR деятеля и PR деятельности.

Самоанализ и самоконтроль в процессе PR работы. Личностный компонент в формировании и выборе PR задач. Поиск и формирование PR заказов. Личное CV. Внешний облик. Язык. Культура диалога.

Тема 6: «Правовые, этические и эстетические основы PR деятельности»

Традиции формирования правовых основ PR деятельности в США, их распространение и адаптация к условиях англо-саксонской и континентальной правовой культуры. "Правовой кодекс" PR деятельности.

Основные международные нормативные акты, регламентирующие PR деятельность.

Своеобразие становления российского законодательства в 1990-е гг. Нормативные акты, регулирующие PR работу. Роль и значение Закона о потребителях.

Правовая культура как важнейший компонент профессиональной PR деятельности.

PR деятельность как творческий процесс. Современные эстетические ценности и своеобразие их преломления в PR деятельности. Эстетика как компонент PR образования и PR профессионализации. Требования к оформлению PR структур и PR акций. Эстетическая презентация основных видов PR продукции. Фирменный знак.

Понятие "профессиональная этика" и своеобразие ее содержания в PR деятельности. Этические принципы и нормы PR деятельности. Проблема ответственности в PR деятельности. Критерии допустимости и возможности предложения PR услуг.

Значение этического фактора в повышении результативности PR деятельности.

4. Материалы текущего контроля успеваемости и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б.1.Б.23 «Введение в профессию» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)	Методы текущего контроля
Основные сферы (проявления) PR активности в современном обществе	Диспут
Профессиональный язык в PR сфере	Контрольная работа
Основные виды PR деятельности	Диспут.
PR-инструменты, PR- проекты и PR кампании	Кейс. Деловая игра.
Личностные основания PR деятельности	Творческое задание
Правовые, этические и эстетические основы PR деятельности	Доклад.

4.1.2. Зачет с оценкой проводится с применением следующих методов (средств): в форме группового исследовательского проекта и тестирования

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.

Типовые оценочные материалы по теме 1:

Вопросы к диспуту:

1. В каких сферах проявляются прикладные коммуникации? Приведите пример.

2. В чем особенность таких сфер прикладных коммуникации: бизнес, политика, культура, финансы, государство, некоммерческая сфера?
3. В чем разница между рекламой и PR?

Темы эссе:

1. Особенности коммуникаций в политике.
2. Коммуникации в бизнесе
3. Коммуникации в государственной сфере
4. Коммуникации в сфере культуры
5. Общее и различное в рекламе и PR

Типовые оценочные материала по теме 2:

Задание к контрольной работе:

Опишите следующие понятия:
Связи с общественностью;
Реклама;
Информирование;
Коммуникация;
Группы общественности/целевые группы;
Бренд;
Позиционирование;
Продвижение;
Информационный повод.

Типовые оценочные материалы к теме 3:

Вопросы к диспуту:

1. Особенности работы PR-агентств
2. Особенности работы департамента коммуникаций
3. Особенности коммуникационного консалтинга
4. Коммуникационные продукты

Типовые оценочные материалы по теме 4:

Деловая игра:

1. Студенты разбиваются преподавателем на подгруппы по 4 человека. 3 человека исполняют роли спикеров, 1- пресс-секретаря (модератора пресс-конференции). Все незадействованные в данной подгруппе студенты исполняют роли журналистов.
2. Дома студенты в каждой подгруппе готовят пресс-конференцию:
- выбирают инфоповод;
- составляют пресс-релиз;
- составляют документ с основными тезиса речей спикеров.
  Все документы предоставляются в распечатанном вида.
3. На занятии каждая подгруппа моделирует пресс-конференцию. Остальные студенты задают вопросы как журналисты.

Кейс-стади:

Кейс №1

Во время прямого эфира PR-директор российского представительства транснациональной компании, производящей продукты питания, на вопрос журналиста о том, правда ли, что компания отказалась предоставлять бесплатно молочную смесь детям, пострадавшим от стихийного бедствия, ответил утвердительно, а также добавил, что компания готова предоставить другие виды своей продукции: кофе, бульонные кубики. Это заявление было быстро подхвачено другими СМИ. Видеозапись прямого эфира распространилась в интернете.

В итоге все это отразилось на репутации Nestlébee: продажи компании упали за месяц на 25%, люди призывали бойкотировать «жадную» фирму.

Вместе с тем, у компании была серьезная причина для отказа: из-за конфликта, произошедшего более десяти лет назад, компания не имеет права осуществлять рекламную, PR и другую коммуникационную активность, связанную с запрашиваемым брендом. Более того, компания не имеет права использовать этот продукт в целях благотворительности. Нарушение этого запрета может привести к серьезным проблемам компании с контролирующими органами на глобальном уровне.

Задание:

1. Какие действия необходимо было осуществить, чтобы предотвратить информационный скандал?
2. Что необходимо предпринять компании, когда волна негатива начнет спадать?

Кейс № 2

Британская телерадиовещательная компания осваивает новые рынки, и одной из наиболее сложных для компании оказывается задача выхода на рынок США, несмотря на языковую и культурную общность. Компания готова инновационно подходить к решению данных задач, однако считает для себя неприемлемым отказываться от тех традиционных принципов общественного вещания и приоритета качества продукции, которые составляют ценность бренда компании на протяжении уже многих лет.

Перед выходом на американский рынок было проведено исследование, которое показало, что американский средний класс достаточно хорошо воспринимает не только британский юмор, но также является поклонником английского стиля и мировосприятия, а также позитивно относится к возможности смотреть альтернативный формат телевещания.

Вывод нового канала планируется осуществить в сетку платных кабельных каналов Америки.

Задание:

1. Определите цели и задачи PR-кампании коммуникативного сопровождения вывода канала на американский рынок.

2. Определите целевые аудитории кампании.

Кейс № 3

Крупная международная консалтинговая компания получила подтверждение участия одного из топ-менеджеров в международной бизнес-конференции, проводимой в Москве. Подтверждение получено за несколько дней до начала конференции, и времени на планирование и проведение стандартной компании PR-сопровождения нет.

На конференции спикер компании будет конкурировать за внимание СМИ с топ-менеджерами крупнейших мировых корпораций и с министрами РФ. При обращении в СМИ за день-два до конференции пиарщики компании получают стандартный ответ: «Мы не можем организовать отдельную встречу, интервью с Вашим спикером – все журналисты заняты на конференции… Надо было сообщить нам заранее!».

Спикер будет в Москве только на период конференции, в те же дни у него запланированы встречи с министром финансов РФ, с помощником президента по экономическим вопросам. Времени на отдельное общение со СМИ практически нет.

Необходимо придумать и осуществить программу PR-сопровождения спикера, которая даст максимальный эффект и обеспечит большое число публикаций в ключевых СМИ.

Задание:

1. Составьте, пожалуйста, примерный список ключевых СМИ для данной кампании.
2. Продумайте стратегию привлечения внимание к Вашему спикеру.
3. Какие информационные документы и/или материалы необходимо подготовить и для чего?

Типовые оценочные материалы по теме 5:

Темы эссе:

1. Личностные качества специалиста по коммуникациям.
2. Профессиональные качестве специалиста по коммуникациям
3. Профессиональный рост специалиста по коммуникациям
4. Саморазвитие и самообразование в коммуникативных профессиях
5. Образование в сфере коммуникации: за и против

Творческое задание:

Подготовьте устное сообщение по теме «Я – специалист по коммуникациям». Структура сообщения:

- Почему я хочу работать в индустрии коммуникаций? Чем именно в этой сфере я хочу заниматься?
- Какими личностными качествами я обладаю для работы в индустрии коммуникаций?
- Каких качеств мне не хватает?
- Как я планирую развивать свои профессиональные качества?
- Какой вектор профессионального развития я выбираю?

Типовые оценочные материалы по теме 6:

Темы докладов:

1. Афинский этический кодекс
2. Лиссабонский этический кодекс
3. Кодекс PRSA
4. Кодекс IPRA
5. Кодексы PACO, АКАР, АКОС.

6. Закон о рекламе, закон о СМИ, закон о «блогерах».

4.3.Оценочные средства для промежуточной аттестации

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы компетенции

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК ОС- 6	Способность выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК ОС-6.1	Способность к применению базовых знаний о форме и содержании деятельности в сфере рекламы и PR в профессиональном развитии

4.3.2 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Этап освоения компетенции	**Показатель оценивания**	**Критерий оценивания**
УК ОС-6.1	Знает основные сферы проявления рекламы PR в современном обществе, коммуникационные инструменты рекламы и PR, проекты кампании Правовые, этические и эстетические основы рекламной и PR деятельности. Различает основные виды рекламы и PR деятельности. Владеет профессиональным языком прикладных коммуникаций; формирования личностных оснований	Поставлена исследовательская проблема Проанализированы предметное поле и основные парадигмы, составляющие содержание рекламы и связей с общественностью. Выявленные особенности, свойства, критические аспекты. Дана общая характеристика актуальным теоретико-практическим знаниям о рекламе и связях с общественностью. Определены и систематизированы основные каналы и инструменты рекламы и связей с общественностью. Дана характеристика особенностей работы с каналами и инструментами в профессиональной деятельности

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
	коммуникационной деятельности	

4.3.3 Типовые контрольные задания или иные материалы (типовые оценочные материалы), необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Задание для аналитического командного экзаменационного проекта:

На основании теоретических знаний, полученных в ходе курса, провести анализ коммуникационной деятельности бренда (на выбор студента). Схема анализа:

- характеристика бренда;
- определение миссии, цели, ценностей, задач;
- определение целевых аудиторий;
- определение основных ключевых сообщений бренда;
- характеристика каналов коммуникации бренда и особенностей их использования (с примерами);
- вывод.

Форма представления проекта: устное сообщение + презентация PP (не более 10 слайдов). Время доклада: до 7 минут.

Вопросы теста (жирным выделены правильные ответы):

Вопрос № 1 Уровень сложности — средний (3 балла)
Основное различие рекламной и PR-деятельности раскрывается в:
а) характере обратной связи;
б) подаче сообщений;
в) технологиях организации работы;
г) различий нет.

Вопрос №2. Уровень сложности — средний (3 балла)
Связи с общественностью –это:
а) реклама;
б) разновидность маркетинга;
в) работа со СМИ;
г) коммуникативная деятельность, формирующая долгосрочные отношения с общественностью

Вопрос №3. Уровень сложности — низкий (2 балла)
Коммуникации с органами власти называются:
а) GR;
б) IR;
в) HR;
г) IPO.

Вопрос №4. Уровень сложности — низкий (2 балла)
Что такое пресс-релиз:
а) PR-текст для журналистов;
б) статья в газете;
в) рекламное сообщение;
г) нет правильного ответа.

Вопрос №5. Уровень сложности — низкий (2 балла)
Что такое пресс-конференция?
а) исследование СМИ;
б) специальное событие для СМИ;
в) PR-текст;
г) рассылка пресс-релизов.

Вопрос №6. Уровень сложности — средний (3 балла)
Под PR-кампанией понимается:
а) PR-акция;
б) рассылка пресс-релизов;
в) совокупность PR-мероприятий и проектов, объединенных общей целью и ограниченных во времени;
г) пресс-конференция.

Вопрос №7. Уровень сложности — высокий (5 баллов)
Как какой модели коммуникации относится современная PR-деятельность:
а) к манипулятивной;
б) двусторонней симметричной;
в) двусторонней ассиметричной;
г) информирование общественности.

Вопрос №8. Уровень сложности — средний (3 балла)
Исследование СМИ называется:
а) мониторинг СМИ
б) фокус-группа;
в) анкетирование;
г) экспертное интервью.

Вопрос №9. Уровень сложности — высокий (5 баллов)
Профессиональный текст должен соответствовать принципу:
а) 5W+F
б) 5W+H;
в) IPO;
г) GR.

Вопрос №10. Уровень сложности — высокий (5 балла)
Расширенная трактовка коммуникации звучит как:
а) коммуникация – это передача информации;
б) коммуникация-это общение;
в) коммуникация – это реклама;
г) коммуникация – это информационно-смысловое взаимодействие

Шкала оценивания

Баллы	Оценка	Требования к знаниям
100-85	*Зачтено с оценкой 5, «отлично»*	Зачтено с оценкой «отлично» выставляется, если студентом: Поставлена исследовательская проблема. Проанализированы предметное поле и основные парадигмы, составляющие содержание рекламы и связей с общественностью. Выявленные особенности, свойства, критические аспекты. Дана общая характеристика актуальным теоретико-практическим знаниям о рекламе и связях с общественностью. Определены и систематизированы основные каналы и инструменты рекламы и связей с общественностью. Дана характеристика особенностей работы с каналами и инструментами в профессиональной деятельности
84-70	*Зачтено с оценкой 4, «хорошо»*	Зачтено с оценкой «хорошо» выставляется студенту, если он: - твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей, правильно применяет теоретические положения - демонстрирует понимание специфики рекламы и связей с общественностью - аттестационные работы демонстрирует знание основных теория, понимание их своеобразия, однако носит слишком обобщенный и реферативный характер; - учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрируют хорошую степень овладения программным материалом.
69-50	*Зачтено с оценкой 3,* *«удовлетворительно»*	Зачтено с оценкой «удовлетворительно» выставляется студенту, если он: - имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении материала, испытывает затруднения при выполнении анализа; - имеет лишь общие представления о рассматриваемом вопросе, владеет теорминологией массовых коммуникаций лишь в ограниченном объеме, не понимает характера взаимосвязи массовых коммуникаций с современным общественных развитием; - учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрируют достаточную (удовлетворительную) степень овладения

		программным материалом.
менее 50 баллов	*Не зачтено*	Оценка «не зачтено» выставляется студенту, который: - не знает значительной части материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет работы (как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине); - в семестре студент не выполнил положенного объема самостоятельной работы, систематически пропускал занятия, экзаменационные работы имеют фрагментарный характер; - учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрируют невысокую степень овладения программным материалом по минимальной планке.

4.4.Методические материалы

Занятия по дисциплине представлены следующими видами работы: лекции, практические занятия и самостоятельная работа студентов.

На практических занятиях студенты изучают понятийный аппарат массовых коммуникаций; выполняют задания, связанные с анализом и исследования массовых коммуникаций, применением теоретического материала в практическом русле; приобретают навыки публичного выступления и дискуссии.

В рамках самостоятельной работы студенты готовятся к практическим занятиям, осуществляют подготовку к промежуточной аттестации.

Текущая аттестация по дисциплине проводится в форме опроса и контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы

Активность студента по дисциплине оценивается по его выступлениям на практических занятиях.

Оценивание работы студента на практических занятиях осуществляется по следующим критериям:

– «Отлично» – активное участие в обсуждении проблем каждого семинара, самостоятельность ответов, свободное владение материалом, полные и аргументированные ответы на вопросы семинара, участие в дискуссиях, твёрдое знание лекционного материала, обязательной и рекомендованной дополнительной литературы, регулярная посещаемость занятий.

– «Хорошо» – недостаточно полное раскрытие некоторых вопросов темы, незначительные ошибки в формулировке категорий и понятий, меньшая активность на семинарах, неполное знание дополнительной литературы, хорошая посещаемость.

– «Удовлетворительно» – ответы на семинарах отражают в целом понимание темы, знание содержания основных категорий и понятий, знакомство с лекционным материалом и рекомендованной основной литературой, недостаточная активность на занятиях, оставляющая желать лучшего посещаемость.

– «Неудовлетворительно» – пассивность на семинарах, частая неготовность при ответах на вопросы, плохая посещаемость, отсутствие качеств, указанных выше, для получения более высоких оценок.

Кроме того, оценивание студента проводится на контрольной неделе в соответствии с распоряжением проректора по учебной работе. Оценивание студента на контрольной неделе проводится преподавателем независимо от наличия или отсутствия студента (по уважительной или неуважительной причине) на занятии. Оценка носит комплексный характер и учитывает достижения студента по основным компонентам учебного процесса за текущий период.

Оценивание студента на занятиях осуществляется с использованием балльно-рейтинговой системы. Оценивание студента на контрольной неделе также осуществляется по балльно-рейтинговой системе с выставлением оценок в ведомости и указанием количества пропущенных занятий.

Студент допускается к промежуточной аттестации по дисциплине в случае выполнения им всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины (по формам текущего контроля). В случае наличия учебной задолженности студент отрабатывает пропущенные занятия в соответствии с требованиями. Оценка студента носит комплексный характер, является балльной и определяется его:

- качеством экзаменационной работы;
- учебными достижениями в семестровый период.

Критерии правильности ответов на вопросы к диспуту:

При оценке ответов на вопросы для обсуждения учитывается в первую очередь уровень теоретической подготовки студента (владение категориальным аппаратом, знание нормативно-правовых основ предмета), умение применять имеющиеся знания на практике (пояснить то или иное положение на примере), а также умение высказывать свое мнение, отстаивать свою позицию, слушать и оценивать различные точки зрения, конструктивно полемизировать, находить точки соприкосновения разных позиций.

Ответ на вопрос оценивается 0 -10

•Каждый отвечает на 4 вопроса по теме диспута

•Обязательные вопросы к коллегам и участие в дискуссии оцениваются в дополнительный 1 балл

•Максимальный балл 10

Критерии оценивания эссе:

Объем эссе не должен быть менее 3, но не более 7 страниц текста, включая титул и список литературы.

Оценка **«удовлетворительно»** предполагает: полученные результаты **в значительной степени** соответствуют поставленной цели (цель работы достигнута в основном). Обоснована актуальность работы. В процессе анализа литературы отобраны наиболее важные источники,

продемонстрировано понимание решаемой проблемы. Выбраны адекватные цели научный подход, методы, процедуры. Они в значительной степени реализованы в работе. Выводы имеют наглядный и проверяемый характер. Требования по оформлению работы в основном выполнены.

Оценка **«хорошо»** ставится: полученные результаты **преимущественно** соответствуют поставленной цели и задачам. Обоснована практическая и теоретическая актуальность работы. В процессе анализа литературы отобран и проанализирован широкий круг теоретических и эмпирических источников. Выбраны и обоснованы применяемые научные подходы, методы и процедуры. Полученные результаты в целом логичны, доказательны и систематизированы. Оформление работы в целом соответствует существующим требованиям.

Оценка **«отлично»** предполагает: полученные результаты **полностью** соответствуют поставленной цели. Обоснована практическая и теоретическая значимость работы. Проведен детальный анализ теоретических и эмпирических источников, выводы автора самостоятельны и аргументированы. Выбраны и подробно описаны применяемые в работе научные подходы, методы и процедуры. Содержание работы полностью отражает узловые проблемы темы, исследовательская часть (в курсовой работе) выполнена самостоятельно, методологически корректно и содержит достоверные и интересные выводы и положения. Оформление работы полностью отвечает всем требованиям.

Текст эссе оценивается 1 – 5 баллов.

Баллы снижаются за: не соответствие заявленных целей и задач теме изучения; ошибках в определении объекта и предмета изучения, не достижение поставленных целей, погрешности в оформлении.

Критерии оценивания решения кейса:

Оценка	Критерии оценивания
Оценка 5 (Отлично)	изложение материала логично, грамотно, без ошибок; свободное владение профессиональной терминологией; умение высказывать и обосновать свои суждения; студент дает четкий, полный, правильный ответ на теоретические вопросы; студент организует связь теории с практикой.
Оценка 4 (Хорошо)	студент грамотно излагает материал; ориентируется в материале, владеет профессиональной терминологией, осознанно применяет теоретические знания для решения кейса, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности; ответ правильный, полный, с незначительными неточностями или недостаточно полный.
Оценка 3 (Удовлетворительно)	студент излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения кейса, не может доказательно обосновать свои суждения; обнаруживается недостаточно глубокое понимание изученного материала.
Оценка 2 (Неудовлетворительно)	отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении понятий, искажен их

	смысл, не решен кейс; в ответе студента проявляется незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для решения кейса.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

На первом занятии преподаватель информирует обучающихся о применяемой системе текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации; во время последующих аудиторных занятий – доводит до студентов информацию о результатах текущего контроля успеваемости.

С целью обеспечения успешного обучения студенту необходимо готовиться к лекции, она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

– знакомит с новым учебным материалом;

– разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;

– систематизирует учебный материал;

– ориентирует в учебном процессе

Подготовка к лекции заключается в следующем:

– внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;

– узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);

– ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;

– постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;

– запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции

Практические занятия по дисциплине предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций, с проведением контрольных мероприятий.

Подготовка к практическим занятиям:

– внимательно прочитайте материал лекций, относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;

– выпишите основные термины;

– ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;

– уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;

– готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;

Подготовка к зачету с оценкой

К зачету необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале изучения учебной дисциплины познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

– программой дисциплины;

– перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;

– тематическими планами лекций, семинарских занятий;

– контрольными мероприятиями;

– учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также

электронными ресурсами;

– перечнем вопросов к зачету с оценкой

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере получаемых знаний и умений по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи экзамена.

Обучение лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом индивидуальных психофизических особенностей, а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида.

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление информации визуально (краткий конспект лекций, основная и дополнительная литература), на лекционных и практических занятиях допускается присутствие ассистента. Оценка знаний студентов на практических занятиях осуществляется на основе письменных конспектов, ответов на вопросы, письменно выполненных практических заданий. Доклад также может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т.д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости, время подготовки может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на лекциях звукозаписывающих устройств. Допускается присутствие на занятиях ассистента, оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Оценка знаний студентов на семинарских занятиях осуществляется в устной форме (как ответы на вопросы, так и практические задания).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушением зрения проводится устно, при этом текст заданий предоставляется в форме, адаптированной для лиц с нарушением зрения (укрупненный шрифт), при оценке используются общие критерии оценивания. При необходимости, время подготовки может быть увеличено.

Лица с нарушениями опорно-двигательного аппарата не нуждаются в особых формах предоставления учебных материалов. Однако, с учетом состояния здоровья часть занятий может быть реализована дистанционно (при помощи сети «Интернет»). Так, при невозможности посещения лекционного занятия студент может воспользоваться кратким конспектом лекции. При невозможности посещения практического занятия студент должен предоставить письменный конспект ответов на вопросы, письменно выполненное практическое задание. Доклад также может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводится на общих основаниях, при необходимости процедура может быть реализована дистанционно (например, при помощи программы Skype). Для этого по договоренности с преподавателем студент в определенное время выходит на связь для проведения процедуры. В таком случае вопросы и практическое задание выбираются самим преподавателем

Вопросы для самопроверки

1. Отличительные особенности рекламной и PR-коммуникации.
2. Текстовая культура в рекламе и PR.
3. Корпоративный имидж.
4. Коммуникации в сети интернет.
5. Профессиональные союзы и ассоциации.
6. Тенденции современной коммуникативной индустрии.

Вопросы для самостоятельного изучения:

1. PR образование: содержание, структура, междисциплинарный характер.
2. Основные общественно-значимые сферы проявления PR.
3. Формы и виды PR деятельности.
4. Характерные черты коммуникативного диалога. Язык PR деятельности.
5. PR и реклама.
6. PR и пресс-представительство.
7. PR и актуальный менеджмент.

8. Содержание и структура PR профессии.
9. Личностные качества коммуникатора.
10. PR и рекламная деятельность как творческая деятельность.
11. Этические основания PR деятельности.
12. Правовые основания PR деятельности.
13. PR деятельность, PR акция, PR кампания.
14. Перспективы развития профессиональной PR и рекламной деятельности в России.

6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины (модуля), ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Антипов К.В. Основы рекламы. Дашков и К, 2015. http://www.iprbookshop.ru/14075
2. Исаенко Е.В. Экономические и организационные основы рекламной деятельности. ЮНИТИ-ДАНА, 2012. http://www.iprbookshop.ru/34533
3. Измайлова М.А. Психология рекламной деятельности. Дашков и К, 2015. http://www.iprbookshop.ru/10958

6.2. Дополнительная литература

1. Полуэхтова И.А. Социология рекламной деятельности. Московский гуманитарный университет, 2013. http://www.iprbookshop.ru/22464
2. Виноградова М.В., Панина З.И. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса. М.: Дашков и К, 2006.
3. Биржаков М.Б. Введение в туризм. СПб, 2010.
4. Викентьев И.Л. Приемы рекламы и Public Relations. М.2007.
5. Т.Гэд. 4D-брендинг. Взламывая корпоративный код сетевой экономики. М.: 2005.
6. А.А. Мирошниченко. Журналистика для пресс-секретарей. М: 2012.
7. Д. Граф, К.Бикрштайн. Как писать убедительно. М.: 2014.
8. А. Назайкин. Медиарилейшнз на 100%. М.: 2010.
9. Ч.Ли, Д. Бернофф. Взрывная web-волна. Как добиться успеха в мире, преображенном интернет-технологиями. М, 2010.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Д.-М. Скотт. Новые правила маркетинга и PR.М, 2013.
2. Л. Вебер. Эффективный маркетинг в социальных сетях. М, 2010.

6.4. Нормативные правовые документы

Не используются.

6.5. Интернет-ресурсы

1. http://www.advertology.ru/ - Лаборатория рекламы
2. http://www.btl-mag.ru/ - BTL-magazine
3. http://www.grebennikov.ru/ - Маркетинг и маркетинговые исследования в России
4. http://www.mediaguide.ru/ - MediaGuide - портал о медиабизнесе для профессионалов
5. http://www.polittech.ru/ - Энциклопедия массовых психотехнологий
6. http://www.sovetnik.ru/ - Журнал «Советник»
7. http://www.tns-global.ru/rus/index.wbp – ЗАО TNS
8. www.dis.ru - Маркетинг в России и за рубежом

6.6. Иные источники

Не используются.

7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Академия проводит постоянную работу по созданию и системному улучшению условий получения образования людьми с ограниченными возможностями здоровья. В настоящее время здания и территории Академии оснащены лифтами для перевозки инвалидов в колясках, порядка 80% аудиторий и компьютерных классов имеют двери, соответствующие требованиям нормативов, оборудованы пандусы при входе в здания, а также внутри учебных корпусов и общежития, имеются специальные туалеты.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Академия обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Организован доступ к следующим электронным ресурсам:

Bloomberg
EBSCO Publishing
eLIBRARY.RU
Emerging Markets Information Service
Google Scholar (Google Академия)
IMF eLibrary -
JSTOR
New Palgrave Dictionary of Economics – Электронный словарь
OECD iLibrary

Oxford Handbooks Online
Polpred.com Обзор СМИ
Science Direct - Журналы издательства Elsevier по экономике и эконометрике, бизнесу и финансам, социальным наукам и психологии, математике и информатике;
SCOPUS
Web of Science
Wiley Online Library
World Bank Elibrary
Архивы научных журналов NEICON
Интернет-сервис «Антиплагиат»
Система Профессионального Анализа Рынков и Компаний «СПАРК»
ЭБС Издательства "Лань"
ЭБС Юрайт
Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»