

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики



УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

Иванов А.Г.

2017г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ОД.5 Рекламный менеджмент

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность 42.04.02 Журналистика
(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) / специализация Реклама
(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки академическая
(академическая /прикладная)

Форма обучения очная
(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника магистр
(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2017

Рабочая программа дисциплины Рекламный менеджмент составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика, программа подготовки «Реклама»
код и наименование направления подготовки

Программу составил(и):

Р.И. Мальцева, проф., д-р филол. наук, проф.
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


подпись

Рабочая программа дисциплины Рекламный менеджмент утверждена на заседании кафедры (разработчика) электронных СМИ и новых медиа протокол № 13 «15» июня 2017г.

И.о. заведующего кафедрой (разработчика) Мальцева И.А.
фамилия, инициалы


подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры электронных СМИ и новых медиа протокол № 13 «15» июня 2017г.

И.о. заведующего кафедрой (выпускающей) Мальцева И.А.
фамилия, инициалы


подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики протокол № 07-17 «21» июня 2017г.

Председатель УМК факультета Патюкова Р.В.
фамилия, инициалы


подпись

Рецензенты:

Патюкова Р.В., д-р филол. наук, профессор, зав. кафедрой рекламы и связей с общественностью

Кудинова А.В., канд.ист.наук, доц., зав. кафедры арт-бизнеса, туризма и рекламы КГИК

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).

1.1 Цель освоения дисциплины.

Основная цель освоения дисциплины «**Рекламный менеджмент**» дать представление о ней как о науке и искусстве, проследить систему взаимоотношений рекламного менеджмента с другими общественными науками, дать комплексный подход к разработке рекламных компаний, дать представление о стратегии и тактике подачи рекламных сообщений, а также привить навыки и умение разрабатывать стратегию и тактику рекламных кампаний.

1.2 Задачи дисциплины:

- ознакомить с предметом и практическими методами рекламного менеджмента;
- дать четкие представления о рекламном менеджменте, как о науке и искусстве, базирующейся на анализе обратной связи;
- ознакомить с публичными реляциями (ПР), как методикой разработки стратегии рекламной компании, показать отличие ПР от пропаганды и торговой рекламы;
- добиться четкого знания функций рекламы, а также дать обзор основных направлений и инструментов рекламы.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре ООП ВО: дисциплина «Рекламный менеджмент» относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. Предшествующие дисциплины: «Современные медиасистемы», «Деонтология журналистики». Последующие дисциплины: «Разработка и производство рекламного продукта».

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы. Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *обще*профессиональных компетенций (ОК/ОПК/ПК): **ОПК 3, ОПК 4, ПК 3**

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ОПК - 3	готовностью осуществлять профессиональную деятельность, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации и положений теории журналистики, понимании спектра функций СМИ, как важнейшего социального института и средства	инновационные концепции массовой коммуникации в применении к рекламной деятельности и экономической теории	учитывать роль аудитории в процессе потребления и производства рекламного продукта	технологиям и производства рекламного продукта с учетом инновационных подходов в области менеджмента

		социальной коммуникации, роли аудитории в процессе потребления и производства массовой информации			
2.	ОПК-4	готовностью осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их структуры, знания специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ	новейшие разработки для современных медиасистем в сфере менеджмента	использовать инновационные технологии менеджмента при создании рекламного контента	инновационными технологиями и менеджмента для осуществления профессиональной деятельности, базируясь на знании специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ.
3.	ПК 3	готовностью осуществлять организационные, координационные, контролируемые обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов	основные стратегии современного планирования, определения границ рынка, разработку бюджета в рамках рекламного менеджмента	организовывать и контролировать текущее планирование рекламируемых товаров и услуг в соответствии со стратегией развития компаний	навыками производства рекламы (создание телевизионных и радиороликов, печатных объявлений)

2. Структура и содержание дисциплины.

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач. ед. (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице:

Вид учебной работы	Всего	Семестры
--------------------	-------	----------

	часов	(часы)			
		В			
Контактная работа, в том числе:					
Аудиторные занятия (всего):	24	24			
Занятия лекционного типа	12	12			
Лабораторные занятия	-	-			
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	12	12			
Иная контактная работа:					
Контроль самостоятельной работы (КСР)	-	-			
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3	0,3			
Самостоятельная работа, в том числе:					
<i>Курсовая работа</i>	-	-			
<i>Проработка учебного (теоретического) материала</i>	20	20			
<i>Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)</i>	-	-			
<i>Реферат</i>	10	10			
Подготовка к текущему контролю	-	-			
Контроль:					
Подготовка к экзамену	53,7	53,7			
Общая трудоемкость	час.	108	108		
	в том числе контактная работа	24,3	24,3		
	зач. ед	3	3		

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в В семестре

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Сущность рекламного менеджмента.	4	2	2	-	2
2.	Планирование рекламы.	12	2	2	-	8
3.	Интегрированные маркетинговые коммуникации в менеджменте .	9	2	2	-	5
4.	Модели рекламной коммуникации в менеджменте.	16	4	4	-	8
5.	Сегментации и позиционирование. Стратегия сегментации и стратегия позиционирования.	9	2	2	-	5
	<i>Итого по дисциплине:</i>		12	12		30

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа.

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Сущность рекламного менеджмента	Место рекламного менеджмента в общей стратегии фирмы. Определение. Сфера рекламного менеджмента	<i>Конспект лекции</i>
2.	Планирование рекламы	Структура планирования. Стратегия маркетинга и ситуационный анализ. Анализ рынка и потребителя, анализ конкуренции. Маркетинговый план. Коммуникации и процесс убеждения. Рекламный план: социальные, правовые и глобальные факторы.	<i>Конспект лекции</i>
3.	Интегрированные маркетинговые коммуникации в менеджменте	Интегрирование рекламы, маркетинга и паблик рилейшнз. Роль рекламы внутри маркетинговой программы. Роль рекламы внутри коммуникационного комплекса. Стимулирование сбыта. Связи с общественностью	<i>Конспект лекции</i>
4.	Модели рекламной коммуникации в менеджменте	Постановка целей рекламы. Функции целей и динамика поведения. Подход DAGMAR. Подход AIDMA	<i>Конспект лекции</i>
5.	Сегментации и позиционирование. Стратегия сегментации и стратегия позиционирования	Понятие позиционирование. Теория Тратута и Райса. Маркетинговые войны. Процесс позиционирования. Концепция позиционирования Росситера-Перси.	<i>Конспект лекции</i>

2.3.2 Занятия семинарского типа.

№	Наименование раздела (темы)	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Сущность рекламного менеджмента	Место рекламного менеджмента в общей стратегии фирмы. Определение. Сфера рекламного менеджмента Развитие рекламного менеджмента Модели рекламного менеджмента	<i>Дискуссия</i>
2.	Планирование рекламы	Структура планирования. Стратегия маркетинга и ситуационный анализ. Анализ рынка и потребителя, анализ конкуренции. Маркетинговый план. Коммуникации и процесс убеждения. Рекламный план: социальные, правовые и глобальные факторы	<i>Реферат</i>
3.	Интегрированные маркетинговые	Интегрирование рекламы, маркетинга и паблик рилейшнз. Роль рекламы внутри маркетинговой программы. Роль рекламы внутри	<i>Дискуссия</i>

	коммуникации в менеджменте	коммуникационного комплекса. Стимулирование сбыта. Связи с общественностью.	
4.	Модели рекламной коммуникации в менеджменте	Постановка целей рекламы. Функции целей и динамика поведения. Подход DAGMAR. Подход AIDMA	<i>Реферат</i>
5.	Сегментации и позиционирование. Стратегия сегментации и стратегия позиционирования.	Понятие позиционирования. Теория Тратута и Райса. Маркетинговые войны. Процесс позиционирования. Концепция позиционирования Росситера-Перси.	<i>Дискуссия</i>

Защита лабораторной работы (ЛР), выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), тестирование (Т) и т.д.

2.3.3 Лабораторные занятия.

Лабораторные занятия не предусмотрены

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы не предусмотрены

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1	<i>Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)</i>	1. Малюк, В. И. Современные проблемы менеджмента: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / В. И. Малюк. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 192 с. — (Серия: Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/FB955E4B-FD2A-489C-9715-12BDA96D5F91 2. Менеджмент в образовании: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / С. Ю. Трапицын [и др.] ; под ред. С. Ю. Трапицына. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 413 с. — (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/12FCF5B3-0881-4E93-BCEA-ABD7AB09E8AE 3. Одинцов, А. А. Основы менеджмента: учебное пособие для вузов / А. А. Одинцов. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 210 с. — (Серия: Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/66F6B5AD-1104-4E97-946E-C5F5A021280D 4. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017.
2	<i>Реферат</i>	1. Малюк, В. И. Современные проблемы менеджмента: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / В. И. Малюк. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 192 с. — (Серия:

		Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/FB955E4B-FD2A-489C-9715-12BDA96D5F91 2. Менеджмент в образовании: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / С. Ю. Трапицын [и др.] ; под ред. С. Ю. Трапицына. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 413 с. — (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/12FCF5B3-0881-4E93-BCEA-ABD7AB09E8AE 3. Одинцов, А. А. Основы менеджмента: учебное пособие для вузов / А. А. Одинцов. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 210 с. — (Серия: Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/66F6B5AD-1104-4E97-946E-C5F5A021280D 4. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017.
--	--	--

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) реализация компетентного подхода должна предусматриваться использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (дискуссия, круглый стол, опрос, реферат, творческое задание) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся.

Лекционное занятие является одной из основных системообразующих форм организации учебного процесса.

Лекция (Л) – учебное аудиторное занятие, составляющее основу теоретического обучения и дающее систематизированные основы научных знаний по дисциплине, раскрывающее состояние и перспективы развития соответствующей области науки и техники, концентрирующее внимание обучающихся на наиболее сложных, узловых вопросах, стимулирующее их познавательную деятельность и способствующее формированию творческого мышления.

Лекция представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем - лектором учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного

материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Лекция как элемент образовательного процесса должна включать следующие этапы:

- формулировку темы лекции;
- указание основных изучаемых разделов или вопросов и предполагаемых затрат времени на их изложение;
- изложение вводной части;
- изложение основной части лекции;
- краткие выводы по каждому из вопросов;
- заключение;
- рекомендации литературных источников по излагаемым вопросам.

Содержание лекции должно отвечать следующим дидактическим требованиям:

- изложение материала от простого к сложному, от известного к неизвестному;
- логичность, четкость и ясность в изложении материала;
- возможность проблемного изложения, дискуссии, диалога с целью активизации деятельности обучающихся в ходе лекции;
- опора смысловой части лекции на подлинные факты, события, явления, статистические данные;
- тесная связь теоретических положений и выводов с практикой и будущей профессиональной деятельностью обучающихся;
- научность и информативность (современный научный уровень), доказательность и аргументированность, наличие достаточного количества ярких, убедительных примеров, фактов, обоснований, документов и научных доказательств;
- активизация мышления слушателей, постановка вопросов для размышления, четкая структура и логика раскрытия последовательно излагаемых вопросов;
- разъяснение вновь вводимых терминов и названий, формулирование главных мыслей и положений, подчеркивание выводов, повторение их;
- эмоциональность формы изложения, доступный и ясный язык.

Семинарские занятия (С)

Семинар - одна из форм практических занятий, проводимых по наиболее сложным вопросам (темам, разделам) с целью формирования и развития у обучающихся навыков самостоятельной работы, научного мышления, умения активно участвовать в творческой дискуссии, делать выводы, аргументировано излагать свое мнение и отстаивать его. Семинарские занятия проводятся главным образом по гуманитарным и социально-экономическим дисциплинам, требующим научно-теоретического анализа литературных источников.

Порядок подготовки семинарского занятия:

- изучение требований программы дисциплины
- формулировка цели и задач семинара
- разработка плана проведения семинара
- моделирование вступительной и заключительной частей семинара
- предварительная раздача студентам вопросов, заданий (в том числе творческих и индивидуальных), ознакомление с проблемами, являющимися предметом обсуждения на семинаре
- инструктаж студентов по подготовке к семинару

Порядок проведения семинарского занятия:

1. Вводная часть: постановка цели, задач и изложение основного замысла занятия.
2. Основная часть:
 - организация дискуссии: постановка проблемы, выделение основных направлений;
 - выступление докладчика, раскрывающего основные положения по вопросу;

- выступления содокладчиков, раскрывающих свое видение проблемы;
- дискуссия по докладу и содокладам.

3. Заключительная часть: завершение дискуссии, обобщение и оценка результатов работы студентов.

Самостоятельная работа (СР)

Самостоятельная работа студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности: работа с мультимедийным учебно-методическим комплексом дисциплины, с программами-тренажерами (в первую очередь динамическими и интеллектуальными), с электронными образовательными ресурсами. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля.

К формам текущего контроля относятся: оценка выполнения студентами творческих заданий в рамках практических занятий, в том числе выполненных в ходе самостоятельной работы, реферат.

4.1.1 Примерная тематика рефератов

1. Реклама в современном бизнесе.
2. Классификация рекламы.
3. Реклама воздействия.
4. Средства рекламного воздействия.
5. Виды рекламы и маркетинговые цели сбыта товара.
6. Средства распространения рекламы.
7. Реклама в античном мире.
8. Реклама средневековья.
9. Реклама за рубежом в XIX - XX вв.
10. Реклама в России до 1917 г.
11. Реклама в России с 1917 г. до 80-х гг. XX в.
12. Управление в рекламном бизнесе.
13. Выбор рекламного агентства.
14. Характер взаимоотношений рекламодателя и рекламного агентства.
15. Функциональная структура рекламного менеджмента.
16. Содержание рекламного обращения.
17. Язык и стиль рекламного сообщения.
18. Художественное оформление текста.
19. Функции организации и координации в менеджменте рекламной кампании фирмы - производителя товаров.
20. Оценка эффективности рекламы.
21. Измерение коммуникативной эффективности рекламы.
22. Психофизические методы измерения коммуникативной эффективности рекламы.
23. Методы изучения отношения потребителей к рекламируемым товарам.
24. Экспериментальные методы измерения экономической эффективности рекламы.
25. Аргументирующая (информационная) реклама.
26. Эмоциональная реклама.
27. Творческая тематика рекламной стратегии.
28. Социально-правовые аспекты регулирования рекламной деятельности.

29. Реклама в Интернет.
30. Визитка: история, правила, создание.
31. Привлечение и удержание клиентов.
32. Рекламный агент: функции, профессиональные и личностные характеристики.
33. Основные принципы Международного кодекса рекламы.

4.1.2 Примерная тематика дискуссий:

Тема 1. Основное понятие рекламного менеджмента. Цели и задачи рекламного менеджмента. Функции рекламного менеджмента.

1. Обоснуйте необходимость существования менеджмента в рекламе.
2. В чем заключаются основные функции рекламного менеджмента?
3. Определите субъекты и объекты рекламного менеджмента в конкретной организации (фирме/компании), занимающейся рекламной деятельностью.
4. Какие требования предъявляются к информации, используемой в процессе управления рекламной деятельностью?

Тема 2. Организация рекламодателя.

1. Обоснуйте, от каких факторов зависит организационная структура рекламной службы фирмы.
 2. В чем заключается специфика рекламной деятельности фирмы?
 3. Какие организационные функции должен выполнять руководитель рекламной службы фирмы?
 4. Назовите типы субъектов организации рекламной деятельности.
 5. Чем рекламная служба фирмы отличается от маркетинговой службы?
- Деловая игра. «Создание и распространение рекламного - продукта: стратегия и тактика».

Тема 3. Рекламная кампания.

1. Дайте характеристику этапам рекламной кампании.
 2. Смоделируйте гипотетическую рекламную кампанию и обоснуйте свои действия на каждом этапе.
 3. Вы проводите рекламную кампанию на протяжении 6 месяцев. Темпы сбыта вашей марки начинают замедляться, и менеджеры вам советуют разработать новый творческий подход. Обоснуйте ваши дальнейшие действия.
- Деловая игра. «Разработка рекламной кампании».

Тема 4. Организация участия предприятия в выставках и ярмарках. Разработка проекта участия в выставке.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.

Контрольные вопросы для итоговой формы контроля (экзамен)

1. Понятие рекламного менеджмента.
2. Менеджмент в рекламе как особый тип управления.
3. Менеджер по рекламе в рекламном бизнесе.
4. Исходные положения менеджмента. Принципы менеджмента.
5. Административно-организационные методы управления.
6. Экономические и социально – психологические методы управления.
7. Управленческие решения.
8. Условия эффективности управленческих решений.
9. Методы принятия решений. Типы решения при рациональном методе.

10. Рекламная организация как объект управления.
11. Рекламные службы в СМИ.
12. РА как объект управления.
13. Структура и организация РА.
14. Организация взаимодействия участников рекламного процесса.
15. Этика деловых отношений РА и рекламодателя.
16. Организация документооборота рекламной деятельности.
17. Управление персоналом коммерческого предприятия (РА).
18. Оценка работы персонала.
19. Контроль и поддержание трудовой дисциплины.
20. Креативный менеджмент.
21. Творческий процесс как объект рекламного менеджмента.
22. Вопросы финансовой деятельности предприятия.
23. Налогообложение предпринимательской деятельности.
24. Технология принятия решений в сфере рекламного менеджмента.
25. Особенности развития рекламной деятельности на Российском рынке.
26. Правовое регулирование рекламной деятельности.
27. Классификация агентств по видам деятельности.
28. Особенности информационного обеспечения в сфере рекламного менеджмента.
29. Определение целей рекламной кампании.
Основные подходы в разработке концепции рекламной кампании.
30. Методы формирования рекламного бюджета.
31. Оптимизация бюджета рекламной кампании.
32. Формы оплаты услуг РА.
33. Рекламные отделы, их типы.
34. Субъекты рекламного рынка.
35. Рекламодатель и его функции.
36. Задачи и роли менеджера в рекламе.
37. Реклама, маркетинг, менеджмент: основные взаимосвязи.
38. Взаимодействие рекламного процесса и рекламной службы.
39. PR мероприятия в деятельности РА.
40. Оценка эффективности рекламы.

Критерии оценивания

Экзамен проводится устной форме по билетам, которые включают два теоретических вопроса. Оценка знаний студентов производится по следующим критериям:

- **оценку «отлично»** заслуживает экзаменуемый глубоко и прочно усвоивший программный материал курса, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно изложивший материал, тесно увязав теорию с практикой.
- **оценку «хорошо»** заслуживает экзаменуемый твердо знающий материал курса, грамотно и по существу излагающий его, не допускающий существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяющий теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеющий необходимыми навыками и приемами их выполнения.
- **оценку «удовлетворительно»** заслуживает экзаменуемый владеющий знаниями только основного материала, но не усвоивший его деталей, допускающий неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в

изложении программного материала, испытывающий затруднения при выполнении практических задач.

- **оценку «неудовлетворительно»** заслуживает экзаменуемый, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно.

При подготовке ответов на вопросы экзаменационного билета выпускниками может быть использована справочная литература.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).

5.1 Основная литература:

1. Малюк, В. И. Современные проблемы менеджмента: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / В. И. Малюк. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 192 с. — (Серия: Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/FB955E4B-FD2A-489C-9715-12BDA96D5F91.
2. Менеджмент в образовании: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / С. Ю. Трапицын [и др.] ; под ред. С. Ю. Трапицына. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 413 с. — (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/12FCF5B3-0881-4E93-BCEA-ABD7AB09E8AE.
3. Одинцов, А. А. Основы менеджмента: учебное пособие для вузов / А. А. Одинцов. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 210 с.

— (Серия: Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/66F6B5AD-1104-4E97-946E-C5F5A021280D .

5.2 Дополнительная литература:

1. Филатова О.Г. Основы бизнес- PR. Учебное пособие. СПб.: СПбГУ, 2012
2. Щепилова Г.Г. Основы рекламы. Учебник. М.: Юрайт, 2013
3. Энциклопедия мировой индустрии СМИ .Учебное пособие. М.: Аспект – Пресс, 2013
4. Реклама и связи с общественностью : традиции и инновации. Сборник трудов. Ростов на Дону, 2013
5. Садохин А.П. Введение в теорию межкультурной коммуникации. Учебное пособие. М.: КНОРУС, 2014

5.3 Периодические издания:

1. «Медиаскоп», электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова. URL: <http://www.mediascope.ru>
2. Медиакоммуникация. Научный вестник Кубанского государственного университета – URL: <http://search.rsl.ru/en/record/01008481880>.
3. Вестник Московского государственного университета. Серия 10. Журналистика – URL: <http://www.msu.ru/resources/msu-publ.html>

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).

1. <https://www.biblio-online.ru> – информационно-образовательный проект, предоставляющий круглосуточный индивидуальный Интернет-доступ к электронно-библиотечной системе, содержащей учебные, учебно- методические, научные и иные издания, используемые в образовательном процессе;
2. <https://e.lanbook.com> – информационно-образовательный проект, в соответствии с требованиями федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) предоставляющий круглосуточный индивидуальный Интернет-доступ к электронно-библиотечной системе, содержащей учебные, учебно-методические, научные и иные издания, используемые в образовательном процессе.

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).

Предполагает изучение литературы по курсу и подготовку практических заданий, подготовку к сдаче зачета. Программа самостоятельного изучения курса обеспечена методическими материалами – Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2017

Методические указания к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности. Самостоятельная работа студентов

способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Выполняя самостоятельную работу под контролем преподавателя студент должен:

- освоить минимум содержания, выносимый на самостоятельную работу студентов и предложенный преподавателем в соответствии с Государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования по данной дисциплине.

- планировать самостоятельную работу в соответствии с графиком самостоятельной работы, предложенным преподавателем.

- самостоятельную работу студент должен осуществлять в организационных формах, предусмотренных учебным планом и рабочей программой преподавателя.

- выполнять самостоятельную работу и отчитываться по ее результатам в соответствии с графиком представления результатов, видами и сроками отчетности по самостоятельной работе студентов.

студент может:

- сверх предложенного преподавателем (при обосновании и согласовании с ним) и минимума обязательного содержания, определяемого ФГОС ВО по данной дисциплине:

- самостоятельно определять уровень (глубину) проработки содержания материала;

- предлагать дополнительные темы и вопросы для самостоятельной проработки;

- в рамках общего графика выполнения самостоятельной работы предлагать обоснованный индивидуальный график выполнения и отчетности по результатам самостоятельной работы;

- предлагать свои варианты организационных форм самостоятельной работы;

- использовать для самостоятельной работы методические пособия, учебные пособия, разработки сверх предложенного преподавателем перечня;

- использовать не только контроль, но и самоконтроль результатов самостоятельной работы в соответствии с методами самоконтроля, предложенными преподавателем или выбранными самостоятельно.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется студентом самостоятельно. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Изучение дисциплины осуществляется в форме учебных занятий под руководством профессорско-преподавательского состава кафедры и самостоятельной подготовки обучающихся. Основными видами учебных занятий по изучению данной дисциплины являются: практические занятия; консультация преподавателя (индивидуальная, групповая). При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

Внеаудиторная работа предполагает выполнение индивидуальных и групповых заданий по дисциплине, а также самостоятельную работу студентов. Индивидуальные занятия предполагают работу каждого студента по индивидуальному (групповому) заданию и личный устный/письменный отчет и презентацию результатов группе и преподавателю во время практических занятий.

К формам самостоятельной работы относится написание рефератов, сообщений, проработка теоретического материала, подготовка индивидуальных заданий.

Выполнение индивидуальных занятий не является аудиторным. Самостоятельная работа является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного ознакомления

студента с определенными разделами курса по рекомендованным преподавателем источникам.

Самостоятельная работа студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности: работа с мультимедийным учебно-методическим комплексом дисциплины, с электронными образовательными ресурсами. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

Основной формой самостоятельной подготовки студента является выполнение реферата. Темы рефератов указаны в рабочей программе. Они являются примерными, поэтому по согласованию с преподавателем студент может предложить свою тему реферата. В случае принятия нового нормативного акта, выхода актуальной литературы, преподаватель, ведущий практические занятия, может уточнить тематику, сузить ее, предложить подготовку реферата с последующей публичной защитой одновременно нескольким студентам. При подготовке реферата студент должен решить следующие задачи: — обосновать актуальность и значимость темы; — ознакомиться с литературой и сделать её анализ; — собрать необходимый материал для исследования; — провести систематизацию и анализ собранных данных; — изложить свою точку зрения по дискуссионным вопросам по теме исследования; — по результатам полученных данных сделать собственные выводы. Реферат должен быть оформлен: напечатан, подписан и сдан преподавателю в установленные сроки. Работа оформляется в соответствии с требованиями ГОСТа, выполняется на бумаге формата А4, шрифт – 14 Times New Roman, межстрочный интервал – полуторный, границы полей: верхнее и нижнее – 20 мм, правое – 10 мм, левое – 30 мм. Оптимальный объем реферата – 10-15 страниц.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю).

8.1 Перечень информационных технологий.

Проверка самостоятельной работы студента и консультирование посредством электронной почты.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения.

Для проведения практических занятий по дисциплине предусмотрено использование компьютерных программ:

- Программы для просмотра и создания текстовых файлов («Microsoft Word»)
- Программы для просмотра pdf – файлов («AdobeReader»)
- Программы для демонстрации и создания презентаций («MicrosoftPowerPoint»)
- Программы для демонстрации видео материалов (проигрыватель «WindowsMediaPlayer»)

8.3 Перечень информационных справочных систем:

- Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru>)
- Электронная библиотечная система Издательства «Лань» (<http://www.e.lanbook.com>);

- Электронная библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE» (<http://www.biblioclub.ru>).
- Электронная библиотечная система «Юрайт» (<http://www.biblio-online.ru>)
- Электронная библиотечная система «BOOK.ru» (<http://www.book.ru>)
- Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM» (<http://www.znanium.com>)

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лекционные занятия	Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд.№202,205,302,402 (Мультимедийный проектор, комплект учебной мебели, доска учебная) ауд.№209,309,407,408,409,411 (Комплект учебной мебели, доска учебная) ауд.№301 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 14 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., проектор)
2.	Семинарские занятия	Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд.№304,305,404,406,407,408,409, 411 (Комплект учебной мебели, доска учебная)
3.	Групповые и индивидуальные консультации	Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд.№202,306,307,407,408,409,411 (Комплект учебной мебели, доска учебная) ауд. 310 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 1 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт) ауд. 410 (выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект фотооборудования) ауд. 412 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект видеозаписывающего оборудования)
4.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд.№ 304,305,306,404,406,407,408,409 (Комплект учебной мебели, доска учебная)
5.	Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд. № 401 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 10 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 1 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт.,

		комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт)
--	--	---