

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



Т. В. Поштарева

«28» октября 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
«Рекламная коммуникация»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
Направленность (профиль) программы Реклама и связи с общественностью  
Квалификация выпускника бакалавр  
Форма обучения очная, заочная

год начала подготовки – 2020

Разработана  
д-р истор. наук, доцент, доцент  
кафедры СГД  
\_\_\_\_\_ Н. В. Овсянникова

Согласована  
Заведующая кафедрой СГД  
\_\_\_\_\_ Т. В. Поштарева

Рекомендована  
на заседании кафедры СГД  
от «28» октября 2020 г.  
протокол № 3  
\_\_\_\_\_ Т. В. Поштарева

Одобрена  
на заседании учебно-  
методической  
комиссии СПФ  
от «28» октября 2020 г.  
протокол № 2  
Председатель УМК  
\_\_\_\_\_ Т. В. Поштарева

Ставрополь, 2020 г.

## Содержание

	<b>Стр.</b>
1. Цели освоения дисциплины	3
2. Место дисциплины в структуре ООП	3
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине	3
4. Объем дисциплины и виды учебной работы	3
5. Содержание и структура дисциплины	5
5.1. Содержание дисциплины	5
5.2. Структура дисциплины	5
5.3. Занятия семинарского типа	6
5.4. Курсовой проект (курсовая работа, расчетно-графическая работа, реферат, контрольная работа)	6
5.5. Самостоятельная работа	6
6. Образовательные технологии	7
7. Фонд оценочных средств (оценочные материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	8
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	8
8.1. Основная литература	8
8.2. Дополнительная литература	8
8.3. Программное обеспечение	8
8.4. Профессиональные базы данных	8
8.5. Информационные справочные системы	8
8.6. Интернет-ресурсы	9
8.7. Методические указания по освоению дисциплины	9
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины	14
10. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья	15
Приложение	16
Дополнения и изменения в рабочей программе	25

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины являются:

- рассмотреть различные аспекты изучения и функционирования рекламных коммуникаций;
- формирование целостного представления о профессиональной деятельности специалиста в сфере коммуникаций, обеспечивающее успешность организации в соответствующем сегменте рынка.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина «Рекламная коммуникация» изучается как дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 – Дисциплины (модули) (Б.1.В.21) ООП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Требования к входным знаниям, умениям и навыкам обучающихся при освоении данной дисциплины: студент должен знать основы рекламы и PR; специфику развития интегрированных коммуникаций; особенности психологии массовых коммуникаций; психологические основы рекламы и связей с общественностью; уметь анализировать и оценивать события и процессы.

Приобретённые в ходе изучения данной дисциплины теоретические знания должны быть закреплены студентами при прохождении соответствующих дисциплин и видов практики.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Основы рекламы и PR	Брендинг и имиджевые стратегии в рекламе и PR
Психология массовых коммуникаций	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшенз, брендинг	Политическая реклама
Психологические основы рекламы и связей с общественностью	Рекламные технологии продвижения в сети Интернет
	Производственная практика

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Формируемые компетенции (код компетенции, уровень)	Планируемые результаты обучения на данном этапе формирования компетенции
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Знать способы осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
	Уметь осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
ПК-2 Способен распространять коммуникационный продукт путем осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации	Знать способы взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации
	Уметь распространять коммуникационный продукт путем осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации
	Владеть навыками взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации

## 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часа.

### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Триместр
		4
<b>Контактная работа (всего)</b>	<b>30</b>	<b>30</b>
в том числе:	-	-
1) занятия лекционного типа (ЛК)	10	10

из них	-	-
- лекции	10	10
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	-	-
<b>Самостоятельная работа (всего) (СР)</b>	<b>78</b>	<b>78</b>
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.)	78	78
Подготовка к аттестации	-	-
<b>Общий объем, час</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>зачет</b>	<b>зачет</b>

#### Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Триместр
		5
<b>Контактная работа (всего)</b>	<b>10,3</b>	<b>10,3</b>
в том числе:	-	-
1) занятия лекционного типа (ЛК)	4	4
из них	-	-
- лекции	4	4
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	6	6
из них	-	-
- семинары (С)	-	-
- практические занятия (ПР)	6	6
- лабораторные работы (ЛР)	-	-
3) групповые консультации	-	-
4) индивидуальная работа	-	-
5) промежуточная аттестация	0,3	0,3
<b>Самостоятельная работа (всего) (СР)</b>	<b>102,7</b>	<b>102,7</b>
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.)	94	94
Подготовка к аттестации	3,7	3,7
<b>Общий объем, час</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>зачет</b>	<b>зачет</b>

## 5. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1. Содержание дисциплины

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)
1.	Введение в рекламные коммуникации	Введение в проблему. Информационные основания коммуникативной деятельности. Сущность и функции коммуникаций в современном обществе. Способы осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).
2.	Структура коммуникационного пространства	Понятие и общая структура коммуникационного пространства. Ключевые элементы коммуникационного пространства Сообщение как основа коммуникационного пространства. Контент как ключевая составная часть коммуникационного пространства
3.	Реклама и общество	Роль рекламы в жизни общества. Психологические основы рекламной деятельности. Основы мотивации в рекламе. Выбор побудительных мотивов. Факторы, влияющие на ответную реакцию потребителя. Уникальное торговое предложение (УТП). Способы взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации.
4.	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	Виды коммуникаций, их структура. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Паблсити. Стимулирование сбыта. Личная продажа. Связи с общественностью.
5.	Средства распространения рекламы	Элементы средств рекламы. Распространение коммуникационного продукта путем осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации. Реклама в прессе. Печатная реклама. Реклама на телевидении. Реклама на радио. Наружная реклама. Реклама на транспорте (транзитная реклама). Интернет-реклама. Сувенирная реклама. Выставки и ярмарки.
6.	Основы разработки рекламных обращений	Структура рекламного обращения. Лексика рекламного текста. Организация рекламной деятельности. Рекламное агентство и его функции. Виды рекламных кампаний. Планирование рекламной кампании. Рекламные исследования. Оценка эффективности рекламы

### 5.2. Структура дисциплины

#### Очная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов					
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР	СР
1.	Введение в рекламные коммуникации	16	2	-	2	-	12
2.	Структура коммуникационного пространства	16	2	-	2	-	12
3.	Реклама и общество	18	2	-	4	-	12
4.	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	20	2	-	4	-	14
5.	Средства распространения рекламы	20	2	-	4	-	14
6.	Основы разработки рекламных обращений	18	-	-	4	-	14

<b>Общий объем</b>	<b>108</b>	<b>10</b>	<b>-</b>	<b>20</b>	<b>-</b>	<b>78</b>
--------------------	------------	-----------	----------	-----------	----------	-----------

### Заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов					
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР	СР
1.	Введение в рекламные коммуникации	15	-	-	-	-	15
2.	Структура коммуникационного пространства	15	-	-	-	-	15
3.	Реклама и общество	19	2	-	2	-	15
4.	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	19	2	-	-	-	17
5.	Средства распространения рекламы	15	-	-	-	-	15
6.	Основы разработки рекламных обращений	19	-	-	2	-	17
	<b>Аттестация - зачет</b>	<b>4</b>					
<b>Общий объем</b>		<b>108</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>6</b>	<b>-</b>	<b>94</b>

### 5.3. Занятия семинарского типа

#### Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Количество часов
1	1	ПР	Введение в рекламные коммуникации	2
2	2	ПР	Структура коммуникационного пространства	2
3	3	ПР	Реклама и общество	4
4	4	ПР	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	4
5	5	ПР	Средства распространения рекламы	4
6	6	ПР	Основы разработки рекламных обращений	4

#### Заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Количество часов
1	1	ПР	Введение в рекламные коммуникации	-
2	2	ПР	Структура коммуникационного пространства	-
3	3	ПР	Реклама и общество	2
4	4	ПР	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	2
5	5	ПР	Средства распространения рекламы	2
6	6	ПР	Основы разработки рекламных обращений	-

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

### 5.5. Самостоятельная работа

#### Очная форма обучения

№ раздела (темы)	Виды самостоятельной работы	Количество часов
1	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов и презентаций по теме	12
2	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников	12

	Подготовка конспектов и презентаций по теме	
3	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов и презентаций по теме	12
4	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов и презентаций по теме	14
5	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов и презентаций по теме	14
6	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов и презентаций по теме	14

#### Заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Виды самостоятельной работы	Количество часов
1	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов и презентаций по теме	15
2	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов и презентаций по теме	15
3	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов и презентаций по теме	15
4	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов и презентаций по теме	17
5	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов и презентаций по теме	15
6	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов и презентаций по теме	17

#### 6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

**Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

Лекционно-семинарско-зачетная система обучения.

Технологии деятельностного и диалогового обучения (практические задания)

**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,	Используемые интерактивные и активные образовательные технологии	Количество часов
------------------	-------------------------	--	------------------

	<b>ЛР)</b>		
3	Л	Лекция-дискуссия	2
4	ПР	Выполнение практических заданий	2
5	ПР	Выполнение практических заданий	2

#### Заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, С, ЛР)	Используемые интерактивные и активные образовательные технологии	Количество часов
3	Л	Лекция-дискуссия	2
4	ПР	Выполнение практических заданий	2
5	ПР	Выполнение практических заданий	2

#### Практическая подготовка обучающихся

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, ЛР)	Виды работ	Количество часов ОФО	Количество часов ЗФО
4	ПР	Разработать план дискуссии с фокус-группой (объект обсуждения - на выбор обучающегося, например, товар, компания, торговая марка и т.д.)	2	2
6	ПР	Разработать рекламное обращение (вид - на выбор обучающегося, например, информативное, увещательное, подкрепляющее 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. Анпилогова, Л. В. Теория коммуникации : учебное пособие / Л. В. Анпилогова, Ю. В. Кудашова. — Оренбург : Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2016. — 206 с. — ISBN 978-5-7410-1459-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/61412.html>. — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
2. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456679>.
3. Резепов, И. Ш. Психология рекламы и PR [Электронный ресурс] : учебное пособие / И. Ш. Резепов. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 224 с. — 978-5-394-01553-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75203.html>

#### 8.2. Дополнительная литература

1. Бердышев, С. Н. Рекламный текст. Методика составления и оформления. 2-е изд. : учебное пособие / С. Н. Бердышев. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012. — 182 с. — ISBN 978-5-394-01530-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/5980.html>. — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
2. Голуб, О. Ю. Теория коммуникации : учебник / О. Ю. Голуб, С. В. Тихонова. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 338 с. — ISBN 978-5-394-01262-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/57124.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Карпова, Г. Г. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / Г. Г. Карпова, Г. Р. Шамьенова, А. Ю. Егорова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов : Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2016. — 308 с. — 978-5-7433-3018-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80116.html>

### 8.3. Программное обеспечение

Microsoft Office

### 8.4. Профессиональные базы данных

Международная реферативная база журналов и статей WebofScience - <http://info.clarivate.com/rcis>

### 8.5. Информационные справочные системы

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

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

*Поисковые системы*

<https://www.yandex.ru/>

<https://www.rambler.ru/>

<https://accounts.google.com/>

<https://www.yahoo.com/>

### 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/>

Электронная библиотека «Все учебники» - <http://www.vse-uchebniki.ru/>

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

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

Портал открытых данных – <https://data.gov.ru/>

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

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

Свободная энциклопедия «Википедия»- <https://ru.wikipedia.org>

Национальная Электронная Библиотека (НЭБ)- <https://нэб.пф>

Российская ассоциация по связям с общественностью – <https://www.raso.ru>

Союз предприятий печатной индустрии – <https://www.gipp.ru>

Национальная Ассоциация Телерадиовещателей – <http://www.nat.ru/>

Союз участников рынка инфокоммуникационных услуг – [https://www.tadviser.ru/index.php/Компания:Инфокоммуникационный\\_союз](https://www.tadviser.ru/index.php/Компания:Инфокоммуникационный_союз)

### 8.7. Методические указания по освоению дисциплины

Материалы учебно-методического обеспечения самостоятельной работы приведены в методических указаниях к самостоятельной работе студентов.

Система знаний по дисциплине формируется в ходе аудиторных и внеаудиторных (самостоятельных) занятий. Используя лекционный материал, учебники или учебные пособия, дополнительную литературу, проявляя творческий подход, студент готовится к практическим занятиям, рассматривая их как пополнение, углубление, систематизацию своих теоретических знаний. Спецификой заочной формы обучения является преобладающее количество часов самостоятельной работы по сравнению с аудиторными занятиями. Ряд тем учебного курса полностью переносится на самостоятельное изучение.

Студент должен прийти в высшую школу с полным пониманием того, что самостоятельное овладение знаниями является главным, определяющим. Высшая школа лишь создает для этого необходимые условия.

Самостоятельная работа студента начинается с внимательного ознакомления им с программой учебного курса. Изучение каждой темы следует начинать с внимательного ознакомления с набором вопросов. Они ориентируют студента, показывают, что он должен знать по данной теме. Вопросы темы как бы накладываются на соответствующую главу избранного учебника или учебного пособия. В итоге должно быть ясным, какие вопросы темы программы учебного курса и с какой глубиной раскрыты в данном учебном материале, а какие вообще опущены.

Любой научный предмет, также как и данная дисциплина, имеет свой категориально-понятийный аппарат. Научные понятия - это та база, на которой «стоит» каждая наука. Понятия - узловые, опорные пункты как научного, так и учебного познания, логические ступени движения в учебе от простого к сложному, от явления к сущности. Без ясного понимания понятий учеба крайне затрудняется, а содержание приобретенных знаний становится тусклым, расплывчатым, напоминая недостроенное здание или еще того хуже: здание без фундамента. Понятие в узком понимании – это определение (дефиниция) того или иного факта, явления, предмета. Такие определения составляют категориально-понятийный аппарат. Они, как правило, кратки по содержанию, схватывают суть дела.

Понятия в широком смысле есть обобщенная концептуальная характеристика определенного явления. Когда в заголовке темы вносится слово «понятие», то это первый признак того, что в данном случае речь идет не о дефиниции (определении), а о сжатой, обобщенной концептуальной характеристике изучаемого явления.

Не лишне иметь в виду и то, что каждый учебник или учебное пособие имеет свою логику построения, которая, естественно, не совпадает с логикой данной Программы учебного курса. Одни авторы более широко, а другие более узко рассматривают ту или иную проблему. Одни выделяют ее в отдельную главу, а другие, включают в состав главы.

Учебник или учебное пособие целесообразно изучать последовательно, главу за главой, как это сделано в них. При этом, обращаясь к Программе учебного курса, следует постоянно отмечать, какие ее вопросы (пусть в иной логической последовательности) рассмотрены в данной главе учебника, учебного пособия, а какие опущены. По завершении работы над учебником у Вас должна быть ясность в том, какие темы, вопросы Программы учебного курса Вы уже изучили, а какие предстоит изучить по другим источникам.

### **Методические указания по ведению конспектов лекций и работе с ними**

Конспект- это краткое последовательное изложение содержания статьи, книги, лекции. Его основу составляют план тезисы, выписки, цитаты. Конспект, в отличие от тезисов воспроизводит не только мысли оригинала, но и связь между ними. В конспекте отражается не только то, о чем говорится в работе, но и что утверждается, и как доказывается.

Конспектирование лекции – важный шаг в запоминании материала, поэтому конспект лекций необходимо иметь каждому студенту. Задача студента на лекции – одновременно слушать преподавателя, анализировать и конспектировать информацию. При этом как свидетельствует практика, не нужно стремиться вести дословную запись. Таким образом, лекцию преподавателя можно конспектировать, при этом важно не только внимательно слушать лектора, но и выделять наиболее важную информацию и сокращенно записывать ее. При этом одно и то же содержание фиксируется в сознании четыре раза: во-первых, при самом слушании; во-вторых, когда выделяется главная мысль; в-третьих, когда подыскивается обобщающая фраза, и, наконец, при записи. Материал запоминается более полно, точно и прочно.

Хороший конспект – залог четких ответов на занятиях, хорошего выполнения устных опросов, самостоятельных и контрольных работ. Значимость конспектирования на лекционных занятиях несомненна. Проверено, что составление эффективного конспекта лекций может сократить в четыре раза время, необходимое для полного восстановления нужной информации. Для экономии времени, перед каждой лекцией необходимо внимательно прочитать материал предыдущей лекции, внести исправления, выделить важные аспекты изучаемого материала

Конспект помогает не только лучше усваивать материал на лекции, он оказывается незаменим при подготовке экзамену. Следовательно, студенту в дальнейшем важно уметь оформить конспект так, чтобы важные моменты культурологической идеи были выделены графически, а главную информацию следует выделять в самостоятельные абзацы, фиксируя ее более крупными буквами или цветными маркерами. Конспект должен иметь поля для заметок. Это могут быть библиографические ссылки и, наконец, собственные комментарии.

Проработка лекционного курса является одной из важных активных форм самостоятельной работы. Лекция преподавателя представляет плод его индивидуального творчества. Он читает свой авторский курс со своей логикой и со своими теоретическими и методическими подходами. Это делает лекционный курс конкретного преподавателя интересным индивидуально-личностным событием. Кроме того, в своих лекциях преподаватель стремится преодолеть многие недостатки, присущие опубликованным учебникам, учебным пособиям, лекционным курсам. В лекциях находят освещение сложные вопросы Федерального образовательного стандарта, которые вызывают затруднения у студентов.

Сетка часов, отведенная для лекционного курса, не позволяет реализовать в лекциях всей учебной программы. Исходя из этого, каждый лектор создает свою тематику лекций, которую в устной или письменной форме представляет студентам при первой встрече. В создании своего авторского лекционного курса преподаватель руководствуется двумя документами – Федеральным государственным образовательным стандартом и Учебной программой. Кафедра не допускает стандартизации лекционных курсов. Именно поэтому в учебно-методическом пособии отсутствует подробный план лекционного курса, а дана лишь его тематика, носящая для лекторов рекомендательный характер.

Алгоритм составления конспекта:

Определите цель составления конспекта.

Читая изучаемый материал, подразделяйте его на основные смысловые части, выделяйте главные мысли, выводы.

Если составляется план-конспект, сформулируйте его пункты и определите, что именно следует включить в план-конспект для раскрытия каждого из них.

Наиболее существенные положения изучаемого материала (тезисы) последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат.

В конспект включаются не только основные положения, но и обосновывающие их выводы, конкретные факты и примеры (без подробного описания).

Составляя конспект, можно отдельные слова и целые предложения писать сокращенно, выписывать только ключевые слова, вместо цитирования делать лишь ссылки на страницы конспектируемой работы, применять условные обозначения.

Чтобы форма конспекта как можно более наглядно отражала его содержание, располагайте абзацы "ступеньками" подобно пунктам и подпунктам плана, применяйте разнообразные способы подчеркивания, используйте карандаши и ручки разного цвета.

Используйте реферативный способ изложения (например: "Автор считает...", "раскрывает...").

Собственные комментарии, вопросы, раздумья располагайте на полях.

### **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**

#### **1. 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.

#### **2. Выполнение задания в форме аргументированного эссе**

Практическое задание, в котором предлагается представить ответ на поставленный вопрос в форме эссе, используется для обучения студентов умению письменного аргументирования своих суждений и доводов по определенной проблеме. Это способствует развитию определенных навыков: критического мышления, логического структурирования и последовательного изложения аргументирующего материала; упорядоченности организации мыслительной деятельности; ясности самовыражения и т.д.

Работа по написанию эссе является вполне традиционным видом учебных заданий. Эссе (фр. *essai* – попытка, очерк) представляет собой особенный жанр философской, литературно-критической, историко-биографической прозы. Особенность состоит в том, что это небольшое по объему прозаическое произведение (5-7 страниц) выполняется в свободной композиции и предполагает выражение индивидуального впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендующие на определенную или исчерпывающую трактовку предмета.

Задача состоит в том, чтобы раскрыть проблему (вопрос) в сугубо личностном ключе, найти точки соприкосновения с собственным жизненным и духовным опытом, отразить глубину собственную переживаний и размышлений, по поводу различных философско-мировоззренческих проблем, лежащих в основе жизненного мира личности, например, добра и зла, смысла жизни, свободы и ответственности, счастья, свободы и т. п. Эссеистический стиль допускает образность, афористичность, лиричность, эмоциональность в изложении собственных взглядов на проблему с обязательным соблюдением требования их письменной аргументации.

Алгоритм выполнения задания:

- 1) В поставленном вопросе определить ключевую проблему;
- 2) Проработать идею, выражающее собственное отношение к проблеме и поддержать ее доказательством из соответствующих источников. Для аргументации необходимы ссылки точки зрения, цитаты других авторов, которые призваны усилить выдвинутые студентом аргументы.
- 3) Процесс выработки четкого и убедительного аргумента, подкрепленного логическим и последовательным интегрированием собранных материалов.

Структура аргументированного эссе включает в себя определенные составляющие:

##### **а) Введение.**

Во введении эссе сначала формулируется вводное утверждение (это особое, привлекающее внимание

высказывание или вопрос, цитата или другие фактический материал, способное захватить, привлечь к себе внимание читателя) и далее приводится тезисное утверждение, которое способно выступить в роли некой направляющей последующего хода рассуждений, требующих аргументации.

б) Презентация довода предполагает определенное преподнесение доводов и последовательное предоставление доказательств ранее заявленных положений.

в) Ожидание возражений. Для усиления аргументации следует рассмотреть и ожидаемые возражения, применяя практику противоречия, тем самым совершенствуя критическое мышление, моделируя ситуации дискуссии, принимая во внимания, что другие точки зрения по данному вопросу не только существуют, но и имеют определенное обоснование. Следует указать на слабые или противоречивые, неоднозначные места в приводимых точках зрения в качестве противоположных по отношению к собственной позиции.

г) Вывод должен включать синтез аргументации, повторное формулирование тезиса и заключительное утверждение.

### **Методические указания по организации самостоятельной работы студента**

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

Базовая СР обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям и контрольным мероприятиям для всех дисциплин учебного плана. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента 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 экзамену, аттестациям; написание реферата (эссе) по заданной проблеме.

Дополнительная СР направлена на углубление и закрепление знаний студента, 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 студентов с участием преподавателей являются: текущие консультации; коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин; прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий); выполнение курсовых работ (проектов) в рамках дисциплин (руководство, консультирование и защита курсовых работ (в часы, предусмотренные учебным планом); прохождение и оформление результатов практик (руководство и оценка уровня сформированности профессиональных умений и навыков); выполнение выпускной квалификационной работы (руководство, консультирование и защита выпускных квалификационных работ) и др.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. Основными формами самостоятельной работы студентов 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 относительно, а сами виды самостоятельной работы пересекаются.

### **Методические указания по подготовке к устному опросу**

Самостоятельная работа студентов включает подготовку к устному опросу на семинарских занятиях. Для этого студент изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к семинарским занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей учебной программе и доводятся до студентов заранее. Эффективность подготовки студентов к устному опросу зависит от качества ознакомления с рекомендованной литературой. Для подготовки к устному опросу, блиц-опросу студенту необходимо

ознакомиться с материалом, посвященным теме семинара, в учебнике или другой 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 семинарскому занятию занимает от 2 до 4 часов в зависимости от сложности темы и особенностей организации студентом своей самостоятельной работы.

### **Методические указания по подготовке презентаций**

Презентация - частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой в форме.

В качестве критериев могут быть выбраны:

- актуальность темы;
- соответствие содержания работы выбранной тематике;
- соответствие содержания и оформления работы установленным требованиям;
- обоснованность результатов и выводов, оригинальность идеи;
- новизна полученных данных;
- личный вклад магистра;
- возможности практического использования полученных данных.

#### **1. Общие положения**

Цель: конкретизировать знания и умения по изучаемой дисциплине, расширить кругозор студентов, изучить разделы курса, которые не рассматриваются в ходе аудиторных занятий.

Задачи:

- приобретение новых знаний;
- развитие умений систематизировать, обобщать и логично представлять изученный материал по исследуемым проблемам;
- совершенствование навыков работы по созданию презентаций PowerPoint.

#### **2. Правила выполнения презентации**

Работа представляется на диске в версии Office 2010. Выполненная презентация после предварительной проверки обязательно защищается.

#### **3. Требования к оформлению презентации**

1. Диск с работой должен быть подписан (Ф.И.О., направление подготовки, группа).
2. На первом слайде (титальном) необходимо указать тему работы.
3. На втором слайде презентации – план содержания.
4. Последний слайд – сведения об авторе.

#### **4. Содержание презентации**

1. Презентация включает в себя 12-15 слайдов любого оформления.
2. Поместить на слайды 3-4 сканированных изображения.
3. Разместить согласно тексту картинки или диаграммы.
4. Использовать текстовые и звуковые эффекты, анимацию при переходах слайдов (по выбору).
5. Возможно наличие в работе видеофайлов.

### **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 промежуточной аттестации**

На промежуточной аттестации определяется качество и объем усвоенных студентами знаний, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановки 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 семестра. 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**

*Требования к материально-техническому обеспечению дисциплины*

Для проведения занятий лекционного и семинарского типа используются аудитории, оборудованные

мультимедийными средствами обучения: экраном, проектором, ноутбуком (при отсутствии экрана, ноутбука и проектора – учебная доска).

Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используются аудитория, оснащенная учебной мебелью, экраном, ноутбуком и проектор (при отсутствии экрана, ноутбука и проектора – учебная доска).

Для самостоятельной работы обучающихся используется аудитория, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Для практической подготовки обучающихся используются аудитория, оснащенная учебной мебелью, экраном, ноутбуком и проектор (при отсутствии экрана, ноутбука и проектора – учебная доска).

Использование интернет-ресурсов предполагает проведение занятий в компьютерных классах с выходом в Интернет. В компьютерных классах обучающиеся имеют доступ к информационным ресурсам, к базе данных библиотеки (электронно-библиотечная система– <http://www.iprbookshop.ru> / <https://urait.ru>).

## **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 «Рекламная коммуникация»**

**1. Показатели и критерии оценки результатов освоения дисциплины**

<b>Результаты обучения (код и наименование)</b>	<b>Показатель оценивания</b>	<b>Критерии оценивания</b>	<b>Процедуры оценивания</b>
Знать способы осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Трактовка способов осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Правильность трактовки способов осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Тестирование Зачет Устный опрос Презентация
Уметь осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Использование умений осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Правильность и полнота использования умений осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Тестирование Зачет Устный опрос
Знать способы взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации	Трактовка способов взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации	Правильность трактовки понимания способов взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации	Тестирование Зачет Устный опрос Практическое задание
Уметь распространять коммуникационный продукт путем осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации	Использование умений распространять коммуникационный продукт путем осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации	Правильность и полнота использования умений распространять коммуникационный продукт путем осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации	Зачет Устный опрос Практическое задание
Владеть навыками взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации	Практические задания, выполнение которых связано с реализацией навыков взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации	Правильность и полнота выполнения практических заданий, связанных с реализацией навыков взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации	Практическое задание Зачет Устный опрос Презентация
Промежуточная аттестация			Зачет

**2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания**

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

Процедура оценивания происходит с использованием метода тестирования, оценки практических заданий, презентаций, ответа при устном опросе.

### **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.

### **Методическое описание подготовки и проведения презентаций**

Темы презентаций предлагает преподаватель, студент может предложить свой вариант темы (обговаривается и согласовывается с преподавателем). Преподаватель определяет вид работы: индивидуальная или групповая. Результаты презентации оценивает преподаватель, могут быть привлечены студенты в рамках взаимооценки.

Список тем презентаций, а также критерии и шкала их оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

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

Промежуточная аттестация – зачет.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Зачет выставляется по результатам текущего контроля успеваемости.

По очной форме обучения зачет выставляется после последнего занятия семинарского типа в триместре.

По заочной форме обучения зачет выставляется в специально отведенное расписанием сессии время. При этом во время зачета преподаватель проверяет выполненные студентами задания, а также задает дополнительные и уточняющие вопросы. На аттестацию каждого студента отводится 0,3 академических часа (около 14 минут).

## **3. Типовые контрольные задания**

### **Типовые задания для текущего контроля успеваемости**

#### **3.1 Перечень типовых тестовых заданий**

**1. Какой из видов коммуникации характеризуется неличным общением в присутствии каких-либо посредников?**

- 1) межличностная;
- 2) массовая коммуникация;

- 3) групповая коммуникация;
  - 4) межгрупповая коммуникация;
  - 5) внеличностная.
- 2. Какой из видов коммуникации характеризуется распространением информации на численно большие, рассредоточенные аудитории?**
- 1) межличностная коммуникация;
  - 2) массовая коммуникация;
  - 3) групповая коммуникация;
  - 4) межгрупповая коммуникация;
  - 5) рассредоточенная коммуникация.
- 3. Расположите этапы передачи и восприятия сообщения в процессе коммуникации в логической последовательности...**
- 1) вербализация (проговаривание);
  - 2) невербальное поведение;
  - 3) восприятие вербального сообщения;
  - 4) осмысление идеи;
  - 5) осознание идеи для сообщения;
  - 6) восприятие невербального поведения.
- 4. Что является предметом любого коммуникативного воздействия в первую очередь?**
- 1) поведение человека;
  - 2) состояние человека;
  - 3) духовно-психологическая сфера человека;
  - 4) отношение человека;
  - 5) покупательная способность человека.
- 5. Какая из перечисленных характеристик не входит в понятие информационной деятельности?**
- 1) создание информации;
  - 2) размножение информации;
  - 3) отмывание информации;
  - 4) сохранение информации.
  - 5) хранение информации.
- 6. Процесс рекламной коммуникации можно представить в виде совокупности элементов...**
- 1) коммуникатор – сообщение –реципиент;
  - 2) коммуникатор –сообщение –канал распространения сообщения –реципиент;
  - 3) коммуникатор –реципиент;
  - 4) коммуникатор –канал распространения сообщения –реципиент;
  - 5) канал распространения сообщения — коммуникатор.
- 7. Кто из перечисленных ниже мыслителей и исследователей коммуникационных процессов является автором пятизвенной модели политической коммуникации?**
- 1) У. Шрамм;
  - 2) Аристотель;
  - 3) Г. Лассуэлл;
  - 4) Т.Адорно;
  - 5) В. Парето.
- 8. Какой из указанных каналов коммуникации относится к Системе средств массовой информации?**
- 1) рекламное агентство;
  - 2) авиалинии;
  - 3) почтовые перевозки;
  - 4) автомагистрали;
  - 5) коммутатор.
- 9. Какой из указанных процессов определяет тенденции развития средств массовой коммуникации?**
- 1) концентрация СМИ;
  - 2) регионализация СМИ;
  - 3) глобализация СМИ;
  - 4) централизация СМИ;
  - 5) тенденциозность СМИ.
- 10. Медиапланирование– это вид деятельности, который предполагает...**
- 1) разработку рекламной стратегии;
  - 2) обоснование рекламной идеи;
  - 3) разработку медиаплана;

- 4) выбор творческой рекламной стратегии;
- 5) глобальное стратегическое мышление.

**11. Какой из перечисленных критериев лежит в основе выбора СМИ в качестве рекламоносителя?**

- 1) стоимость одного пункта рейтинга;
- 2) рейтинг;
- 3) личное влияние;
- 4) максимальная эффективная частота контактов;
- 5) личные предпочтения заказчика.

**12. Какой из указанных терминов относится к стоимостным характеристикам медиаплана?**

- 1) охват аудитории;
- 2) стоимость охвата одной тысячи зрителей;
- 3) суммарный рейтинг;
- 4) частота рекламных контактов;
- 5) прибавочная стоимость.

**13. Какая из приведенных схем охвата аудитории используется при рекламировании нового товара?**

- 1) схема для обычного цикла приобретения;
- 2) схема «обратный клин»;
- 3) схема осведомленности;
- 4) схема сезонного опережения;
- 5) схема неосведомленности.

**14. Какая из приведенных схем охвата аудитории используется при рекламировании уже известного на рынке товара?**

- 1) блиц-схема;
- 2) схема «быстрая мода»;
- 3) схема переменного охвата;
- 4) клинообразная схема;
- 5) схема «обратный клин».

**15. Распределите перечисленные справа характеристики таким образом, чтобы они соответствовали понятиям, указанным слева...**

- |                       |                                    |
|-----------------------|------------------------------------|
| 1) рекламный шар;     | 1) цикл рекламирования;            |
| 2) медиаисследования. | 2) МЭЧ;                            |
|                       | 3) охват аудитории;                |
|                       | 4) рейтинг;                        |
|                       | 5) доля аудитории;                 |
|                       | 6) медиапредпочтения потребителей. |

**16. Распределите перечисленные справа характеристики таким образом, чтобы они соответствовали понятиям, указанным слева...**

- |                       |                                      |
|-----------------------|--------------------------------------|
| 1) медиаисследования; | 1) цикл рекламирования;              |
| 2) рекламный шар.     | 2) стоимость одного пункта рейтинга; |
|                       | 3) охват аудитории;                  |
|                       | 4) рейтинг;                          |
|                       | 5) доля аудитории;                   |
|                       | 6) медиапредпочтения потребителей.   |

**17. Распределите перечисленные справа характеристики таким образом, чтобы они соответствовали понятиям, указанным слева...**

- |                       |   |
|-----------------------|---|
| 1) медиаисследования; | 1) цикл рекламирования;                           |
| 2) рекламный шар.     | 2) МЭЧ;   |
|                       | 3) стоимость одной тысячи контактов с аудиторией; |
|                       | 4) рейтинг;                                       |
|                       | 5) доля аудитории;                                |
|                       | 6) медиапредпочтения потребителей.                |

**18. Распределите перечисленные справа характеристики таким образом, чтобы они соответствовали понятиям, указанным слева...**

- |                       |                             |
|-----------------------|-----------------------------|
| 1) медиаисследования; | 3) цикл рекламирования;     |
| 2) рекламный шар.     | 4) МЭЧ;                     |
|                       | 5) охват аудитории;         |
|                       | 6) рейтинг;                 |
|                       | 7) тираж печатного издания; |

8) медиапредпочтения потребителей.

**19. Какой из приведенных ниже показателей рассчитывается по формуле: число телезрителей, видевших рекламу не менее  $n$  раз/общая численность потенциальных телезрителей  $\times 100\%$ ?**

- 1) GRP;
- 2) Share;
- 3) Frequency;
- 4) Reach;
- 5) Reach.

**20. Потенциальной аудиторией телеканала называется...**

- 1) все население, проживающее в районах, где существует техническая возможность приема телеканала;
- 2) все домохозяйства данного региона, в которых включены телеприемники;
- 3) все домохозяйства данного региона, смотрящая в данный момент телеприемники;
- 4) вся целевая аудитория данной рекламы;
- 5) заинтересованная группа потребителей.

**21. Какая из указанных медиастратегий при проведении рекламной кампании предполагает использование нескольких видов маркетинговых коммуникаций?**

- 1) Mix communication (стратегия ИМК);
- 2) Mix-media (стратегия смешанных средств массовой коммуникации);
- 3) Стратегия «Одного СМИ»;
- 4) BTL;
- 5) MAX-media.

**22. Какой из терминов, указанных ниже, определяется как «сумма рейтингов всех размещений рекламы, предусмотренных в медиаплане»?**

- 1) GRP;
- 2) Share;
- 3) Frequency;
- 4) Reach;
- 5) GPS.

**23. Какой из перечисленных видов исследования относится к исследованиям СМИ?**

- 1) опросы с целью определения уровня осведомленности о торговой марке;
- 2) опросы с целью анализа структуры потребления аудитории носителя;
- 3) качественный анализ уже состоявшихся или планируемых рекламных кампаний конкурентов;
- 4) определение уровня личного влияния;
- 5) определение уровня популярности продукта.

**24. Какой из перечисленных видов исследований относится к определению коммуникативной эффективности рекламы?**

- 1) опросы с целью определения уровня осведомленности о торговой марке;
- 2) опросы с целью анализа структуры потребления аудитории носителя;
- 3) качественный анализ уже состоявшихся или планируемых рекламных кампаний конкурентов;
- 4) определение уровня личного влияния;
- 5) ни один из вышеперечисленных.

**25. Какие из перечисленных паттернов применяют для устойчивых товаров?**

- 1) блиц-паттерн;
- 2) паттерн цикла покупки;
- 3) паттерн известности;
- 4) импульс-паттерн;
- 5) сезонный паттерн.

Критерии и шкала оценки

Количество правильных ответов:

Менее 52% - «неудовлетворительно»

53-70% - «удовлетворительно»

71-85% - «хорошо»

86-100% - «отлично»

### 3.2 Перечень типовых практических заданий

#### Задание 1.

Обосновать название товара / услуги. Разработать слоган. Написать 15 предложений ОРТ.

Товары: 1) скотч, 2) простой карандаш, 3) плюшевый мишка, 4) зубочистка

Услуги: 1) уборка помещений, 2) уроки французского, 3) ремонтные работы на дому

Требования к выполнению задания: Работа должна быть представлена в формате PowerPoint с комментариями студенческой группы.

### **Задание 2.**

Напишите эмоциональные отзывы в 2-3 строки о любимых брендах (5-7 примеров) с точки зрения потребителя.

### **Задание 3.**

Напишите сценарий игрового ролика для размещения на телевизионном канале. Сделайте раскадровку ролика (объект рекламы выберите самостоятельно). В чем состоят особенности размещения рекламных материалов в СМИ? Какими законами регламентируется размещение рекламных материалов в СМИ?

### **Задание 4.**

Проанализируйте особенности применения следующих речевых манипулятивных техник в рекламе:

Эвфемизмы – это замена слова с негативной семантикой позитивным или нейтральным по смыслу.

Подмена понятий – известное понятие ставится в один ряд с негативными/позитивными понятиями, вследствие чего приобретает негативный/позитивный смысл.

Сравнение в пользу манипулятора – прием сводится к поиску объекта, на который можно было бы опереться, чтобы продукт выглядел в выигрышном свете.

Переосмысление – очевидному и всем известному факту, событию, человеку, явлению присваивается новый смысл, удобный манипулятору.

Вживленная оценка – признак предмета постоянно ставится рядом с его названием, превращаясь в его имманентное свойство.

Речевое связывание – это прием, с помощью которого два или более действий в предложении связываются временными оборотами «до того как», «перед тем как», «после того как» и т.д.

Эффект приема обусловлен тем, что на такую двойную временную конструкцию в предложении человеку затруднительно дать двойное отрицание, если он хоть с чем-то не согласен.

Приведите примеры удачного и неудачного применения манипулятивных техник. Какое влияние оказывают данные техники на сознание и поведение потребителя?

### **Задание 5.**

Разработайте слоган для любой осуществляемой на данный момент рекламной кампании, используя следующие приемы:

- Употребление цитаций или аллюзий:

Пример: «Как прекрасен этот мир, посмотри!» (Турфирма «Эптон»)

- Деформация цитаций:

Пример: «Истина – в движении!» (Турфирма «Гайде-тур»)

- Повтор:

а) стык: Пример: «Показывают движение времени, но время не властно над ними» (Часы «Ситизен»)

б) анафора: Пример: «Благороден и благотворен» (Демидовский бальзам)

в) эпифора: Пример: «Не просто чисто – безупречно чисто!» (Стиральный порошок «Ариэль»)

### **Задание 6.**

Разработайте рекламную идею и напишите текст рекламного объявления, используя следующие методики:

- метод фокальных объектов;
- метод ассоциаций;
- метод гирлянд;
- метод аналогий (синектика).

Опишите процесс генерации идеи. С какими трудностями пришлось столкнуться? Какой метод наиболее приемлем для Вас?

### **Задание 7.**

Проанализируйте способы осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах). Составьте сравнительную таблицу.

### **Задание 8.**

Охарактеризуйте способы взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации. Составьте сравнительную таблицу.

### Задание 9.

Опишите процесс распространения коммуникационного продукта путем осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации.

#### Критерии и шкала оценки решения практического задания

Оценка	Критерии
<b>Отлично</b>	<i>Отлично</i> 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.
<b>Хорошо</b>	<i>Хорошо</i> 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.
<b>Удовлетворительно</b>	При <i>удовлетворительном</i> 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.
<b>Неудовлетворительно</b>	При <i>неудовлетворительном</i> 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 тем презентаций

1. Сущность и функции коммуникаций в современном обществе.
2. Понятие и общая структура коммуникационного пространства.
3. Сообщение как основа коммуникационного пространства.
4. Роль рекламы в жизни общества.
5. Психологические основы рекламной деятельности.
6. Виды коммуникаций, их структура.
7. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.
8. Реклама в прессе.
9. Печатная реклама.
10. Реклама на телевидении.
11. Реклама на радио.
12. Наружная реклама.
13. Реклама на транспорте (транзитная реклама).
14. Интернет-реклама.
15. Сувенирная реклама.
16. Выставки и ярмарки..

17. Рекламное агентство и его функции.
18. Виды рекламных кампаний.
19. Планирование рекламной кампании.
20. Структура рекламного обращения.

#### **Критерии и шкала оценки исполнения презентации**

Оценка	Критерии
Отлично	Отлично ставится, если содержание работы полностью соответствует заданию. Студент демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять презентацию. Полно освещает заданную тему, её актуальность и новизну. Содержание работы полностью соответствует выбранной тематике. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов. Студент 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 студента в работу. Оформление работы в целом отвечает установленным требованиям.
Хорошо	Хорошо ставится, если содержание работы достаточно полностью соответствует заданию. Студент демонстрирует знание учебного материала, умение успешно выполнить презентацию, усвоение основной литературы, рекомендованной в программе. Достаточно полно освещает заданную тему, её актуальность и новизну. 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. Оценка «хорошо» выставляется студентам, показавшим систематический характер знаний учебного материала и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности. Достаточно обоснование возможности практического использования полученных данных. Достаточно продемонстрирован личный вклад обучающегося в работу. Оформление работы отвечает установленным требованиям.
Удовлетворительно	При удовлетворительном ответе содержание работы недостаточно полностью соответствует заданию. Студент демонстрирует недостаточное освещение заданной темы, допущены погрешности и неточности, допускает одну существенную ошибку, но обладающим необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя. Недостаточно освещает заданную тему, её актуальность и новизну. Научная терминология используется недостаточно, выводы недостаточно обоснованы. Студент, обнаруживший знания основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой. Личный вклад студента в работу недостаточен. Оформление работы не полностью отвечает установленным требованиям.
Неудовлетворительно	При неудовлетворительном ответе содержание работы не соответствует заданию. Выставляется обучающемуся, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении презентации. Оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании образовательного учреждения без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине. В работе продемонстрирован низкий уровень знаний, допущены большие неточности, наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии, нет выводов, ограничен объем творческого продукта. Оформление работы не отвечает установленным требованиям.

#### **3.4. Перечень типовых вопросов к устному опросу**

1. Информационные основания коммуникативной деятельности.
2. Сущность и функции коммуникаций в современном обществе.
3. Способы осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).
4. Понятие и общая структура коммуникационного пространства.
5. Ключевые элементы коммуникационного пространства.
6. Сообщение как основа коммуникационного пространства.

7. Контент как ключевая составная часть коммуникационного пространства
8. Роль рекламы в жизни общества.
9. Основы мотивации в рекламе.
10. Выбор побудительных мотивов.
11. Факторы, влияющие на ответную реакцию потребителя.
12. Способы взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации.
13. Работа с возражениями целевой аудитории.
14. Уникальное торговое предложение (УТП).
15. Виды коммуникаций, их структура.
16. Распространение коммуникационного продукта путем осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации.
17. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.
18. Виды рекламных кампаний.
19. Планирование рекламной кампании.
20. Рекламные исследования.

#### **Критерии и шкала оценки ответа при устном опросе**

<b>Оценка</b>	<b>Критерии ответа</b>
<b>Отлично</b>	<i>Отлично</i> ставится, если обучающийся демонстрирует глубокое, полное раскрытие вопросов. Выдвигаемые им положения аргументированы и иллюстрированы примерами. В освещении содержания вопроса 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.
<b>Хорошо</b>	<i>Хорошо</i> 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.
<b>Удовлетворительно</b>	При <i>удовлетворительном</i> 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; ответ носит преимущественно описательный, а не концептуальный характер; научная терминология используется недостаточно.
<b>Неудовлетворительно</b>	При <i>неудовлетворительном</i> ответе обучающийся допускает 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**

##### **3.5. Контрольные вопросы к устному опросу**

1. Информационные основания коммуникативной деятельности.
2. Сущность и функции коммуникаций в современном обществе.
3. Способы осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).
4. Понятие и общая структура коммуникационного пространства.
5. Ключевые элементы коммуникационного пространства.
6. Сообщение как основа коммуникационного пространства.
7. Контент как ключевая составная часть коммуникационного пространства
8. Роль рекламы в жизни общества.
9. Основы мотивации в рекламе.
10. Выбор побудительных мотивов.
11. Факторы, влияющие на ответную реакцию потребителя.

12. Способы взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации.
13. Работа с возражениями целевой аудитории.
14. Уникальное торговое предложение (УТП).
15. Виды коммуникаций, их структура.
16. Распространение коммуникационного продукта путем осуществления взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами (лицами) с помощью различных каналов коммуникации.
17. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.
18. Элементы средств рекламы.
19. Реклама в прессе.
20. Печатная реклама.
21. Реклама на телевидении.
22. Реклама на радио.
23. Наружная реклама. Реклама на транспорте (транзитная реклама).
24. Интернет-реклама.
25. Сувенирная реклама. Выставки и ярмарки.
26. Структура рекламного обращения.
27. Лексика рекламного текста.
28. Организация рекламной деятельности.
29. Рекламное агентство и его функции.
30. Виды рекламных кампаний.
31. Планирование рекламной кампании.
32. Рекламные исследования.
33. Оценка эффективности рекламы

#### **Критерии и шкала оценки промежуточной аттестации - зачета**

Оценка «зачтено» ставится, если студент получил оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и/или «зачтено» за 80% и более семинаров и практических работ.

Оценка «не зачтено» ставится, если студент получил оценки «неудовлетворительно» и/или «зачтено» за менее чем 80% семинаров и практических работ.

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины**  
**«Рекламная коммуникация»**  
**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



УТВЕРЖДАЮ  
Декан социально-психологического  
факультета  
  
Т.В. Поштарева  
«19» 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=16yr3dpf27651016965](https://hr-portal.ru/psy_tools?ysclid=16yr3dpf27651016965)

**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