

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.В.ДВ.03.02 РЕЙТИНГИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью; Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 3 зачетных единицы (108 часов), для ЗФО 3 зачетных единицы (108 часов)

Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является приобретение студентами теоретических и практических знаний, умений и навыков в области формирования рейтингов для ориентации во всем многообразии оценивания результатов рекламы и связей с общественностью.

Задачи дисциплины

- сформировать систему знаний о методологии и методике научного исследования в рейтингах областей рекламы и связей с общественностью;
- изучение специфики методик информирования заинтересованного потребителя;
- обретение навыков, обеспечивающих потребительский интерес.
- способствовать развитию сознания, креативности и личностному росту студентов.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Рейтинги в рекламе и связях с общественностью» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 4 курсе по очной и на 4 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Освоение содержания дисциплины «Рейтинги в рекламе и связях с общественностью» базируется на изучении таких предметов, как «Разработка и планирование маркетинговой стратегии организации», «Маркетинговые и социологические исследования в области СМИ», «Теория и практика информационной политики в медиaprостранстве», «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>)
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	
ИУК-6.1. Понимает необходимость осознанного управления своим временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития, личностных достижений, постоянного самообразования.	Знает основы управления своим временем и другими личностными ресурсами. Умеет управлять своим временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития. Владеет способностью осознанного управления своим временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития, личностных достижений, постоянного самообразования.
ИУК-6.2. Планирует траекторию саморазвития, определяет ресурсы,	Знает ограничения и приоритеты собственной деятельности

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности))
ограничения и приоритеты собственной деятельности, эффективно использует личные ресурсы.	Умеет определять ресурсы, ограничения и приоритеты собственной деятельности, эффективно использует личные ресурсы. Владеет навыками планирования траектории саморазвития.

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 7 семестре 4 курса (очная форма обучения)

№ разд ела	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Внеаудиторна я работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Современная система рейтинговых агентств в мире и России. Понятие, назначение, методы определения рейтинга. Представление о рейтингах: международные и национальные рейтинговые агентства	12	4	4		4
2.	Способы расчета рейтингов. Методики измерений. Основа рейтингов и рэнкингов. Наиболее известные рейтинги в мировой практике.	12	4	4		4
3.	Медиа статистики, описывающие аудиторию различных медиа событий	12	4	4		4
4.	Внутренние рейтинги рекламных агентств и агентств по связям с общественностью	12	4	4		4
5.	Особенности рейтингования различных типов рекламных агентств и агентств по связям с общественностью	14	4	5		5
6.	Анализ рейтингов различных рейтинговых агентств и использование рейтингов для регулирования взаимоотношений между субъектами	14	4	5		5
7.	Влияние рейтингового фактора на рекламные процессы и системы связей с общественностью	14	4	5		5
8.	Рейтинг как инструмент рекламы и ПР. Классификация объектов рейтингования. Особенности опросов для формирования рейтингов и их использование	13,8	4	5		4,8
	<i>Итого по разделам дисциплины</i>	<i>103,8</i>	<i>32</i>	<i>36</i>	<i>-</i>	<i>35,8</i>
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю					
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 7 семестре 4 курса (заочная форма обучения)

№ раздела	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Современная система рейтинговых агентств в мире и России. Понятие, назначение, методы определения рейтинга. Представление о рейтингах: международные и национальные рейтинговые агентства	12	0,5	0,5		11
2.	Способы расчета рейтингов. Методики измерений. Основа рейтингов и рэнкингов. Наиболее известные рейтинги в мировой практике.	12	0,5	0,5		11
3.	Медиа статистики, описывающие аудиторию различных медиа событий	12	0,5	0,5		11
4.	Внутренние рейтинги рекламных агентств и агентств по связям с общественностью	12	0,5	0,5		11
5.	Особенности рейтингования различных типов рекламных агентств и агентств по связям с общественностью	14	1	1		12
6.	Анализ рейтингов различных рейтинговых агентств и использование рейтингов для регулирования взаимоотношений между субъектами	14	1	1		12
7.	Влияние рейтингового фактора на рекламные процессы и системы связей с общественностью	14	1	1		12
8.	Рейтинг как инструмент рекламы и ПР. Классификация объектов рейтингования. Особенности опросов для формирования рейтингов и их использование	14	1	1		12
	<i>Итого по разделам дисциплины</i>	<i>104</i>	<i>6</i>	<i>6</i>		<i>92</i>
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю	3,8				
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор Л.А. Недыхалов, доцент, канд. экон. наук