

АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»

Утверждаю
Декан СПФ

_____ Т. В. Поштарева

«23» мая 2022 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) программы Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере

Квалификация выпускника бакалавр

Форма обучения очная, заочная

год начала подготовки - 2022

Разработана

канд. филол. наук доцент кафедры СГД

_____ О.А. Двоенко

Согласована

зав. выпускающей кафедры СГД

_____ Е.В. Смирнова

Рекомендована

на заседании кафедры СГД

от «23» мая 2022 г.

протокол № 11

Зав. кафедрой _____ Е.В. Смирнова

Одобрена

на заседании учебно-методической

комиссии СПФ

от «23» мая 2022 г.

протокол № 9

Председатель УМК
_____ Т. В. Поштарева

Ставрополь, 2022 г.

Содержание

| | Стр. |
|--|------|
| 1. Цели освоения дисциплины | 3 |
| 2. Место дисциплины в структуре ОПОП | 3 |
| 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине | 3 |
| 4. Объем дисциплины и виды учебной работы | 4 |
| 5. Содержание и структура дисциплины | 5 |
| 5.1. Содержание дисциплины | 5 |
| 5.2. Структура дисциплины | 7 |
| 5.3. Занятия семинарского типа | 8 |
| 5.4. Курсовой проект (курсовая работа, расчетно-графическая работа, реферат, контрольная работа) | 9 |
| 5.5. Самостоятельная работа | 9 |
| 6. Образовательные технологии | 10 |
| 7. Фонд оценочных средств (оценочные материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации | 10 |
| 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины | 10 |
| 8.1. Основная литература | 10 |
| 8.2. Дополнительная литература | 11 |
| 8.3. Программное обеспечение | 11 |
| 8.4. Профессиональные базы данных | 11 |
| 8.5 Информационные справочные системы | 11 |
| 8.6 Интернет-ресурсы | 11 |
| 8.7 Методические указания по освоению дисциплины | 11 |
| 9. Материально-техническое обеспечение дисциплины | 16 |
| 10. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья | 16 |
| Приложение к рабочей программе | 17 |

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» является овладение студентами теоретическими знаниями и практическими навыками в области профессионального функционирования отделов рекламы и связей с общественностью современных предприятий, учреждений и ведомств различных уровней и сфер хозяйствования; содержания профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; а также компетенциями в области управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью современных предприятий, учреждений и ведомств различных уровней и сфер хозяйствования.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» относится к дисциплинам части, формируемым участниками образовательных отношений Блока 1 – Дисциплины (модули) (Б.1В.7) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

| Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики) | Последующие дисциплины (курсы, модули, практики) |
|---|--|
| Экономика рекламных и PR агентств | PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании |
| Основы рекламы и PR | PR-технологии в коммерческой и некоммерческой деятельности |
| | Разработка и проведение рекламной кампании |
| | Технологии производства рекламного продукта |
| | Преддипломная практика |

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции | Результаты обучения |
|---|---|--|
| УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | УК-3.1. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами общества для решения поставленных задач | Знает особенности работы в коллективе. Умеет применять современные технологии взаимодействия с членами общества для решения поставленных задач |
| | УК-3.2. Соблюдает установленные нормы и правила командной работы, несет личную ответственность за общий результат | Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия. Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе. Владеет навыками социального взаимодействия и работы в команде |
| ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами | ПК-2.1. Организует работы по созданию и редактированию контента | Знает содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента Умеет распределять работы по созданию и редактированию контента Владеет навыками координации работы по созданию и редактированию контента |
| | ПК-2.2. Управляет информацией из различных источников | Знает специфику работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами Умеет работать с большими объемами информации Владеет навыками осуществления общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации |

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общий объем дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часа.

Очная форма обучения

| Вид учебной работы | Всего часов | Триместр |
|---|---------------------------------|---------------------------------|
| | | 6 |
| Контактная работа (всего) | 40 | 40 |
| в том числе: | - | - |
| 1) занятия лекционного типа (ЛК) | 20 | 20 |
| из них | - | - |
| - лекции | 20 | 20 |
| 2) занятия семинарского типа (ПЗ) | 20 | 20 |
| из них | - | - |
| - семинары (С) | - | - |
| - практические занятия (ПР) | 20 | 20 |
| - лабораторные работы (ЛР) | - | - |
| 3) групповые консультации | - | - |
| 4) индивидуальная работа | - | - |
| 5) промежуточная аттестация | - | - |
| Самостоятельная работа (всего) (СР) | 104 | 104 |
| в том числе: | - | - |
| Курсовой проект (работа) | - | - |
| Расчетно-графические работы | - | - |
| Контрольная работа | - | - |
| Реферат | - | - |
| Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.) | 104 | 104 |
| Подготовка к аттестации | | |
| Общий объем, час | 144 | 144 |
| Форма промежуточной аттестации | Дифференцированный зачет | Дифференцированный зачет |

Заочная форма обучения

| Вид учебной работы | Всего часов | Триместр |
|--|--------------|--------------|
| | | 6 |
| Контактная работа (всего) | 12,3 | 12,3 |
| в том числе: | - | - |
| 1) занятия лекционного типа (ЛК) | 4 | 4 |
| из них | - | - |
| - лекции | 4 | 4 |
| 2) занятия семинарского типа (ПЗ) | 8 | 8 |
| из них | - | - |
| - семинары (С) | - | - |
| - практические занятия (ПР) | 8 | 8 |
| - лабораторные работы (ЛР) | - | - |
| 3) групповые консультации | - | - |
| 4) индивидуальная работа | - | - |
| 5) промежуточная аттестация | 0,3 | 0,3 |
| Самостоятельная работа (всего) (СР) | 131,7 | 131,7 |
| в том числе: | - | - |
| Курсовой проект (работа) | - | - |
| Расчетно-графические работы | - | - |
| Контрольная работа | - | - |

| | | |
|---|---------------------------------|---------------------------------|
| Реферат | - | - |
| Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.) | 128 | 128 |
| Подготовка к аттестации | 3,7 | 3,7 |
| Общий объем, час | 144 | 144 |
| Форма промежуточной аттестации | Дифференцированный зачет | Дифференцированный зачет |

5. Содержание и структура дисциплины

5.1. Содержание дисциплины

| № п/п | Наименование раздела (темы) | Содержание раздела (темы) |
|-------|--|--|
| 1. | Теоретико-методологические основы исследования организаций | Организация: процесс, объект, свойство сложных систем. Предпосылки и характеристики организованной деятельности с точки зрения ее эффективности: роль коммуникации. Современные технологии взаимодействия и особенности работы в коллективе. Корпоративная культура как фактор повышения адаптивной гибкости фирмы в рыночных условиях. Способы осуществления социального взаимодействия и реализации своей роли в команде в процессе организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью современных предприятий, учреждений и ведомств различных уровней и сфер хозяйствования. |
| 2. | Организационно-правовые и профессионально-этические основы деятельности отделов рекламы и связей с общественностью | Задачи, функции отделов и служб по PR в организациях. Развитие служб по связям с общественности в современной России. Структура и функции типичной PR-службы, рекламного отдела, пресс-службы (на примере СК). Принципы, классификация и основные направления услуг в области связей с общественностью. Основные приемы и нормы социального взаимодействия и работы в команде. Федеральные законы о СМИ, рекламе, защите прав потребителей. Неформальные способы регулирования в области связей с общественностью: традиции, нормы, мораль, общественное мнение. Этика и профессиональные стандарты деятельности и поведения PR-специалиста. Сертификация и лицензирование профессионалов в СО. |
| 3. | Основные организационные структуры в связях с общественностью. | Основные организационные структуры в СО: независимый консультант-эксперт, корпоративный PR-департамент, типовое агентство, консалтинговая фирма по СО, независимая международная компания, международная сеть агентств. Специализированные формы организационных структур PR и их соотношение. Задачи, функции отделов и служб по PR в организациях. Структура типового агентства и консалтинговой фирмы в области связей с общественностью. Развитие служб по связям с общественности в современной России. Структура и функции PR-службы, рекламы, пресс-службы (на примере СК). Управление в структуре деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организация процесса создания коммуникационного продукта. |
| 4. | Основные направления деятельности отдела рекламы и связей с общественностью | Эволюция функций отдела по связям с общественностью. Организационная целесообразность и ключевые зоны ответственности корпоративного PR - подразделения. Типичная структура отдела: базовые функциональные позиции. Система взаимодействия/подчиненности штатных работников и проблема доступа к высшему руководству. Аналитическая, консультационная, коммуникативно-информационная работа: организация и исполнение. Взаимодействие с маркетологами и PR -специалистами. Аутсорсинг PR - функций, его выгоды и ограничения. |
| 5. | Связи с общественностью в государственных структурах, коммерческих и | Специфика и актуальность организации структур по связям с общественностью в государственном секторе. Организация мероприятий по осуществлению обратной связи с населением. Роль PR в государственной системе. Перспективы развития государственного рынка PR. Специфика работы в органах судебной, исполнительной и |

| | | |
|----|---|---|
| | некоммерческих организациях. | законодательной власти. Муниципальное самоуправление и связь с общественностью. Основные функции рекламы и PR в коммерческих организациях. Организация мероприятий по продвижению бренда и укреплению имиджа в коммерческом секторе. Некоммерческие организации и способы привлечения клиента к основной деятельности. |
| 6. | Коммуникативные функции и технология создания и поддержания имиджа отделом по рекламе и связях с общественностью. | Коммуникационная инфраструктура организации и процесс выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий. Штатный и чрезвычайный режимы функционирования: кризисные коммуникации фирмы. Понятие корпоративного имиджа, корпоративной культуры, фирменного стиля. Имидж в рекламе, политике, связях с общественностью: содержание и роль в процессе коммуникации. Технология построения имиджей – политика, товара, организации. Технология создания имиджа как совокупность методов, техник, инструментов изучения состояния имиджа, его формирования и коррекции. Инструменты: позиционирование, манипулирование, мифологизация, эмоционализация, вербализация, акцентирование информации, визуализация, опрос ОМ и др. Алгоритм формирования имиджа. Перевод сконструированной модели в практику. Корректировка самой модели, стратегий и действий. Требования к связям с общественностью в организациях. Содержание и методы решения задач и распределения работ по созданию и редактированию контента. Работа с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами. |
| 7. | Регламентация работы PR-отдела. Должностные инструкции основных сотрудников | Понятие и виды корпоративных регламентов. Стандарты подбора персонала. Статус и уровень полномочий в области разработки политики стратегических коммуникаций организации руководителя подразделения. Квалификационная характеристика специалиста по связям с общественностью и/или рекламе. Профессиограмма соискателя должности. Должностная инструкция менеджера по рекламе/связям с общественностью Правовые основы профессиональной деятельности специалистов PR. |
| 8. | Документооборот PR - подразделения | Разновидности проектной документации: техническое задание, концепция проекта, календарный план, графики выполнения работ, технический сценарий мероприятия. Разработка бюджета работы PR - подразделения и отдельных проектов: соотношение постоянных, переменных и накладных расходов. Оформление результатов медиа-мониторинга: пресс-клиппинг, дайджест, информационный бюллетень. Отчетность в режиме реального времени: дэш-борды. Форматы плановой отчетности. Отчетность по конкретным проектам. Оформление отношений с внешними подрядчиками: типовой договор, счет-фактура, акт приемки, гарантийное письмо. Система и практика современного делопроизводства и в данной сфере. |
| 9. | Технологический цикл формирования и реализации информационной и рекламной политики организации/учреждения | Модели организации PR -процессов. Основные технологические уровни: стратегическая концепция, тактический план действий, сценарий акции. Корпоративные события, их управляемые и неуправляемые параметры. Корпоративное событие как информационный повод. Информационная повестка. Особенности интерпретации события. Новостная ценность корпоративного сообщения. Оценка значимости и приоритетности получаемой информации. Способы взаимодействия с журналистами. Панель уполномоченных экспертов: направленные утечки корпоративной информации. Подбор внешних комментаторов и взаимодействие с текущей картой отраслевых новостей. |

| | | |
|----|---|--|
| | | <p>Формулировка и утверждение технических заданий. График работ. Составление сметы. Виды отчетности: план-фактный подход и оценка ключевых индикаторов эффективности. Технологии формирования открытой информационной политики организации: контекстное позиционирование.</p> |
| 10 | Базовые рабочие документы по рекламе и PR. | <p>Виды рабочих PR-документов, используемых в сотрудничестве со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования Оперативные рабочие информационные документы: пресс-релиз (анонсирующий, промежуточный, итоговый, корпоративный), информационная справка (бэкграунд), пресс-кит, пресс-досье, заявление для печати, интервью для печати (очное, заочное, комбинированное, виртуальное), информационный бюллетень (newsletter), информационно-аналитический отчет, заявка клиента на PR-услуги (PR-brief), биографическая справка, аналитическая справка, статья опровержение, «red folder», приглашение на PR-мероприятие, форма базы данных целевых СМИ и аудиторий, сценарий PR-мероприятия, анкеты и опросные листы, фотоподборки и фоторепортажи. Имиджевые корпоративные документы. Интерактивные электронные имиджевые документы в интернете. Служебные PR-документы: PR-brief, распределение обязанностей между клиентом и агентством, постатейная разбивка бюджета.</p> |
| 11 | Проектный подход в деятельности: Команда, управление проектом | <p>Особенности проектного подхода в деятельности подразделения. Проект, программа, кампания: особенности постановки целей. Управление проектом (общее поэтапное содержание работы). Типичные амплуа функционеров проекта, критерии отбора персонала. Командные эффекты совместной деятельности. Процессы медиации и фасилитации, преодоление разногласий в ходе принятия общегрупповых решений. Проблема оптимизации ресурсов времени команды проекта и современные приемы решения. Личная самоорганизация руководителя и обучение подчиненных.</p> |
| 12 | Основные подходы и формы оценки эффективности рекламной/ PR - деятельности предприятия/учреждения | <p>Оценка эффективности отдела рекламы и связей с общественностью по основным показателям (качество и объем работы, регулярность подготовки аналитических отчетов, их качество; дисциплинированность сотрудника, лояльность и пр.), результатам (регулярность общения с коллегами, журналистами и др. структурами; используемые формы коммуникации; оперативность получения информации внутри компании; использование услуг внешних консультантов; способность заблаговременно выявлять проблемные сферы, отслеживание и прогнозирование влияния на компанию социально-экономических и политических факторов непосредственной среды), характеру сформированности общественного мнения и мнения в органах власти, бизнеса и др. (эмоциональная окраска упоминания компании в СМИ, в деловой среде, в ОГВ), др</p> |

5.2. Структура дисциплины

Очная форма обучения

| № п/п | Наименование раздела (темы) | Количество часов | | | | | |
|-------|--|------------------|----|---|----|----|----|
| | | Всего | ЛК | С | ПР | ЛР | СР |
| 1. | Теоретико-методологические основы исследования организаций | 12 | 2 | - | 2 | - | 8 |
| 2. | Организационно-правовые и профессионально-этические основы деятельности отделов рекламы и связей с общественностью | 12 | 2 | - | 2 | - | 8 |
| 3. | Основные организационные структуры в связях с общественностью. | 12 | 2 | - | 2 | - | 8 |
| 4. | Основные направления деятельности отдела рекламы и связей с общественностью | 12 | 2 | - | 2 | - | 8 |
| 5. | Связи с общественностью в государственных структурах, коммерческих и некоммерческих организациях. | 13 | 2 | - | 2 | - | 9 |
| 6. | Коммуникативные функции и технология создания и | 13 | 2 | - | 2 | - | 9 |

| | | | | | | | |
|--------------------|---|------------|-----------|----------|-----------|----------|------------|
| | поддержания имиджа отделом по рекламе и связях с общественностью. | | | | | | |
| 7. | Регламентация работы ПР-отдела. Должностные инструкции основных сотрудников | 13 | 2 | - | 2 | - | 9 |
| 8. | Документооборот PR -подразделения | 11 | - | - | 2 | - | 9 |
| 9. | Технологический цикл формирования и реализации информационной и рекламной политики организации/учреждения | 11 | 2 | - | - | - | 9 |
| 10. | Базовые рабочие документы по рекламе и PR. | 13 | 2 | - | 2 | - | 9 |
| 11. | Проектный подход в деятельности: Команда, управление проектом | 9 | - | - | - | - | 9 |
| 12. | Основные подходы и формы оценки эффективности рекламной/ PR -деятельности предприятия/учреждения | 13 | 2 | - | 2 | - | 9 |
| | Аттестация дифференцированный зачет | - | | | | | |
| Общий объем | | 144 | 20 | - | 20 | - | 104 |

Заочная форма обучения

| № п/п | Наименование раздела (темы) | Количество часов | | | | | |
|--------------------|--|------------------|----------|----------|----------|----------|------------|
| | | Всего | ЛК | С | ПР | ЛР | СР |
| 1. | Теоретико-методологические основы исследования организаций | 12 | - | - | 2 | - | 10 |
| 2. | Организационно-правовые и профессионально-этические основы деятельности отделов рекламы и связей с общественностью | 12 | 2 | - | - | - | 10 |
| 3. | Основные организационные структуры в связях с общественностью. | 12 | - | - | 2 | - | 10 |
| 4. | Основные направления деятельности отдела рекламы и связей с общественностью | 12 | 2 | - | - | - | 10 |
| 5. | Связи с общественностью в государственных структурах, коммерческих и некоммерческих организациях. | 12 | - | - | 2 | - | 10 |
| 6. | Коммуникативные функции и технология создания и поддержания имиджа отделом по рекламе и связях с общественностью. | 10 | - | - | - | - | 10 |
| 7. | Регламентация работы ПР-отдела. Должностные инструкции основных сотрудников | 11 | - | - | - | - | 11 |
| 8. | Документооборот PR -подразделения | 11 | - | - | - | - | 11 |
| 9. | Технологический цикл формирования и реализации информационной и рекламной политики организации/учреждения | 11 | - | - | - | - | 11 |
| 10. | Базовые рабочие документы по рекламе и PR. | 13 | - | - | 2 | - | 11 |
| 11. | Проектный подход в деятельности: Команда, управление проектом | 11 | - | - | - | - | 11 |
| 12. | Основные подходы и формы оценки эффективности рекламной/ PR -деятельности предприятия/учреждения | 13 | - | - | - | - | 13 |
| | Промежуточная аттестация | 0,3 | | | | | |
| | Подготовка к аттестации (дифференцированный зачет) | 3,7 | | | | | |
| Общий объем | | 144 | 4 | - | 8 | - | 128 |

5.3. Занятия семинарского типа

Очная форма обучения

| № п/п | № раздела (темы) | Вид занятия | Наименование | Количество часов |
|-------|------------------|-------------|--|------------------|
| 1. | 1. | ПР | Теоретико-методологические основы исследования организаций | 2 |
| 2. | 2. | ПР | Организационно-правовые и профессионально-этические основы деятельности отделов рекламы и связей с общественностью | 2 |

| | | | | |
|-------------|-----|----|---|----|
| 3. | 3. | ПР | Основные организационные структуры в связях с общественностью. | 2 |
| 4. | 4. | ПР | Основные направления деятельности отдела рекламы и связей с общественностью | 2 |
| 5. | 5. | ПР | Связи с общественностью в государственных структурах, коммерческих и некоммерческих организациях. | 2 |
| 6. | 6. | ПР | Коммуникативные функции и технология создания и поддержания имиджа отделом по рекламе и связях с общественностью. | 2 |
| 7. | 7. | ПР | Регламентация работы ПР-отдела. Должностные инструкции основных сотрудников | 2 |
| 8. | 8. | ПР | Документооборот PR -подразделения | 2 |
| 9. | 10. | ПР | Базовые рабочие документы по рекламе и PR. | 2 |
| 10. | 12. | ПР | Основные подходы и формы оценки эффективности рекламной/ PR - деятельности предприятия/учреждения | 2 |
| Общий объем | | | | 20 |

Заочная форма обучения

| № п/п | № раздела (темы) | Вид занятия | Наименование | Количество часов |
|-------------|------------------|-------------|--|------------------|
| 1. | 1. | ПР | Теоретико-методологические основы исследования организаций | 2 |
| 2. | 2. | ПР | Организационно-правовые и профессионально-этические основы деятельности отделов рекламы и связей с общественностью | - |
| 3. | 3. | ПР | Основные организационные структуры в связях с общественностью. | 2 |
| 4. | 4. | ПР | Основные направления деятельности отдела рекламы и связей с общественностью | - |
| 5. | 5. | ПР | Связи с общественностью в государственных структурах, коммерческих и некоммерческих организациях. | 2 |
| 6. | 6. | ПР | Коммуникативные функции и технология создания и поддержания имиджа отделом по рекламе и связях с общественностью. | - |
| 7. | 8. | ПР | Документооборот PR -подразделения | - |
| 8. | 10. | ПР | Базовые рабочие документы по рекламе и PR. | 2 |
| 9. | 12. | ПР | Основные подходы и формы оценки эффективности рекламной/ PR - деятельности предприятия/учреждения | - |
| Общий объем | | | | 8 |

5.4. Курсовой проект (курсовая работа, расчетно-графическая работа, реферат, контрольная работа) *не предусмотрен*

5.5. Самостоятельная работа

Очная форма обучения

| № раздела (темы) | Виды самостоятельной работы | Количество часов |
|------------------|---|------------------|
| 1-12 | Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка к устному опросу Подготовка к тестированию | 104 |
| 1-12 | Подготовка к аттестации | - |

Заочная форма обучения

| № раздела (темы) | Виды самостоятельной работы | Количество часов |
|------------------|-----------------------------|------------------|
|------------------|-----------------------------|------------------|

| | | |
|------|---|-----|
| 1-12 | Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка к устному опросу Подготовка к тестированию | 128 |
| 1-12 | Подготовка к аттестации | 3,7 |

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Технологии деятельностного и диалогового обучения (практические задания, игровые упражнения)

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

- сбор, хранение, систематизация и выдача учебной и научной информации;
- обработка текстовой, графической и эмпирической информации;
- подготовка, конструирование и презентация итогов исследовательской и аналитической деятельности;
- самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных;
- использование электронной почты преподавателей и обучающихся для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем.

На практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные с помощью программного приложения MicrosoftPowerPoint, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Интерактивные и активные образовательные технологии

Очная форма обучения

| № раздела (темы) | Вид занятия (ЛК, ПР, С, ЛР) | Используемые интерактивные и активные образовательные технологии | Количество часов |
|------------------|-----------------------------|--|------------------|
| 3. | ПР | Выполнение практического задания | 2 |
| 5. | ПР | Выполнение практического задания | 2 |

Заочная форма обучения

| № раздела (темы) | Вид занятия (ЛК, ПР, С, ЛР) | Используемые интерактивные и активные образовательные технологии | Количество часов |
|------------------|-----------------------------|--|------------------|
| 3. | ПР | Выполнение практического задания | 2 |

Практическая подготовка обучающихся

| № раздела (темы) | Вид занятия (ЛК, ПР, ЛР) | Виды работ | Количество часов | |
|------------------|--------------------------|--|------------------|-----|
| | | | ОФО | ЗФО |
| 1 | ПР | Провести SWOT-анализ рекламной кампании (товар/услуга и цель рекламной кампании - на выбор обучающегося, например, стимулирование продаж, внедрение нового товара на рынок и т.п.) | 2 | 2 |
| 12 | ПР | Провести оценку экономической эффективности рекламной кампании путем измерения влияния рекламы на развитие товарооборота, экономического эффекта рекламирования и рентабельности рекламы с использованием формул расчета дополнительного товарооборота, экономического эффекта рекламирования и рентабельности рекламирования товара (кампания - на выбор обучающегося, например, ренейминг торговой марки, рекламная промо-акция новой коллекции одежды и т.д.) | 2 | - |

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Фонд оценочных средств(оценочные материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по дисциплине приводятся в приложении.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Основная литература

1. Исаенко, Е. В. Экономические и организационные основы рекламной деятельности : учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности «Маркетинг» / Е. В. Исаенко, А. Г. Васильев. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 351 с. — ISBN 978-5-238-01662-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81720.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Сабетова, Т. В. Реклама и рекламная деятельность [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т. В. Сабетова ; под ред. Е. В. Закшевская. — Электрон. текстовые данные. — Воронеж : Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2016. — 165 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72744.html>

8.2. Дополнительная литература

1. Бернадская, Ю. С. Звук в рекламе [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 (350700) «Реклама» / Ю. С. Бернадская. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 135 с. — 978-5-238-01245-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81771.html>

2. Есикова, И. В. Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний [Электронный ресурс] / И. В. Есикова. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 160 с. — 978-5-394-01653-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75208.html>

3. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р. Ю. Овчинникова ; под ред. Л. М. Дмитриева. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 239 с. — 978-5-238-01525-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/74886.html>

4. Мельникова, Н. А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Н. А. Мельникова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 178 с. — ISBN 978-5-394-03570-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/90235.html>.

8.3. Программное обеспечение

Microsoft Windows, Яндекс 360, Google Chrome, Яндекс.Браузер.

8.4. Профессиональные базы данных

База данных рекламы и PR - <http://www.adbusiness.ru/>

Directory of Open Access Journals (DOAJ) - <https://doaj.org/>

8.5. Информационные справочные системы

1С: Библиотека - <https://www.sksi.ru/environment/eor/library/>

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» - <http://www.consultant.ru/>

Поисковые системы

Поисковая система Яндекс - <https://www.yandex.ru/>

Поисковая система Rambler - <https://www.rambler.ru/>

8.6. Интернет-ресурсы

Бесплатная электронная библиотека онлайн «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - <http://www.window.edu.ru>

Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов - <http://school-collection.edu.ru/>

Научная электронная библиотека - <http://www.elibrary.ru/>

Научная электронная библиотека «Киберленинка» - <http://cyberleninka.ru/>

Национальная Электронная Библиотека (НЭБ) - <https://неб.рф>

Онлайн-курсы ведущих вузов страны для студентов - https://www.minobrnauki.gov.ru/common/upload/library/2020/03/Spisok_onlayn-kursov.pdf

Открытый лекторий ученых МГУ - <https://teach-in.ru/>

Открытый образовательный видеопортал UniverTV.ru - <http://univertv.ru/>

Просветительский проект Лекториум - <https://www.lektorium.tv/>

Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов - <http://fcior.edu.ru/>

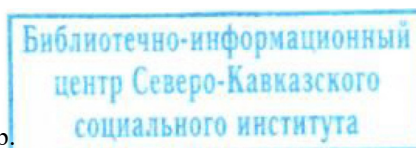
Электронная библиотечная система «СКСИ» - <https://www.sksi.ru/environment/ebs/1363/>

Электронно-библиотечная система «IPRBooks» - <http://www.iprbookshop.ru/>

Электронно-библиотечная система «ЮРАЙТ» - <https://urait.ru/>

8.7. Методические указания по освоению дисциплины

Аудиторные занятия планируются в рамках такой образовательной технологии, как проблемно-ориентированный подход с учетом профессиональных и личностных особенностей обучающихся. Это позволяет учитывать исходный уровень знаний обучающихся, а также существующие технические возможности обучения.



Методологической основой преподавания дисциплины являются научность и объективность.

Лекция является первым шагом подготовки студентов к практическим занятиям. Проблемы, поставленные в ней, на практическом занятии приобретают конкретное выражение и решение.

Преподаватель на вводной лекции определяет структуру дисциплины, поясняет цели и задачи изучения дисциплины, формулирует основные вопросы и требования к результатам освоения. При проведении лекций, как правило, выделяются основные понятия и определения.

На первом занятии преподаватель доводит до обучающихся требования к текущей и промежуточной аттестации, порядок работы в аудитории и нацеливает их на проведение самостоятельной работы с учетом количества часов, отведенных на нее учебным планом по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и рабочей программой по дисциплине.

Методические указания для подготовки к лекции

Аудиторные занятия планируются в рамках такой образовательной технологии, как проблемно-ориентированный подход с учетом профессиональных и личностных особенностей обучающихся. Это позволяет учитывать исходный уровень знаний обучающихся, а также существующие технические возможности обучения.

Методологической основой преподавания дисциплины являются научность и объективность.

Лекция является первым шагом подготовки студентов к практическим занятиям. Проблемы, поставленные в ней, на практическом занятии приобретают конкретное выражение и решение.

Преподаватель на вводной лекции определяет структуру дисциплины, поясняет цели и задачи изучения дисциплины, формулирует основные вопросы и требования к результатам освоения. При проведении лекций, как правило, выделяются основные понятия и определения. При описании закономерностей обращается особое внимание на сравнительный анализ конкретных примеров.

На первом занятии преподаватель доводит до обучающихся требования к текущей и промежуточной аттестации, порядок работы в аудитории и нацеливает их на проведение самостоятельной работы с учетом количества часов, отведенных на нее учебным планом по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и рабочей программой по дисциплине.

Рекомендуя литературу для самостоятельного изучения, преподаватель поясняет, каким образом максимально использовать возможности, предлагаемые библиотекой АНО ВО СКСИ, в том числе ее электронными ресурсами, а также сделает акцент на привлечение ресурсов сети Интернет и профессиональных баз данных для изучения практики.

Выбор методов и форм обучения по дисциплине определяется:

- общими целями образования, воспитания, развития и психологической подготовки обучающихся;
- особенностями учебной дисциплины и спецификой ее требований к отбору дидактических методов;
- целями, задачами и содержанием материала конкретного занятия;
- временем, отведенным на изучение того или иного материала;
- уровнем подготовленности обучающихся;
- уровнем материальной оснащенности, наличием оборудования, технических средств.

Лекции дают обучающимся систематизированные знания по дисциплине, концентрируют их внимание на наиболее сложных и важных вопросах.

Лекции обычно излагаются в традиционном или в проблемном стиле. Проблемный стиль позволяет стимулировать активную познавательную деятельность обучающихся и их интерес к дисциплине, формировать творческое мышление, прибегать к противопоставлениям и сравнениям, делать обобщения, активизировать внимание обучающихся путем постановки проблемных вопросов, поощрять дискуссию. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть того или иного явления или процессов, выводы и практические рекомендации.

В конце лекции делаются выводы и определяются задачи на самостоятельную работу. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть того или иного явления или процессов, научные выводы и практические рекомендации. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю.

Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов:

План-конспект – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

Текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

Свободный конспект – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

Тематический конспект – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

Подготовленный конспект и рекомендуемая литература используются при подготовке к и практическим занятиям. Подготовка сводится к внимательному прочтению учебного материала, к выводу с карандашом в руках всех утверждений, к решению примеров, задач, к ответам на вопросы. Примеры, задачи, вопросы по теме являются средством самоконтроля.

Методические указания по подготовке к практическим занятиям

Целью практических занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков.

В ходе подготовки к практическому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем практические задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы. Желательно при подготовке к практическим занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

Работа над литературой, состоит из трёх этапов – чтения работы, её конспектирования, заключительного обобщения сути изучаемой работы. Прежде, чем браться за конспектирование, скажем, статьи, следует её хотя бы однажды прочитать, чтобы составить о ней предварительное мнение, постараться выделить основную мысль или несколько базовых точек, опираясь на которые можно будет в дальнейшем работать с текстом. Конспектирование – дело очень тонкое и трудоёмкое, в общем виде может быть определено как фиксация основных положений и отличительных черт рассматриваемого труда вкупе с творческой переработкой идей, в нём содержащихся. Конспектирование – один из эффективных способов усвоения письменного текста. Достоинством заключительного обобщения как самостоятельного этапа работы с текстом является то, что здесь читатель, будучи автором обобщений, отделяет себя от статьи, что является гарантией независимости читателя от текста.

Методические указания по выполнению практических заданий

Ответы на вопросы проблемного характера

В процессе выполнения практических заданий, которые предполагают подготовку ответа на вопрос проблемного характера, мотивирующего студента к размышлению по поводу определенной проблемы или содержат требование прокомментировать высказывание того или иного мыслителя, следует придерживаться следующего алгоритма работы:

- 1) Необходимо определить ключевую проблему, содержащуюся в вопросе, и сформулировать ее суть;
- 2) Раскрыть свое понимание (интерпретацию высказанной идеи);
- 3) Обосновать и аргументировать собственную точку зрения по данному вопросу.

Выполнение подобных дидактических задач, содержащих определенную проблемную ситуацию, требующую непосредственного разрешения, активизирует процесс мышления, побуждая к аналитической деятельности, к мобилизации знаний, умения размышлять. Вхождение в процесс поиска решения придает вновь приобретаемому знанию личностный смысл и значение, способствует переводу из мировоззренческого плана восприятия в сферу формирования внутренних убеждений и активизации принципа деятельностного отношения к действительности.

Методические указания по организации самостоятельной работы обучающегося

Для индивидуализации образовательного процесса самостоятельную работу (СР) можно разделить на базовую и дополнительную.

Базовая СР обеспечивает подготовку обучающегося к текущим аудиторным занятиям и контрольным мероприятиям для всех дисциплин учебного плана. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных контрольных работ, тестовых заданий, сделанных докладов и других форм текущего контроля. Базовая СР может включать следующие формы работ: изучение лекционного материала, предусматривающие проработку конспекта лекций и учебной литературы; поиск (подбор) и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса; выполнение домашнего задания или домашней контрольной работы, выдаваемых на практических занятиях; изучение материала, вынесенного на самостоятельное изучение; подготовка к практическим занятиям; подготовка к контрольной работе или коллоквиуму; подготовка к зачету, аттестациям; написание реферата (эссе) по заданной проблеме.

Дополнительная СР направлена на углубление и закрепление знаний обучающегося, развитие аналитических навыков по проблематике учебной дисциплины. К ней относятся: подготовка к экзамену; выполнение курсовой работы или проекта; исследовательская работа и участие в научных студенческих конференциях, семинарах и олимпиадах; анализ научной публикации по заранее определенной преподавателем теме; анализ статистических и фактических материалов по заданной теме, проведение расчетов, составление схем и моделей на основе статистических материалов и др.

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы: аудиторная и внеаудиторная. Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданиям. Основными формами самостоятельной работы обучающегося с участием преподавателей являются: текущие консультации; коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплины; прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий) и др.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется обучающимся по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. Основными формами самостоятельной работы обучающегося без участия преподавателей являются: формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.); написание рефератов, эссе; подготовка к практическим занятиям (подготовка сообщений, докладов, заданий); составление аннотированного списка статей из соответствующих журналов по отраслям знаний (педагогических, психологических, методических и др.); углубленный анализ научно-методической литературы (подготовка рецензий, аннотаций на статью, пособие и др.); выполнение заданий по сбору материала во время практики; овладение

студентами конкретных учебных модулей, вынесенных на самостоятельное изучение; подбор материала, который может быть использован для написания рефератов, курсовых и квалификационных работ; подготовка презентаций; составление глоссария, кроссворда по конкретной теме; подготовка к занятиям, проводимым с использованием активных форм обучения (круглые столы, диспуты, деловые игры); анализ деловых ситуаций (мини-кейсов). Границы между этими видами работ относительны, а сами виды самостоятельной работы пересекаются.

Методические указания по изучению специальной методической литературы и анализа научных источников

Всю литературу можно разделить на учебники и учебные пособия, оригинальные научные монографические источники, научные публикации в периодической печати. Из них можно выделить литературу основную (рекомендуемую), дополнительную и литературу для углубленного изучения дисциплины.

Изучение дисциплины следует начинать с учебника, поскольку учебник – это книга, в которой изложены основы научных знаний по определенному предмету в соответствии с целями и задачами обучения, установленными программой.

При работе с литературой следует учитывать, что имеются различные виды чтения, и каждый из них используется на определенных этапах освоения материала.

Предварительное чтение направлено на выявление в тексте незнакомых терминов и поиск их значения в справочной литературе. В частности, при чтении указанной литературы необходимо подробнейшим образом анализировать понятия.

Сквозное чтение предполагает прочтение материала от начала до конца. Сквозное чтение литературы из приведенного списка дает возможность обучающемуся сформировать свод основных понятий из изучаемой области и свободно владеть ими.

Выборочное – наоборот, имеет целью поиск и отбор материала. В рамках данного курса выборочное чтение, как способ освоения содержания курса, должно использоваться при подготовке к практическим занятиям по соответствующим разделам.

Аналитическое чтение – это критический разбор текста с последующим его конспектированием. Освоение указанных понятий будет наиболее эффективным в том случае, если при чтении текстов обучающийся будет задавать к этим текстам вопросы. Часть из этих вопросов сформулирована в приведенном в ФОС перечне вопросов для собеседования. Перечень этих вопросов ограничен, поэтому важно не только содержание вопросов, но сам принцип освоения литературы с помощью вопросов к текстам.

Целью изучающего чтения является глубокое и всестороннее понимание учебной информации.

Есть несколько приемов изучающего чтения:

1. Чтение по алгоритму предполагает разбиение информации на блоки: название; автор; источник; основная идея текста; фактический материал; анализ текста путем сопоставления имеющихся точек зрения по рассматриваемым вопросам; новизна.

2. Прием постановки вопросов к тексту имеет следующий алгоритм: медленно прочитать текст, стараясь понять смысл изложенного; выделить ключевые слова в тексте; постараться понять основные идеи, подтекст и общий замысел автора.

3. Прием тезирования заключается в формулировании тезисов в виде положений, утверждений, выводов.

К этому можно добавить и иные приемы: прием реферирования, прием комментирования.

Важной составляющей любого солидного научного издания является список литературы, на которую ссылается автор. При возникновении интереса к какой-то обсуждаемой в тексте проблеме всегда есть возможность обратиться к списку относящейся к ней литературы. В этом случае вся проблема как бы разбивается на составляющие части, каждая из которых может изучаться отдельно от других. При этом важно не терять из вида общий контекст и не погружаться чрезмерно в детали, потому что таким образом можно не увидеть главного.

Методические указания по подготовке к тестированию

Как и любая другая форма подготовки к контролю знаний, тестирование имеет ряд особенностей, знание которых помогает успешно выполнить тест.

– Прежде всего, следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся. Это поможет настроиться на работу.

– Лучше начинать отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений, пока не останавливаясь на тех, которые могут вызвать долгие раздумья. Это позволит успокоиться и сосредоточиться на выполнении более трудных вопросов.

– Очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытаясь понять условия «по первым словам» или выполнив подобные задания в предыдущих тестированиях. Такая спешка нередко приводит к досадным ошибкам в самых легких вопросах.

– Если вы не знаете ответа на вопрос или не уверены в правильности, следует пропустить его и отметить, чтобы потом к нему вернуться.

– Лучше думать только о текущем задании. Как правило, задания в тестах не связаны друг с другом непосредственно, поэтому необходимо концентрироваться на данном вопросе и находить решения, подходящие именно к нему. Кроме того, выполнение этой рекомендации даст еще один психологический эффект – позволит забыть о неудаче в ответе на предыдущий вопрос, если таковая имела место.

– Многие задания можно быстрее решить, если не искать сразу правильный вариант ответа, а последовательно исключать те, которые явно не подходят. Метод исключения позволяет в итоге сконцентрировать внимание на одном-двух вероятных вариантах.

– Рассчитывать выполнение заданий нужно всегда так, чтобы осталось время на проверку и доработку (примерно 1/3-1/4 запланированного времени). Тогда вероятность описок сводится к нулю и имеется время, чтобы набрать максимум баллов на легких заданиях и сосредоточиться на решении более трудных, которые вначале пришлось пропустить.

– Процесс угадывания правильных ответов желательно свести к минимуму, так как это чревато тем, что студент забудет о главном: умении использовать имеющиеся накопленные в учебном процессе знания, и будет надеяться на удачу. Если уверенности в правильности ответа нет, но интуитивно появляется предпочтение, то психологи рекомендуют доверять интуиции, которая считается проявлением глубинных знаний и опыта, находящихся на уровне подсознания.

При подготовке к тесту или даже экзамену не следует просто заучивать раздел учебника, необходимо понять логику изложенного материала. Этому немало способствует составление развернутого плана, таблиц, схем, внимательное изучение исторических карт. Большую помощь оказывают разнообразные опубликованные сборники тестов, Интернет-тренажеры, позволяющие, во-первых, закрепить знания, во-вторых, приобрести соответствующие психологические навыки саморегуляции и самоконтроля. Именно такие навыки не только повышают эффективность подготовки, позволяют более успешно вести себя во время экзамена, но и вообще способствуют развитию навыков мыслительной работы.

Методические указания по подготовке к устному опросу

Самостоятельная работа студентов включает подготовку к устному опросу на практических занятиях. Для этого студент изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов. Кроме того, изучению должны быть подвергнуты различные источники права, как регламентирующие правоотношения, возникающие в рамках реализации основ права, так и отношения, что определяют реализацию их, либо следуют за ними.

Тема и вопросы к практическим занятиям по дисциплине доводятся до студентов заранее. Эффективность подготовки студентов к устному опросу зависит от качества ознакомления с рекомендованной литературой. Для подготовки к устному опросу студенту необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в рекомендованной литературе, записях с лекционного занятия, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения, составить тезисы выступления по отдельным проблемным аспектам. В среднем, подготовка к устному опросу по одному практическому занятию занимает от 2 до 4 часов в зависимости от сложности темы и особенностей организации студентом своей самостоятельной работы.

Методические указания по подготовке к промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме дифференцированного зачета.

Промежуточная аттестация по дисциплине в форме дифференцированного зачета определяются на основании результатов текущего контроля успеваемости студента в течение периода обучения.

На промежуточной аттестации определяется качество и объем усвоенных студентами знаний, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения, а также умение работать с нормативными документами в рамках дисциплины. Она может проводиться в устной или письменной формах. Форму проведения определяет кафедра.

Подготовка к промежуточной аттестации – процесс индивидуальный. Тем не менее, существуют некоторые правила, знания которых могут быть полезны для всех. Залогом успешной сдачи промежуточной аттестации является систематическая работа над учебной дисциплиной в течение семестра. Подготовку желательно вести, исходя из требований программы учебной дисциплины.

Целесообразно пошаговое освоение материала, выполнение различных заданий по мере изучения соответствующих содержательных разделов дисциплины. Если, готовясь к промежуточной аттестации, вы испытываете затруднения, обращайтесь за советом к преподавателю, тем более что при систематической подготовке у вас есть такая возможность.

Готовясь к промежуточной аттестации, лучше всего сочетать повторение теоретических вопросов с выполнением практических заданий. Требования к знаниям студентов определены федеральным государственным образовательным стандартом и рабочей программой дисциплины.

Цель промежуточной аттестации — проверка и оценка уровня полученных студентом специальных познаний по учебной дисциплине и соответствующих им умений и навыков, а также умения логически мыслить, аргументировать избранную научную позицию, реагировать на дополнительные вопросы, ориентироваться в массиве информации, дефиниций и категорий права. Оценке подлежат правильность и грамотность речи студента, а также его достижения в течение семестра.

Дополнительной целью промежуточной аттестации является формирование у студентов таких качеств, как организованность, ответственность, трудолюбие, принципиальность, самостоятельность. Таким образом, проверяется сложившаяся у студента система знаний по дисциплине, что играет большую роль в подготовке будущего специалиста, способствует получению им фундаментальной и профессиональной подготовки.

При подготовке к промежуточной аттестации важно правильно и рационально распланировать свое время, чтобы успеть на качественно высоком уровне подготовиться к ответам по всем вопросам. Во время подготовки к студентам также

систематизируют знания, которые они приобрели при изучении основных тем курса в течение триместра. Это позволяет им уяснить логическую структуру дисциплины, объединить отдельные темы в единую систему, увидеть перспективы ее развития.

Самостоятельная работа по подготовке к промежуточной аттестации во время сессии должна планироваться студентом, исходя из общего объема вопросов, вынесенных на зачет, так, чтобы за предоставленный для подготовки срок он смог равномерно распределить приблизительно равное количество вопросов для ежедневного изучения (повторения). Важно, чтобы один последний день (либо часть его) был выделен для дополнительного повторения всего объема вопросов в целом. Это позволяет студенту самостоятельно перепроверить усвоение материала.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации дисциплины требуется следующее материально-техническое обеспечение:

- для проведения занятий лекционного типа – учебная аудитория, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, экран, проектор, ноутбук.
- для проведения занятий семинарского типа - учебная аудитория, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, экран, проектор, ноутбук.
- для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации - учебная аудитория, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, экран, проектор, ноутбук.
- для групповых консультаций - учебная аудитория, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, экран, проектор, ноутбук.
- для самостоятельной работы обучающихся - аудитория, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Организации.

10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ЛИЦАМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (тьютора), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины обеспечивается:

- 1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
 - присутствие тьютора, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
 - письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,
 - специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),
 - индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,
 - при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;
- 2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:
 - присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
 - обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;
- 3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются тьютору;
 - по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

по дисциплине «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью»

1. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ, ФОРМИРУЕМЫХ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Описание показателей оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля), и используемые оценочные средства приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели оценивания и оценочные средства для оценивания результатов обучения по дисциплине

| Код и наименование формируемой компетенции | Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции | Показатели оценивания (результаты обучения) | Процедуры оценивания (оценочные средства) | |
|---|---|--|---|-------------------------------------|
| | | | текущий контроль успеваемости | промежуточная аттестация |
| УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | УК-3.1. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами общества для решения поставленных задач | Знает особенности работы в коллективе. | Устный опрос (вопрос № 1-6); Тест (№1) | Устный опрос (вопрос №1, 10-13, 28) |
| | | Умеет применять современные технологии взаимодействия с членами общества для решения поставленных задач | Практические задания (№ 1, 10) | Практические задания (№ 2, 7, 9) |
| | УК-3.2. Соблюдает установленные нормы и правила командной работы, несет личную ответственность за общий результат | Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия. | Устный опрос (вопрос № 1-6); Тест (№1) | Устный опрос (вопрос № 2-9) |
| | | Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе. | Практические задания (№ 5, 12) | Практические задания (№ 1, 6) |
| | | Владеет навыками социального взаимодействия и работы в команде | Практические задания (№ 5, 12) | Практические задания (№ 1, 6) |
| | | | | |
| ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами | ПК-2.1. Организует работу по созданию и редактированию контента | Знает содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента | Устный опрос (вопрос № 1-6); Тест (№1) | Устный опрос (вопрос № 14-20) |
| | | Умеет распределять работы по созданию и редактированию контента | Практические задания (№ 3, 8) | Практические задания (№ 3, 5) |

| Код и наименование формируемой компетенции | Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции | Показатели оценивания (результаты обучения) | Процедуры оценивания (оценочные средства) | |
|--|--|--|---|-------------------------------|
| | | | текущий контроль успеваемости | промежуточная аттестация |
| | ПК-2.2. Управляет информацией из различных источников | Владеет навыками координации работы по созданию и редактированию контента | Практические задания (№ 3, 8) | Практические задания (№ 3, 5) |
| | | Знает специфику работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами | Устный опрос (вопрос № 1-6); Тест (№1) | Устный опрос (вопрос № 21-27) |
| | | Умеет работать с большими объемами информации | Практические задания (№ 2, 11) | Практические задания (№ 4, 8) |
| | | Владеет навыками осуществления общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации | Практические задания (№ 2, 11) | Практические задания (№ 4, 8) |
| Знания, умения, навыки УК-3, ПК-2 | | | | Дифференцированный зачет |

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ

2.1. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания в рамках текущего контроля успеваемости

С целью определения уровня овладения компетенциями, закрепленными за дисциплиной, в заданные преподавателем сроки проводится текущий и промежуточный контроль знаний, умений и навыков каждого обучающегося.

Постоянный текущий контроль (после изучения каждой темы) позволяет обучающемуся систематизировать знания в разрезе отдельных тем дисциплины.

Все виды текущего контроля осуществляются на практических занятиях.

Методическое описание подготовки и проведения тестирования

Не менее, чем за неделю до тестирования, преподаватель определяет обучающимся исходные данные для подготовки к тестированию: разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме, литературу и источники (с точным указанием разделов, тем, статей) для подготовки.

Тесты выполняются во время аудиторных занятий (практических).

Количество вопросов в тестовом задании определяется преподавателем.

На выполнение тестов отводится 0,5-1 академический час.

Индивидуальное тестовое задание выдается обучающемуся на бумажном носителе. Также тестирование может проводиться с использованием компьютерных средств и программ в специально оборудованных помещениях.

При прохождении тестирования пользоваться конспектами лекций, учебниками не разрешено.

Примеры тестовых заданий, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

Методическое описание подготовки и проведения устного опроса

Устные опросы проводятся преподавателем во время аудиторных занятий (лекционных или практических).

Основные вопросы для устного опроса доводятся до сведения студентов на предыдущем занятии.

Количество вопросов определяется преподавателем.

Время проведения опроса от 10 минут до 1 академического часа.

Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала на ассоциациях.

Перечень вопросов для проведения устных опросов, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

Методическое описание подготовки и проведения практических заданий

Преподаватель заранее подготавливает весь информационный комплекс, готовит бланки с практическими заданиями. Время решения практических заданий указано в самом бланке. Студенты самостоятельно изучают и прорабатывают теоретический и справочный материал по теме. Практические задания на усмотрение преподавателя могут быть предложены для решения как индивидуально, так и подгруппе студентов (до 3 человек).

Содержание практических заданий, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

2.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания в рамках промежуточной аттестации

Дифференцированный зачет – это форма промежуточной аттестации, задачей которой является комплексная оценка уровней достижения планируемых результатов обучения по дисциплине.

Дифференцированный зачет для очной формы по дисциплине проводится за счет часов, отведённых на изучение дисциплины.

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: оценку результатов текущего контроля успеваемости студента в течение периода обучения по дисциплине.

Для получения зачета необходимо иметь оценки, полученные в рамках текущего контроля успеваемости, по каждой теме, предусмотренной дисциплиной.

В критерии итоговой оценки уровня подготовки обучающегося по дисциплине входят:

уровень усвоения обучающимся материала, предусмотренного рабочей программой;

уровень практических умений, продемонстрированных студентом при выполнении практических заданий;

уровень освоения компетенций, позволяющих выполнять практические задания;

логика мышления, обоснованность, четкость, полнота ответов.

Критерии и шкала оценки дифференцированного зачета

Итоговая оценка определяется как средняя арифметическая оценок, полученных в рамках текущего контроля успеваемости, округленная до десятых.

| Оценка | Средняя арифметическая |
|---------------------|------------------------|
| отлично | 4,5-5 |
| хорошо | 3,5-4,4 |
| удовлетворительно | 2,5-3,4 |
| неудовлетворительно | 2-2,5 |

Дифференцированный зачет для заочной формы по дисциплине включает в себя: собеседование преподавателя с обучающимся по контрольным вопросам (не более 5) и 1 практическому заданию.

| | |
|----------------------|--|
| Контрольные вопросы | Контрольный вопрос — это средство контроля усвоения учебного материала дисциплины. Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: беседу преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме дисциплины. |
| Практическое задание | Оценочное средство, включающее совокупность условий, направленных на решение практически значимой ситуации с целью формирования компетенций, соответствующих основным типам профессиональной деятельности. Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: оценку правильности решения задания, разбор его результатов: кратко изложить его содержание, объяснить суть задания и обосновать собственное решение предложенного задания. В случае вариативности решения задания следует обосновать все возможные варианты решения. |

Перечень контрольных вопросов и практических заданий к дифференцированному зачету, а также критерии и шкала оценки приведены в п. 3. Фонда оценочных средств.

Контрольные вопросы и практические задания к дифференцированному зачету доводятся до сведения обучающихся заранее.

При подготовке к ответу пользование учебниками, учебно-методическими пособиями, средствами связи и электронными ресурсами на любых носителях запрещено.

На ответ обучающегося по каждому контрольному вопросу и практическому заданию отводится, как правило, 3-5 минут.

После окончания ответа преподаватель объявляет обучающемуся оценку по результатам дифференцированного зачета, а также вносит эту оценку в аттестационную ведомость, зачетную книжку.

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося определяется оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА, КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНКИ

Типовые задания для текущего контроля успеваемости

3.1 Перечень типовых тестовых заданий

Тест № 1

1. Сколько основных направлений содержит перечень типовых работ для работников служб ПР при создании и редактировании контента?

- а) 5
- б) 6
- в) 7

2. Представлениями о чем должен обладать PR-менеджер?

- а) о практике СМИ
- б) об особенностях управления
- в) о содержании основных правовых актов, регламентирующих деятельность организации

3. С кем служба ПР осуществляет работу по оценке имиджа, товарного знака организации?

- а) с партнерами
- б) с персоналом
- в) с руководством

4. Какое из направлений деятельности службы ПР не входит в работу с сотрудниками фирмы?

- а) разработка и выполнение фирменных стандартов
- б) участие в подборе персонала
- в) определение имиджа фирмы

5. Перечень типовых работ для служб ПР не предусматривает совместные действия...

- а) с прессой
- б) с клиентами
- в) с конкурентами
- г) с государственной властью
- д) с партнерами

6. По каким из показателей оценивается работа службы ПР и особенности работы в коллективе?

- а) расширение круга деловых контактов с целевой и собственной аудиторией
- б) увеличение числа позитивных материалов в СМИ и привлечение инвесторов
- в) развитие активных связей со СМИ, общественными кругами и властными структурами

7. Виды информации?

- а) первичная
- б) вторичная
- в) сопутствующая

8. К приемам и нормам социального взаимодействия, требованиям, предъявляемым к управленческой информации, не относится...

- а) адресность
- б) своевременность
- в) компетентность

9. Под организацией рекламной деятельности с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами в средствах массовой информации понимается:

- а) анализ, планирование, организация деятельности специальных рекламных структур СМИ и контроль за выполнением поставленных целей и задач;
- б) создание, поддержание функционирования и эффективная реализация целей специальных рекламных структур СМИ или самих средств массовой информации;
- в) определение целей и задач функционирования средств массовой информации, проектирование и организация процесса их деятельности и контроль за эффективностью и результативностью.

10. Основными функциями отделов рекламы в средствах массовой информации являются:

- а) проведение рекламных кампаний средствами источниками информации;
- б) изучение отдельных целевых аудиторий потребителей, соответственно рыночных сегментов и ниш;
- в) инвестиционное проектирование;
- г) получение, хранение и распространение информации, необходимой в работе отдела рекламы;
- д) информационный региональный мониторинг за нравственной корректностью и законностью;
- е) контроль и реализация обратных связей с потребителями рекламной продукции.

11. В рекламе используются следующие основные виды печатных средств:

- а) газеты;

- б) буклеты;
- в) воблеры;
- г) журналы;
- д) книги;
- е) стримеры;
- ж) веб-страницы.

12. Проспект — это:

- а) согнутый (на профессиональном языке — сфальцованный) в один или несколько раз лист бумаги с текстом и иллюстрациями;
- б) многостраничное рекламное издание со скрепленными или сброшюрованными листами;
- в) печатное издание, напоминающее по форме проспект, но полностью посвященное номенклатуре или ассортименту товарной продукции, ее качествам, параметрам и особенностям;
- г) одностороннее, как правило, многоцветное издание, большого формата, с небольшой долей текста по отношению к изобразительному ряду;
- д) плакат, имеющий разовое информационное значение, как правило, извещающий о месте, времени и участниках какого-либо события;
- е) печатное издание, которое может иметь разнообразную форму и слой специального клея на обратной стороне, иногда подзащитным покрытием, что позволяет оперативно наклеивать его в нужном месте в необходимое время;
- ж) печатное издание сложной, иногда объемной формы, которое может крепиться разными способами к стенам и конструктивным элементам помещений, издали привлекая внимание.

13. В России исторически первым, из ныне известных, средством массовой информации стал выпуск в 1703 г.:

- а) календаря;
- б) газеты;
- в) журнала;
- г) листовки;
- д) книги;
- е) пиктограммы;
- ж) купонов;
- з) закладок для книг.

14. Организационная структура служб рекламы различных газет в большинстве случаев состоит из следующих основных элементов:

- а) аналитическая группа;
- б) творческая группа;
- в) маркетинговая группа;
- г) управленческая группа;
- д) инвестиционная группа.

15. При организации рекламной деятельности на радио формами рекламного воздействия являются рекламные:

- а) анимационные ролики;
- б) викторины;
- в) инсценировки;
- г) интервью;
- д) видеоклипы;
- е) объявления;
- ж) электронные презентации;
- з) баннеры.

16. Для радио, по оценкам западных ученых, для крупных городов наиболее эффективен с позиций массовости аудитории следующий временной промежуток:

- а) утренние часы переездов (понедельник — суббота, 5.30-10.00);
- б) утренние часы и дневное время (9.00-15.30);
- в) послеобеденное время (15.30-17.00);
- г) послеобеденные часы (понедельник — пятница, 15.00-19.00);
- д) вечерние часы (18.30-22.30);
- е) вечернее и ночное время (17.00-18.30; 22.30-24.00).

17. В настоящее время в связи с переходом к новому технико-экономическому укладу начинают все больше проявляться черты и элементы новой экономики интерактивного типа; этими элементами являются использование локальных сетей:

- а) Интранет;
- б) Интернет;
- в) Рунет.

18. Байрик — это:

- а) вращающаяся конструкция, внутри которой посетитель выставки, ярмарки, или какой-либо другой организации, рекламирующей товар или услуги, попадает в многомерное виртуальное пространство, заполненное соответствующими сценарию образами и действиями;
- б) интерактивный конкурс на любую тему, используется в рекламе как конкурс на знание товарных марок, товарной продукции и других связанных с маркетингом тем;
- в) небольшая рекламная страничка или вставка, резко выделяющаяся на фоне основного текста за счет шрифтового и графического оформления; как правило, эта форма рекламы посвящена конкретной маркетинговой акции, рекламе новых товаров и услуг;
- г) представляет собой «навязчивую» форму сетевой рекламы; это небольшое окошко с коротким рекламным обращением, всплывающее одновременно с загрузкой страницы;
- д) приставка к компьютеру, позволяющая воспроизводить достаточно широкий спектр запахов.

Критерии и шкала оценки тестовых заданий

Количество правильных ответов:

Менее 52% - «неудовлетворительно»

53-70% – «удовлетворительно»

71-85% – «хорошо»

86-100% – «отлично»

3.2 Перечень типовых практических заданий

Задание 1.

Проанализируйте деятельность PR-службы организации на ваш выбор. Обратите особое внимание на распределение должностных позиций и профессиональные качества сотрудников, связи с внутренней общественностью, регулярность и полноту мониторинга СМИ, выбор представителей прессы для постоянных контактов, отношения с другими отделами, внешними вспомогательными организациями, технологии взаимодействия для решения поставленных задач. Существует ли постоянный контакт между отделом и руководством организации? Насколько высоко оценивает работу отдела руководство? Составьте перечень обнаруженных недостатков. Что, по вашему мнению, можно сделать для их устранения?

Задание 2.

Руководство российской авиакомпании, выделившейся из состава «Аэрофлота» в начале 90-х гг. и специализирующейся на внутренних пассажирских перевозках средней дальности, обнаруживает растущую неконкурентоспособность своего предприятия. Оно принимает решение провести ребрендинг. Вам поручено провести оценку значимости и приоритетности получаемой информации и подготовить брендинговый проект. Составьте план своих действий. Учтите, что качество обслуживания пассажиров в авиакомпании до сих пор оставалось на уровне стандартов «Аэрофлота» советских времен.

Задание 3.

Организационная структура современных корпораций имеет три вида:

1. линейно-функциональный (с вариациями);
2. дивизиональный;
3. матричный.

Элементарную или линейную организационную структуру чаще всего имеют индивидуальные и семейные частные предприятия, что обусловлено однотипностью и стандартностью их деятельности, а также ограниченным количеством различающихся видов труда и небольшими размерами. Двухуровневая управленческая структура предполагает руководителя (верхний уровень) и исполнителя (нижний уровень). Спецификой такой организации является непосредственность управленческих воздействий и четко выраженная ответственность. Линейный тип структурирования может быть также присущ низовым звеньям более крупных организационных форм. В элементарно-линейных структурах упрощен процесс принятия решений - он персонафицирован, обоснование решений не занимает много времени, ответственность за последствия ясна и конкретна.

Плюсы линейной организации:

- быстрое реагирование на изменения рыночной конъюнктуры;
- возможность неформального подхода к мотивации, стимулированию и контролю персонала.

В качестве минусов подобной структуры выделяют:

- субъективизм руководителя;
- концентрация внимания руководства исключительно на вопросах текущей деятельности организации;
- отсутствие четкой и долговременной стратегии.

На основе указанных плюсов и минусов линейной структуры организации укажите возможные последствия к которым может привести каждый из этих факторов при создании и редактировании контента организации.

| Плюсы | Минусы |
|-------|--------|
| 1. | 1. |
| 2. | 2. |

| | |
|----|----|
| 3. | 3. |
|----|----|

Задание 4.

На основании типологии организаций согласно О.А. Орчакову составьте наглядную схему, включающую все элементы типологии.

Задание 5.

Укажите соответствующий принцип управления по А. Файолю по его характеристике.

| | |
|--|--|
| Повиновение, основанное не на страхе, а на уважении, доверии к руководителям | |
| Давать два приказа относительно какого-либо действия может только один начальник | |
| Одновременно причиной и следствием плохого состояния дел является ... | |
| Проявление каждым работником усердия и энергии во всех начинаниях | |
| Оплата выполненной работы | |
| Может повысить количество и качество производства при затрате тех же усилий | |

В каких случаях действия администраторов представляют субъективных, а в каких объективный аспект власти, обеспечивая успешную работу в коллективе? Что служит формированию организационной культуры?

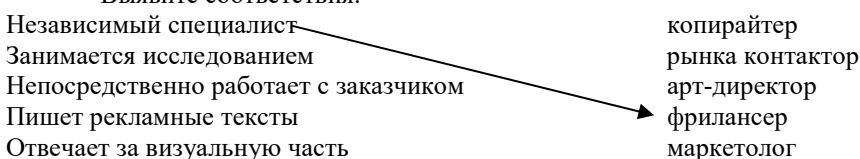
Задание 6.

Из нижеуказанных организационных мероприятий выделите три наименее свойственные для деятельности отдела рекламы (рекламного агентства). Обоснуйте Ваш выбор.

1. Исследование рынка сбыта конкретной продукции.
2. Изучение продукции с точки зрения ее конкурентоспособности.
3. Анализ мотивов покупателей и исследование методов воздействия на спрос.
4. Оценка эффективности сбытовой политики заказчика.
5. Разработка рекламной программы на основе задания заказчика.
6. Разработка и изготовление различных видов рекламы.
7. Определение наиболее эффективных средств распространения рекламы.
8. Покупка места и времени в средствах массовой информации, т.е. размещение рекламы.
9. Разработка и проведение программ PR.
10. Организация и проведение выставок, семинаров, презентаций, ярмарок.
11. Исследования по оценке эффективности рекламы.
12. Координация действий участников рекламного процесса.
13. Консультационные услуги.

Задание 7.

Выявите соответствия:



Задание 8.

Опишите коммуникационную инфраструктуру организации и процесс работы по созданию и редактированию контента с применением современных информационных и коммуникационных технологий. Укажите примерную структуру отдела рекламы и составьте графическую схему взаимодействия отдела рекламы с другими структурными подразделениями предприятия. Влияет ли организационная структура предприятия на задачи и функции отделов рекламы? Какие критерии служат в качестве определяющих во взаимодействии отдела рекламы с другими предприятиями? Согласны ли Вы с утверждением, что ответственность за утечку информации должны нести и сотрудники, и руководитель отдела рекламы?

Задание 9.

Сравните регламент деятельности менеджера по связям с общественностью и менеджера в сфере рекламы. Укажите в таблице, общие и частные моменты в их работе.

| Общее | Частное |
|-------|---------------------------|
| | Менеджер по СО: |
| | Менеджер в сфере рекламы: |

Задание 10.

Проанализируйте современные технологии взаимодействия в процессе организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью современных предприятий, учреждений и ведомств различных уровней и сфер хозяйствования. Разработайте рекламный бриф для заказчика и для сотрудников отдела. Защитите содержание брифа.

Задание 11.

Разработайте критерии оценки значимости и приоритетности получаемой информации, эффективности работы отдела рекламы и связей с общественностью в (по выбору): коммерческой структуре; вузе; банке; мэрии.

Задание 12.

Охарактеризуйте ход установления и поддержания контактов, обеспечивающих успешную работу в коллективе в структуре деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы. Разработайте PR-бриф для заказчика и для сотрудников отдела. Защитить содержание PR-брифа. Обсудите в группе.

Критерии и шкала оценивания решения практического задания

| Оценка | Критерии |
|---------------------|--|
| Отлично | Отлично ставится, если содержание работы/ответа полностью соответствует заданию. Обучающийся, демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять практическое задание. Полно освещает заданную тему, её актуальность и новизну. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов. Обучающийся продемонстрировал в полном объеме необходимые знания и умения; умение пользоваться нормативной, справочной и специальной литературой; обоснованность результатов и выводов, оригинальность идеи; способность представлять результаты исследования в творческой форме; обоснование возможности практического использования полученных данных. Продемонстрирован личный вклад обучающегося в работу. Оформление работы в целом отвечает установленным требованиям. |
| Хорошо | Хорошо ставится, если содержание работы/ответа достаточно полностью соответствует заданию. Обучающийся демонстрирует знание учебного материала, умение успешно выполнить задание, усвоение основной литературы, рекомендованной в программе. Материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию преподавателя. Научная терминология используется достаточно, отражена новизна полученных данных, выводы достаточно обоснованы. Достаточно продемонстрирован личный вклад обучающегося в работу. Оформление работы отвечает установленным требованиям. |
| Удовлетворительно | При удовлетворительном ответе содержание работы/ответа недостаточно полностью соответствует заданию. Задание выполнено частично. Обучающийся демонстрирует недостаточное освещение заданной темы, допущены погрешности и неточности, допускает одну существенную ошибку, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя. Научная терминология используется недостаточно, выводы не обоснованы. Личный вклад обучающегося в работу недостаточен. Оформление работы не полностью отвечает установленным требованиям. |
| Неудовлетворительно | При неудовлетворительном ответе содержание работы/ответа не соответствует заданию. В работе продемонстрирован низкий уровень знаний и умений, наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии, нет выводов, ограничен объем содержания выполненного задания. Оформление работы не отвечает установленным требованиям. |

3.3 Перечень типовых вопросов к устному опросу

1. Опишите специфику PR в политике.
2. Опишите специфику PR в коммерческом секторе.
3. Какова специфика PR особенности работы в коллективе в общественных объединениях?
4. Какова специфика PR в государственных учреждениях?
5. Проанализируйте профессионально-этические основы деятельности организации по рекламе и связям с общественностью.
6. Перечислите законы и нормативные акты, регулирующие деятельность организации.
7. Каковы структура и функции рекламной/PR-службы?
8. Перечислите функции и задачи специалиста отдела рекламы и PR.
9. Каковы приемы и нормы социального взаимодействия, профессиональные требования к квалификации сотрудника - специалиста по рекламе и PR?
10. Проанализируйте должностную инструкцию специалиста по рекламе и связям с общественностью.

11. Опишите особенности статуса пресс-секретаря внутри и вне организации.
12. Перечислите этапы технологического цикла работы PR -отдела с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами.
13. Каковы особенности формирования команды PR проекта?
14. В чем состоит календарное программно-целевое планирование работы PR отдела?
15. Проанализируйте ключевые зоны ответственности PR–подразделения.
16. Какова типовая структура отдела по связям с общественностью?
17. Опишите штатный и чрезвычайный режимы функционирования организации.
18. Опишите способы взаимодействия специалиста отдела рекламы и PR с журналистами.
19. Каковы методы определения эффективности деятельности отдела рекламы и PR?
20. Перечислите базовые форматы отчетности PR-подразделения и отделов рекламы.
21. Каковы особенности работы специалиста отдела рекламы и PR по формированию и распространению корпоративной информации?
22. Проанализируйте технологии придания ценности корпоративным сообщениям при создании и редактировании контента.

Критерии и шкала оценки ответа при устном опросе

| Оценка | Критерии ответа |
|---------------------|--|
| Отлично | Отлично ставится, если обучающийся демонстрирует глубокое, полное раскрытие содержания работы отделов рекламы и связей с общественностью; устанавливает содержательные межпредметные связи. Выдвигаемые им положения аргументированы и иллюстрированы примерами. В освещении проблем содержания работы отделов рекламы и связей с общественностью используется аналитический подход, обосновывается своя точка зрения; делаются содержательные выводы. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный. |
| Хорошо | Хорошо ставится, если обучающийся демонстрирует достаточно полный и правильный ответ; выдвигаемые теоретические положения подтверждены примерами; в ответе представлены различные подходы к рассматриваемой проблеме, но их обоснование не аргументировано, отсутствует собственная точка зрения; сделаны краткие выводы; материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию преподавателя. |
| Удовлетворительно | При удовлетворительном ответе обучающийся допускает одну существенную ошибку; ответ недостаточно логически выстроен; базовые понятия употреблены правильно, но обнаруживается недостаток раскрытия теории; выдвигаемые положения недостаточно аргументированы и не подтверждены примерами; не установлены межпредметные связи; ответ носит преимущественно описательный, а не концептуальный характер; научная терминология используется недостаточно. |
| Неудовлетворительно | В случае, когда обучающийся демонстрирует непонимание содержания работы отделов рекламы и связей с общественностью; в ответе допущен ряд существенных ошибок, которые он не может исправить при наводящих вопросах преподавателя; не может дать научное обоснование проблемы; выводы отсутствуют или носят поверхностный характер; преобладает бытовая лексика; наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии. |

Типовые задания для промежуточной аттестации

3.4 Контрольные вопросы для устного опроса и перечень практических заданий

3.4.1 Перечень практических заданий

Задание 1.

Разработайте примерный план PR-брифа для конкретной организации на ваш выбор. Охарактеризуйте ход установления и поддержания контактов, обеспечивающих успешную работу в коллективе в структуре деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы. Обоснуйте содержание PR-брифа.

Задание 2.

Соотнесите принципы управления и их характеристики (по А. Файолу). Обоснуйте, в каких случаях действия менеджеров представляют субъективный, а в каких объективный аспект власти, обеспечивая успешную работу в коллективе?

| | |
|--|--|
| Повиновение, основанное не на страхе, а на уважении, доверии к руководителям | |
| Давать два приказа относительно какого-либо действия может только один начальник | |
| Одновременно причиной и следствием плохого состояния дел является ... | |
| Проявление каждым работником усердия и энергии во всех начинаниях | |

| | |
|---|--|
| Оплата выполненной работы | |
| Может повысить количество и качество производства при затрате тех же усилий | |

Задание 3.

Организационная структура организации может иметь следующий вид:

1. линейно-функциональная;
2. дивизиональная;
3. матричная.

Элементарную или линейную организационную структуру чаще всего имеют индивидуальные и семейные частные предприятия, что обусловлено однотипностью и стандартностью их деятельности, а также ограниченным количеством различающихся видов труда и небольшими размерами. Двухуровневая управленческая структура предполагает руководителя (верхний уровень) и исполнителя (нижний уровень). Спецификой такой организации является непосредственность управленческих воздействий и четко выраженная ответственность. Линейный тип структурирования может быть также присущ низовым звеньям более крупных организационных форм. В элементарно-линейных структурах упрощен процесс принятия решений - он персонифицирован, обоснование решений не занимает много времени, ответственность за последствия ясна и конкретна.

Плюсы линейной организации:

- быстрое реагирование на изменения рыночной конъюнктуры;
- возможность неформального подхода к мотивации, стимулированию и контролю персонала.

В качестве минусов подобной структуры выделяют:

- субъективизм руководителя;
- концентрация внимания руководства исключительно на вопросах текущей деятельности организации;
- отсутствие четкой и долговременной стратегии.

На основе указанных плюсов и минусов линейной структуры организации укажите возможные последствия к которым может привести каждый из этих факторов при создании и редактировании контента организации.

| Плюсы | Минусы |
|-------|--------|
| 1. | 1. |
| 2. | 2. |
| 3. | 3. |

Задание 4.

Вам поручено провести оценку значимости и приоритетности получаемой информации и подготовить брендинговый проект. Условия: руководство российской авиакомпании, выделившейся из состава «Аэрофлота» в начале 90-х гг. и специализирующейся на внутренних пассажирских перевозках, обнаруживает растущую неконкурентоспособность своего предприятия. Качество обслуживания пассажиров в авиакомпании до сих пор оставалось на уровне стандартов «Аэрофлота» советских времен. Тем не менее, руководство принимает решение провести ребрендинг. Ваша задача - составить примерный план действий по ребрендингу.

Задание 5.

Опишите ход работы по созданию и редактированию контента и коммуникационную инфраструктуру организации с применением современных информационных и коммуникационных технологий. Укажите примерную структуру отдела рекламы и составьте графическую схему взаимодействия отдела рекламы с другими структурными подразделениями предприятия. Влияет ли организационная структура предприятия на задачи и функции отделов рекламы? Какие критерии служат в качестве определяющих во взаимодействии отдела рекламы с другими предприятиями? Согласны ли Вы с утверждением, что ответственность за утечку информации должны нести и сотрудники, и руководитель отдела рекламы?

Задание 6.

Сравните регламент деятельности менеджера по связям с общественностью и менеджера в сфере рекламы. Укажите в таблице, общие и частные моменты в их работе.

| Общее | Частное |
|-------|---------------------------|
| | Менеджер по СО: |
| | Менеджер в сфере рекламы: |

Задание 7.

Проанализируйте современные технологии взаимодействия в процессе организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью современных предприятий, учреждений и ведомств различных уровней и сфер хозяйствования. Разработайте рекламный бриф для заказчика и для сотрудников отдела. Защитите содержание брифа.

Задание 8.

Разработайте критерии оценки значимости и приоритетности получаемой информации, эффективности работы отдела рекламы и связей с общественностью в (по выбору): коммерческой структуре; вузе; банке; мэрии.

Задание 9.

Проанализируйте деятельность PR-службы организации на ваш выбор. Обратите особое внимание на распределение должностных позиций и профессиональные качества сотрудников, связи с внутренней

общественностью, регулярность и полноту мониторинга СМИ, выбор представителей прессы для постоянных контактов, отношения с другими отделами, внешними вспомогательными организациями, технологии взаимодействия для решения поставленных задач. Существует ли постоянный контакт между отделом и руководством организации? Насколько высоко оценивает работу отдела руководство? Составьте перечень обнаруженных недостатков. Что, по вашему мнению, можно сделать для их устранения?

3.4.2 Контрольные вопросы для устного ответа на экзамене

1. Теоретико-методологические основы исследования современных организаций.
2. Специфика PR в политике: приемы и нормы социального взаимодействия.
3. Специфика PR в коммерческом секторе.
4. Специфика PR в общественных объединениях.
5. Специфика PR в государственных учреждениях.
6. Профессионально-этические основы деятельности организации по рекламе и связям с общественностью
7. Законы и нормативные акты, регулирующие деятельность организации.
8. Структура и функции рекламной/PR-службы.
9. Функции и задачи специалиста отдела рекламы и PR.
10. Профессиональные требования к квалификации сотрудника - специалиста по рекламе и PR.
11. Должностная инструкция специалиста по рекламе и связям с общественностью.
12. Пресс-секретарь – особенности статуса внутри и вне организации.
13. Основные этапы технологического цикла работы PR -отдела
14. Особенности формирования команды PR проекта при создании и редактировании контента.
15. Календарное программно-целевое планирование работы PR отдела.
16. Ключевые зоны ответственности PR – подразделения.
17. Типовая структура отдела по связям с общественностью.
18. Разработка бюджета работы PR - подразделения и отдельных проектов.
19. Штатный и чрезвычайный режимы функционирования: кризисные коммуникации фирмы.
20. Документооборот отдела по рекламе и связям общественностью.
21. Способы взаимодействия специалиста отдела рекламы и PR при работе с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами, с журналистами.
22. Методы определения эффективности деятельности отдела рекламы и PR
23. Способ оформления отношений с внешними подрядчиками.
24. Базовые форматы отчетности PR -подразделения и отделов рекламы.
25. Понятие открытой информационной политики организации.
26. Особенности взаимодействия специалиста отдела рекламы и PR с журналистами
27. Особенности работы специалиста отдела рекламы и PR по формированию и распространению корпоративной информации
28. Технологии обеспечения ценности корпоративным сообщениям при работе в коллективе.

Критерии и шкала оценки промежуточной аттестации – дифференцированного зачета

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если:

- правильность и четкость ответа; отсутствие ошибок, оговорок;
- полнота ответа: знание определений понятий, основных положений, рассмотрение различных точек зрения (если вопрос предполагает, характеристика концепций (положений) разных авторов), раскрытие содержания вопроса, установление внутрипредметных и межпредметных связей;
- собственный анализ и оценка излагаемого материала (если вопрос предполагает, сопоставление концепций (положений) разных авторов), примеры, раскрытие возможных противоречий, проблем, их оценка;
- четкость, последовательность и грамотность речи;
- самостоятельность и правильность решения практического задания, уверенность, логичность, последовательность и аргументированность изложения своего решения, используя понятия профессиональной сферы
- полнота и системность знаний
- целенаправленно применяет профессиональные понятия и категории в условиях возникшей профессионально значимой практической задачи;
- допускаются единичные несущественные ошибки, самостоятельно исправляемые студентами.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если:

- правильность и четкость ответа; отсутствие ошибок, оговорок;
- полнота ответа: недостаточно знание определений понятий, основных положений, рассмотрение различных точек зрения (если вопрос предполагает, характеристика концепций (положений) разных авторов), раскрытие содержания вопроса, установление внутрипредметных и межпредметных связей;
- собственный анализ и оценка излагаемого материала (если вопрос предполагает, сопоставление концепций (положений) разных авторов), отсутствуют примеры (не демонстрирует способности к интеграции теоретических знаний и практики), слабое раскрытие возможных противоречий, проблем, их оценка;
- достаточная четкость, последовательность и грамотность речи;

– самостоятельность и в основном правильность решения практического задания, уверенность, логичность, последовательность и аргументированность изложения своего решения, используя понятия профессиональной сферы;

– допускаются отдельные несущественные ошибки, исправляемые студентом после указания преподавателя на них.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если:

– правильность и относительная четкость ответа;

– неполнота ответа: фрагментарное знание определений понятий, основных положений, рассмотрение различных точек зрения (если вопрос предполагает, характеристика концепций (положений) разных авторов), раскрытие содержания вопроса, установление внутрипредметных и межпредметных связей;

– затруднения при выявлении причинно-следственных связей и формулировке основных положений, рассмотрение различных точек зрения, выводов при ответе на вопрос (если вопрос предполагает, сопоставление концепций (положений) разных авторов), отсутствуют примеры (обнаруживает понимание материала, но не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения или привести свои примеры), отсутствуют представления о междисциплинарных связях;

– непоследовательность при изложении материала;

– в основном выполнил практическое задание, допустил несущественные ошибки, слабо аргументировал свое решение, используя в основном понятия профессиональной сферы;

– допускаются отдельные существенные ошибки, исправляемые с помощью преподавателя.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если;

– изложение ответа на вопрос неполное, бессистемное;

– неумение производить простейшие операции анализа и синтеза; делать обобщения, выводы при ответе на вопрос;

– не выполнил практическое задание, или выполнил с грубыми ошибками;

– допускаются существенные ошибки, неисправляемые даже с помощью преподавателя.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью»
направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) программы: Реклама и связи с общественностью в коммерческой
сфере
на 2020/2021, 2021/2022, 2022/23 уч.г.**

Внесенные изменения на 2023/2024 учебный год



ТВЕРЖДАЮ
Декан социально-психологического факультета

Т.В. Поштарева
«9» мая 2023 г.

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

8.3. Программное обеспечение

Microsoft Windows, Microsoft Office Professional Plus 2019, Google Chrome, Яндекс Браузер, Яндекс 360, Антивирус

8.4. Профессиональные базы данных

База данных психологов, работающих на территории РФ - <http://www.psychology-guide.ru>

База данных психологических методик - https://hr-portal.ru/psy_tools?ysclid=l6yr3dpf27651016965

8.5. Информационные справочные системы

1С: Библиотека - <https://www.sksi.ru/environment/eor/library/>

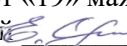
Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» - <http://www.consultant.ru/>


Поисковые системы

Поисковая система Google - <https://www.yandex.ru/>


Поисковая система Yandex - <https://www.rambler.ru/>

Поисковая система Yahoo - <https://www.yahoo.com/>

Рабочая программа пересмотрена и рекомендована на заседании кафедры социально-гуманитарных дисциплин от «19» мая 2023 г. протокол № 9
зав. кафедрой  Е.В. Смирнова

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии СПФ «19» мая 2023 г. протокол № 9
Председатель УМК  Т.В. Поштарева

СОГЛАСОВАНО:

Зав. выпускающей кафедрой социально-гуманитарных наук  Е.В. Смирнова
«19» мая 2023 г. протокол № 9