

## РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИН

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

---

### Институт общественных наук

Кафедра политических и общественных коммуникаций

УТВЕРЖДЕНА

решением кафедры политических и  
общественных коммуникаций

Протокол от «29» августа 2016 г.

№12

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ОД.10. Рекламные форматы в современных медиа  
(индекс и наименование дисциплины)

по направлению подготовки

42.03.02 Журналистика

(код и наименование направления подготовки)

Медиажурналистика (Liberal Arts)

направленность (профиль)

бакалавр

(квалификация)

очная

(форма обучения)

Год набора - 2017

Москва, 2016 г.

**Автор–составитель:**

к.фл.н., доцент кафедры политических и общественных коммуникаций К.В. Лученко

---

*(ученая степень и(или) ученое звание, должность)      (наименование кафедры)      (Ф.И.О.)*

Заведующий кафедрой политических и общественных коммуникаций С. Потоликкио

---

*(наименование кафедры) (ученая степень и(или) ученое звание )      (Ф.И.О.)*

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание 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. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
  - 6.1. Основная литература
  - 6.2. Дополнительная литература
  - 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
  - 6.4. Нормативные правовые документы
  - 6.5. Интернет-ресурсы
  - 6.6. Иные источники
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

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

1.1. Дисциплина Б1.В.ОД.10 «Рекламные форматы в современных медиа» обеспечивает овладение следующими компетенциями, формируемые данной дисциплиной:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК ОС LA – 5	Способность взаимодействовать с целевой аудиторией и работать с авторами в социальных сетях и других современных медийных средствах, учитывая особенности различных форматов СМИ, жанровую и стилевую специфику медиатекстов, а также применять знания основных методов изучения общественного мнения для участия в проведении социально значимых акций на базе СМИ	ПК ОС LA – 5.2	Способность использовать при взаимодействии с целевой аудиторией и авторами знаний в области экономики и рекламы

1.2.В результате освоения дисциплины у студентов должны быть:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
ТФ – отслеживание информационных поводов и планирования деятельности; получение информации для подготовки материала. – выбор темы публикации (разработка сценариев),	ПК ОС LA – 5.2	<b>на уровне знаний:</b> сформированы знания функциональных отличий специалистов в сфере паблик рилейшенз и журналистов; особенностей создания текстов в сфере паблик рилейшенз; специфики взаимоотношений журналистов и специалистов в сфере паблик рилейшенз; значения рекламных доходов для формировании бюджета СМИ; особенностей исторического развития рекламы в медиа; об основах юридической практики функционирования рекламных отделов в СМИ; специфики рекламных коммуникаций в

установление и поддержание контактов с внешней средой		традиционных и новых медиа; основных принципов медиапланирования
		<b>на уровне умений:</b> сформированы умения выстраивать коммуникации в сфере публичных релейшенз; анализировать публикации СМИ с точки зрения публичных релейшенз; планировать работу отдела/редакции, исходя из рекламного бюджета; оценивать рекламную политику СМИ в соответствии с действующим российским законодательством; создавать рекламные тексты в разных форматах; продвигать публикации с учётом специфики разных медиаплатформ
		<b>на уровне навыков:</b> сформированы навыки различения рекламных и публичных-релейшенз публикаций и журналистских материалов; создания рекламных и рг-текстов; анализа рекламных публикаций с точки зрения экономической эффективности и соответствия юридическим нормам; продвижения идей и проектов в социальных сетях и блогах

## 2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ОД.10 «Рекламные форматы в современных медиа» относится к обязательным дисциплинам вариативной части. Изучение дисциплины осуществляется в 5 семестре.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 академических часа/54 астрономических часа (2 ЗЕТ). Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем – 28 часов, на самостоятельную работу обучающихся – 44 часа. Форма промежуточной аттестации: зачет.

Дисциплина Б.В.ОД.10 «Рекламные форматы в современных медиа» опирается на минимально необходимый объем теоретических знаний, практических умений и навыков, полученных в ходе изучения дисциплин базовой части образовательной программы.

Дисциплина Б1.В.ОД.10 «Рекламные форматы в современных медиа» реализуется параллельно с дисциплиной Б.В.ОД.11 «Индустрия СМИ. Основы экономики масс-медиа».

Дисциплина Б.В.ОД.10 «Рекламные форматы в современных медиа» является опорой для изучений дисциплины Б1.В.ОД.16.3 «Практика зарубежных СМИ: Медиаменеджмент (editorial choices)», изучаемой в 8 семестре.

## 3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 1.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						С Р	Форма текущего контроля успеваем ости**, промежут очной аттестаци и
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий						
			Л/Э О, ДОТ *	ЛР/ ЭО, ДО Т*	ПЗ/ ЭО, ДОТ *	КС Р			
Очная форма обучения									
Тема 1	История рекламных коммуникаций от Древнего мира до наших дней	11			4		7	КР	
Тема 2	Реклама на разных медийных каналах	10			4		6	КР	
Тема 3	Особенности рекламы в новых медиа	10			4		6	РК	
Тема 4	Модели экономических отношений СМИ с рекламодателями	10			4		6	РК	
Тема 5	Взаимоотношения рекламной службы и творческого коллектива СМИ	10			4		6	РК	
Тема 6	Новые рекламные форматы: smm и нативная реклама	10			4		6	ТР	
Тема 7	Основы паблик рилейшенз для журналистов	11			4		7	ТР	
Промежуточная аттестация		Зачёт						Зачёт	
Всего:		72/2			28		44		

Примечание: \*\* – формы текущего контроля успеваемости: диспут (Д) и творческая работа (ТР), разбор кейсов (РК)

### Содержание дисциплины

#### Тема 1. История рекламных коммуникаций от Древнего мира до наших дней

Первые виды рекламных коммуникаций в древнем мире. Рекламные коммуникации в Средние века и эпоху Возрождения. Появление новых видов рекламы в Новое время. Зарождение элементов современной рекламы в Европе и США в XIX веке. История рекламы в России до революции, в Советском Союзе и в последний период с 1990 по 2016 год.

#### Тема 2. Реклама на разных медийных каналах

Особенности рекламы в печатной прессе, на радио и телевидении.

### *Тема 3. Особенности рекламы в новых медиа*

Реклама в интернете, в социальных сетях, основные характеристики рекламного текста в новых медиа, лидеры мнений и популярные блогеры, приёмы скрытого маркетинга.

### *Тема 4. Модели экономических отношений СМИ с рекламодателями*

Реклама и доходная часть бюджета СМИ, особенности рекламных бюджетов в качественных общественно-политических и глянцевого медиа.

### *Тема 5. Взаимоотношения рекламной службы и творческого коллектива СМИ*

Этика невмешательства, эффективное противостояние и «великая стена».

### *Тема 6. Новые рекламные форматы: smt и нативная реклама*

Типы отношений в социальных сетях, естественная реклама и этика взаимоотношений с читателями и инвесторами, эффективные форматы smt и нативной рекламы.

### *Тема 7. Основы паблик рилейшенз для журналистов*

Отличие коммуникаций в журналистике и паблик рилейшенз, разница в форматах текстов журналистики и паблик рилейшенз.

## **4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся 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 Б1.В.ОД.10 «Рекламные форматы в современных медиа» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:**

– при проведении занятий лекционного типа:

*Занятия лекционного типа по данной дисциплине не предусмотрены*

– при проведении занятий семинарского типа:

*Контроль посещаемости, опрос, разбор кейсов, диспут, творческая работа*

- при контроле результатов самостоятельной работы студентов:

*творческая работа, опрос.*

Текущая аттестация проводится в форме опроса и контрольных мероприятий (*опросы, практические и контрольные задания, прочее*) 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 на занятиях оценивается по выполнению практических и контрольных заданий, прохождении опросов и тестирований.

#### **4.1.2. Экзамен (зачет) проводится с применением следующих методов (средств):**

*Устный зачет, состоящий из ответов на вопросы.*

#### **4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.**

##### **Типовые оценочные материалы**

##### **Примеры тем творческих работ (эссе):**

1. написать текст в формате нативной рекламы, проанализировать устно его потенциальную эффективность и этические риски;
2. распланировать пиар-кампанию для СМИ;
3. распланировать smm-продвижение для медийного бренда.

#### **4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.**

##### **4.3.1. Формируемые компетенции.**

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК ОС LA – 5	Способность взаимодействовать с целевой аудиторией и работать с авторами в социальных сетях и других современных медийных средствах, учитывая особенности различных форматов СМИ, жанровую и стилевую специфику медиатекстов, а также применять знания основных методов изучения общественного мнения для участия в проведении социально значимых акций на базе СМИ	ПК ОС LA – 5.2	Способность использовать при взаимодействии с целевой аудиторией и авторами знаний в области экономики и рекламы

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	Критерий оценивания <i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.</i>
2 этап (код этапа ПК ОС LA – 5.2) – Способность использовать при взаимодействии с целевой аудиторией и авторами знаний в области экономики и рекламы	Взаимодействие с рекламодателями и сотрудниками пиар-служб, создание рекламных текстов	Выстраивает эффективное взаимодействие с рекламодателями и сотрудниками пиар-служб, самостоятельно подготавливает рекламные тексты с учетом их особенностей и специфики

#### 4.3.2 Типовые оценочные средства

##### Типовые вопросы к зачету (примеры):

1. Возникновение рекламы и изменения рекламных коммуникаций в историческом контексте
2. Особенности рекламы на современном российском телевидении
3. Особенности рекламы в печатных СМИ (качественные, гляцевые, таблоиды)
4. Реклама в новых медиа: как меняются подходы в связи с более узким таргетированием аудитории и возможностями её измерения
5. Экономические модели существования СМИ в зависимости от доли рекламы в бюджете
6. Взаимовлияние рекламного отдела и творческого коллектива издания: этические и экономические аспекты, варианты компромиссных решений
7. Нативная реклама и «джинса», в чём отличия?

##### Шкала оценивания.

Баллы (рейтингов ой оценки), %	Оценка	Требования к знаниям
100-81	5, «отлично», «зачтено»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает его на экзамене, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал

		<p>монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение.</p> <p>Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют высокую степень овладения программным материалом.</p>
80-61	4, «хорошо», «зачтено»	<p>Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.</p> <p>Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют хорошую степень овладения программным материалом.</p>
60-41	3, «удовлетворительно», «зачтено»	<p>Оценка «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 программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.</p> <p>Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют достаточную (удовлетворительную) степень овладения программным материалом.</p>
40-0	2, «неудовлетворительно», «не зачтено»	<p>Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.</p> <p>Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрировали не высокую степень овладения программным материалом по минимальной планке.</p>

#### 4.4. Методические материалы

Текущий контроль осуществляется с целью мониторинга актуальной ситуации подготовки студентов к этапу промежуточного контроля. Текущий контроль осуществляется в формах: контроля посещаемости, ответов на семинарских (практических) занятиях, диспутах, выполнении творческих заданий (в том числе, групповых проектов), выполнении различных контрольных заданий (включая тестовые). Преподаватель отслеживает текущую ситуацию по указанным формам текущего контроля и выносит студентам рекомендации для улучшения качества подготовки к промежуточному контролю.

Промежуточный контроль по курсу осуществляется в форме зачета.

На усмотрение преподавателя зачет проводится в форме устного ответа, либо при сочетании устного ответа и предварительной подготовки и защиты на зачете письменной работы (творческой работы, эссе - на усмотрение преподавателя). При проведении зачета в два этапа результаты письменного и устного этапов зачета суммируются и выводится среднее арифметическое, переводимое в оценку по 5-балльной шкале, которое в последствии переводится в оценку в формате «зачтено / не зачтено» («зачтено» - 5,4,3; «не зачтено» - 2), отражаемую в зачетной книжке и ведомости. При проведении зачета в устной форме оценка выставляется на основании устного ответа студента.

При проведении зачета все студенты заходят в аудиторию одновременно, для подготовки получают билет, либо набор вопросов от преподавателя, выбранных случайным образом. Время подготовки ответа при сдаче зачета в устной форме составляет не менее 30 минут (по желанию студента ответ может быть досрочным). При подготовке к устному зачету студент ведет записи в листе устного ответа. При проведении зачета не допускается наличие у студентов посторонних предметов и технических устройств, способных затруднить (сделать невозможной) объективную оценку результатов аттестации, в том числе в части самостоятельности выполнения задания (ответа на вопрос) зачета. Студенты, нарушающие правила поведения при проведении зачета, могут быть незамедлительно удалены из аудитории.

Высокий уровень успеваемости, выявленный по итогам текущего контроля в семестре, может являться основанием для освобождения студента от сдачи зачета (при его согласии). Высокой является успеваемость только соответствующий оценкам «отлично», или «хорошо» и «отлично» в течение семестра.

## **5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

В рамках учебной дисциплины студенты получают знания, умения и навыки на практических семинарских занятиях, которые проходят в виде разборов практических кейсов с применением презентационных материалов теоретическим темам. Во время самостоятельной работы студенты изучают основную и дополнительную литературу по теме, юридические документы, интернет-ресурсы и справочные системы, самостоятельно изучают темы и готовятся к практическим дискуссионным занятиям. Также они пишут две небольших контрольных работы на проверку знания теоретического материала и две практических творческих работы по применению полученных знаний.

Обучение по дисциплине предполагает изучение курса на аудиторных практических занятиях и самостоятельной работы студентов. Семинарские занятия дисциплины предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий, в виде разбора кейсов, творческих заданий, диспута, опроса.

Подготовка к семинарским занятиям:

- внимательно прочитайте учебные материалы, относящиеся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям (см. п. 6.1. ниже); по возможности, изучите дополнительные источники, указанные в п. 6.2. и 6.6. ниже;
- 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 или самостоятельно;

- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечня знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Деловая игра (кейс) – это способ рассмотреть реальную ситуацию. Предполагает анализ информации в изучаемом объекте, постановку проблемы, поиск решений, составление (отбор) предлагаемых путей решения проблемы, формирование цели в виде программы (действий). Данный метод привязывает дискуссию к реальным фактам, с которыми участникам игры в той или иной мере доведется иметь дело на практике. Деловая игра позволяет осмыслить механизм и средство решения актуальных проблем, попробовать себя в роли менеджера, руководителя, ответственного за принятие решений. Кейс- метод не ограничивается лишь совместным обсуждением проблемы в учебной аудитории, предполагает реализацию следующих шагов:

- индивидуальную подготовку участников к обсуждению конкретной ситуации (сбор информации) по обсуждаемой проблеме;
- предварительное неформальное обсуждение кейс-ситуации в активной группе одногруппников (однокурсников);
- кейс-обсуждение под руководством преподавателя;
- письменная контрольная работа с использованием кейса.

Подготовка индивидуальных докладов и выполнение презентаций по темам курса

Доклад – один из видов монологической речи, публичное развёрнутое официальное сообщение по определённому вопросу, основанное на привлечении документальных данных. Может быть устным или письменным. В учебных целях: доклад – вид самостоятельной научно-исследовательской работы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Этапы работы над докладом. Подбор и изучение основных источников по теме (как и при написании реферата рекомендуется использовать не менее 8 - 10 источников). Составление библиографии. Обработка и систематизация материала. Подготовка выводов и обобщений. Разработка плана доклада. Написание. Публичное выступление с результатами исследования. В докладе соединяются три качества исследователя: умение провести исследование, умение преподнести результаты слушателям и квалифицированно ответить на вопросы.

Отличительными чертами доклада является научный, академический стиль изложения, логичность, последовательность, ясность, точность, аргументированность.

Доклад предполагает чёткое определение темы, связанной с научной проблемой. Преподаватель оценивает, насколько подготовленное студентом выступление отвечает заявленной им теме. Текст доклада должен иметь стройную композицию, должен быть хорошо структурирован, для чего студент должен уметь строить выступление по заранее определённому плану. Оценивается свободное владение текстом, умение строить устное высказывание, а не зачитывать текст по листу. Допускается только чтение цитат из научных источников или примеров. Студент должен выделить в своём выступлении основные положения, которые надо сформулировать в виде тезисов и продиктовать коллегам. Отдельно оценивается не только содержание доклада, но и форма его подачи: умение устанавливать контакт с аудиторией, умение улавливать реакцию слушателей, получать обратную связь, отвечать на возникающие вопросы. Доклад предполагает жёсткий хронометраж (по предварительной договорённости с преподавателем - до 10 минут). Необходимо обязательно уложиться в установленное время, успев сделать вывод

(заключение). Материал может требовать дополнительных иллюстраций: схем, таблиц, небольших рисунков, которые можно разместить в презентации.

Презентация позволяет иллюстрировать основные положения доклада и делать приведённые в выступлении примеры наглядными. Она не должна полностью воспроизводить текст выступления. По правилам, информация, приведённая устно, не должна полностью копироваться на слайдах.

Выделяют множество разнообразных видов презентаций. Основными являются: конспект выступления; таблица; схемы и графики; тестирование; слайд-шоу; модульный доклад; и т.п.

Иллюстративный материал должен быть достаточным, но не чрезмерным, и не иметь развлекательный, игровой характер. Анимированный рисунок в качестве украшения отвлекает внимание

Практические рекомендации при подготовке презентации:

1. Используйте не более 2 типов шрифтов.
2. Оптимальное количество строк не более 7.
3. Количество символов в строке не более 40 (в том числе пробелы).
4. Использование заглавных и строчных букв облегчает чтение и распознавание слов. Использование цвета, больших букв, усиление жирности, курсивный шрифт помогают выделить главное.
5. Лучше читается шрифт без засечек (например Arial). Оптимальные шрифты (заголовок – 24-32; подзаголовок – 2-24; основной текст – 18-24; подписи данных – 20-2)
6. Старайтесь использовать простые, короткие предложения: чем лаконичнее текст, тем выше концентрация внимания на ключевых словах).

Презентация не должна требовать подключения к Internet и выполнять сторонние приложения (например, анимационные ролики, которые требуют установки кодеков и др.).

#### Подготовка к зачету

К зачёту необходимо готовиться 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 учебного курса познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов к зачету.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на семинарских занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета.

#### **6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

##### **6.1.Основная литература.**

Таблица 2.

№ п/п	Ф. инициалы автора	Название издания	Издательство	Год издания	Наличие в библиотеке РАНХиГС	Ссылка на электронный источник в ЭБС
1.	Дейдра Брекенридж	PR 2.0: Новые медиа, Новые аудитории, Новые инструменты	Москва: ЭКСМО	2010		
2.	Дэвид Мирман Скотт	Новые правила маркетинга и PR. Как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем	Москва: Альпина Паблишер	2012		
3.	Губанов Д.А., Новиков Д.А., Чхартишвили А.Г.	Социальные сети. Модели информационного влияния, управления и противоборства	Москва: МЦНМО, ФИЗМАТЛИТ	2010		

## 6.2. Дополнительная литература.

Таблица 3.

№ п/п	Ф. инициалы автора	Название издания	Издательство	Год издания	Наличие в библиотеке РАНХиГС	Ссылка на электронный источник в ЭБС
1	Ученова В.В., Старых Н.В.	История рекламы	М.: ЮНИТИ-ДАНА	2008		
2	Огилви Д.	«Огилви о рекламе»	ЭКСМО	2006		
3	Трушина Л. Е.	История отечественной и зарубежной рекламы	М.: «Дашков и К°»	2012		
4	Тангейт М.	Всемирная история рекламы	М.: Альпина бизнес бук	2008		
5	Айрис, А., Бюген, Ж.	Управление медиакомпаниями	М: ИД «Университетская книга»	2010		

## 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (в ред. приказа РАНХиГС от 11.05.2016 г. № 01-2211).  
[http://www.ranepa.ru/images/docs/prikazy-ranhigs/Pologenie\\_o\\_samostoyatelnoi\\_rabote.pdf](http://www.ranepa.ru/images/docs/prikazy-ranhigs/Pologenie_o_samostoyatelnoi_rabote.pdf)

#### 6.4. Нормативные правовые документы.

1. Конституция Российской Федерации <http://www.constitution.ru/>
2. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 05.04.2016) "О средствах массовой информации" [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_1511/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/)
3. Федеральный закон «О рекламе»
4. Гражданский кодекс РФ, часть IV

#### 6.5. Интернет-ресурсы.

#### 6.6. Иные источники.

### **7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

*Требования к аудиториям (помещениям) для проведения занятий.*

Лекционные аудитории с компьютерным и проекционным оборудованием для демонстрации презентаций.

*Требования к программному обеспечению общего пользования.*

Необходимы проектор и ноутбук для демонстрации презентаций, а также устойчивый источник интернета для пользования сервисами онлайн-библиотек.

