

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по основной работе  
качеству образования – первый  
проректор  
  
Т.А. Харунов  
подпись  
«31» мая 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**  
**Б1.О.17.02 ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛОВ РЕКЛАМЫ**  
**И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**  
*(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)*

Направление подготовки/специальность 42.03.01 реклама и связи с  
общественностью  
*(код и наименование направления подготовки/специальности)*

Направленность (профиль) / специализация реклама и связи с  
общественностью в СМИ  
*(наименование направленности (профиля) специализации)*

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

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

Краснодар 2024

Рабочая программа дисциплины Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 реклама и связи с общественностью

Программу составил(и):

А.А. Бельтюков, доц., канд. филол. наук, доц.

И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание



подпись

Рабочая программа дисциплины Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью протокол №10 «13» мая 2024 г.

Заведующий кафедрой

рекламы и связей с общественностью Патюкова Р.В.

фамилия, инициалы



подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики

протокол №10 «15» мая 2024 г.

Председатель УМК факультета Хлопунова О.В.

фамилия, инициалы



подпись

Рецензенты:

А.А. Минский, ведущий консультант отдела реализации государственной политики в области информационного обеспечения департамента информационной политики Краснодарского края

И.Г. Крайних, генеральный директор рекламного агентства «ОКЕЙ-ПРЕСС»

## **1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)**

### **1.1 Цель освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины является дать студентам общее взаимосвязанное представление об эффективном процессе построения отделов по рекламе и СО, профессиональной деятельности в данных отделах по связям с общественностью организаций государственной, коммерческой и социокультурной сфер жизнедеятельности общества. Более того, слушателям будет необходимо овладеть навыками как планирования, так и управления коммуникационными процессами.

### **1.2 Задачи дисциплины**

Достижение цели подразумевает выполнение следующих задач: проанализировать основные подходы к формированию, организации работы, планированию деятельности отделов по рекламе и связям с общественностью организаций государственного, коммерческого и некоммерческого сектора; изучить специфику формирования, организации работы, стратегического планирования деятельности отделов по связям с общественностью организаций государственного, коммерческого и некоммерческого сектора; сформировать представление о месте отделов по рекламе и СО в структуре организации, статусе, роли, способах взаимодействия отделов по связям с общественностью с основными структурными подразделениями.

### **1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» относится к обязательной части учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 3 курсе по очной и на 3 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Освоение содержания дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» базируется на изучении таких предметов, как «Введение в направление подготовки», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Теория и практика массовой информации».

### **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 следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	
ИОПК 4.1. Знает запросы и потребности аудитории.	Знает запросы и потребности аудитории. Умеет отвечать на запросы и потребности общества и аудитории. Владеет способностью отвечать на запросы и потребности общества и аудитории.
ИОПК 4.2. Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории.	Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории. Знает информацию о запросах и потребностях аудитории. Владеет навыками анализа информации о запросах и потребностях аудитории.
ИОПК 4.3. Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории.	Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории. Знает основы работы с медиатекстами. Умеет работать с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории.

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-4. Способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта	
ИПК 4.1. Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации.	<p>Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации.</p> <p>Умеет применять методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации.</p> <p>Владеет навыками исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации.</p>
ИПК 4.2. Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.	<p>Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.</p> <p>Знает основы мониторинга коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.</p> <p>Владеет навыками осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.</p>
ИПК 4.3. Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта.	<p>Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта.</p> <p>Знает методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта.</p> <p>Умеет применять методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта.</p>

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

## 2. Структура и содержание дисциплины

### 2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 3 зачетных единицы (108 часов), для ЗФО 3 зачетных единицы (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ	Всего часов	Форма обучения		
		очная	заочная	
		6 семестр (часы)	5 семестр (часы)	
Контактная работа, в том числе:	60,3/12,3	60,3	12,3	
Аудиторные занятия (всего):				
занятия лекционного типа	28/8	28	6	
лабораторные занятия				
занятия семинарского типа (практические занятия)	28/8	28	6	
Иная контактная работа:				
Контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4		
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3/0,3	0,3	0,3	
Самостоятельная работа, в том числе:	12/87	12	87	
<i>Контрольная работа</i>	4/29	4	29	
<i>Реферат/эссе (подготовка)</i>	4/29	4	29	
<i>Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)</i>	4/29	4	29	
Подготовка к текущему контролю				
Контроль:	35,7/8,7	35,7	8,7	
Подготовка к экзамену				
Общая трудоёмкость	час.	108/108	108	108
	в том числе контактная работа	60,3/12,3	60,3	12,3
	зач. ед	3/3	3	3

## 2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.  
Темы дисциплины, изучаемые в 6 семестре 3 курса (очная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Функциональная структура и основные направления деятельности отделов рекламы и связей с общественностью	10	4	4		2
2.	Отдел по связям с общественностью как ключевая организационная единица коммуникационного процесса предприятия	10	4	4		2
3.	Основы планирования и программирования в работе отделов рекламы и связей с общественностью	10	4	4		2
4.	Взаимодействие со средствами массовой информации в практике отделов по рекламе и связям с общественностью	10	4	4		2
5.	Внутрифирменный PR	6	2	4		
6.	Исследования в работе отделов рекламы и связей с общественностью	10	2	4		2
7.	Статус и стиль деятельности PR-менеджера и менеджера по рекламе	6	4	2		
8.	Оценка результативности в деятельности отделов по связям с общественностью	8	4	2		2
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		<b>68</b>	<b>28</b>	<b>28</b>		<b>12</b>
Контроль самостоятельной работы (КСР)		4				
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,3				
Подготовка к текущему контролю		35,7				
Общая трудоемкость по дисциплине		108				

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

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.  
Темы дисциплины, изучаемые в 5 семестре 3 курса (заочная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
4.	Функциональная структура и основные направления деятельности отделов рекламы и связей с общественностью	19	2			17
5.	Отдел по связям с общественностью как ключевая организационная единица коммуникационного процесса предприятия	12	2			10
6.	Основы планирования и программирования в работе отделов рекламы и связей с общественностью	12		2		10
4.	Взаимодействие со средствами массовой информации в практике отделов по рекламе и связям с общественностью	12		2		10
5.	Внутрифирменный PR	12		2		10
6.	Исследования в работе отделов рекламы и связей с общественностью	12	2			10
7.	Статус и стиль деятельности PR-менеджера и менеджера по рекламе	12				10
8.	Оценка результативности в деятельности отделов по связям с общественностью	12				10
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		99	6	6		87
Контроль самостоятельной работы (КСР)						
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,3				
Подготовка к текущему контролю		8,7				
Общая трудоемкость по дисциплине		108				

### 2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

#### 2.3.1 Занятия лекционного типа (очная форма обучения)

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Функциональная структура и основные направления деятельности отделов рекламы и связей с общественностью	Функциональный принцип построения рекламного и PR-отдела. Отдел по связям с общественностью как ключевая организационная единица коммуникационного процесса предприятия. Целесообразность и задачи подразделения в структуре коммерческих, государственных и общественных организациях. Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.	Конспект лекции

		Базовые ключевые документы в деятельности специалистов по рекламе и PR.	
2.	Отдел по связям с общественностью как ключевая организационная единица коммуникационного процесса предприятия	Организация работы отдела по связям с общественностью. Целесообразность и задачи подразделения в структуре предприятия. Функциональный принцип построения отдела. Профессиограмма специалиста. Профессии в сфере связей с общественностью: основные требования, компетенции и ключевые показатели результативности. Взаимодействие департаментов и отделов внутри организации: связи с общественностью как ключевой инструмент коммуникаций в компании.	Конспект лекции
3.	Основы планирования и программирования в работе отделов рекламы и связей с общественностью	Планирование и программирование работы подразделения. Разработка общекорпоративной стратегии предприятия. Типология программ в СО. Сочетание долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных планов. Календарное и программно-целевое планирование. Тактическое планирование деятельности в работе организации в разрезе коммуникационной политики. Финансовое планирование и бюджетирование.	Конспект лекции
4.	Взаимодействие со средствами массовой информации в практике отделов по рекламе и связям с общественностью	Общие принципы взаимодействия со средствами массовой информации. Мероприятия, направленные на установление и поддержание отношений со СМИ. Пресс-конференция. Установление долгосрочных неформальных отношений со СМИ. Написание материалов для СМИ. Брифинг для прессы. Презентация. Пресс-тур. Медиабрендинг. жанры: факт-лист, биография. Исследовательские жанры: заявление для СМИ, мониторинг, обзор печати. Образно-новостные жанры: байлайнер, поздравление. Комбинированные пиар-тексты: пресс-кит, ньюслеттер. Медиатексты: занимательная статья, имиджевая (авторская) статья, обзорная статья, имиджевые интервью.	Конспект лекции
5.	Внутрифирменный PR	Важность построения коммуникаций во внутренней среде организации. Внутрикорпоративные СМИ. Имидж и репутация во внутренней среде. Создание положительной внутренней среды организаций. PR, как функция управление компанией. Четыре сферы организации PR-мероприятий. HR-мероприятия. GR-мероприятия. Построение коммуникаций со специальными группами общественности.	Конспект лекции
6.	Исследования в работе отделов рекламы и связей с	Социологические и маркетинговые исследования. Экспертный опрос в деятельности по связям с общественностью.	Конспект лекции



	общественностью	Мониторинг состояния информационной среды. Исследовательский сегмент: качественные и количественные методы сбора информации. Анализ результатов и администрирование. Современные методики обработки статистических данных. Анализ полученных данных и оценка результатов исследования. Подготовка отчета и порядок его представления.	
7.	Статус и стиль деятельности PR-менеджера и менеджера по рекламе	Требования к должностным обязанностям менеджера по рекламе и связям с общественностью. Личностные и деловые качества специалиста по рекламе и СО. Диагностические, творческие, организаторские, мотивационные и коммуникативные способности менеджера по рекламе и PR. Этические и нравственные ориентиры в деятельности специалистов по связям с общественностью.	Конспект лекции
8.	Оценка результативности в деятельности отделов по связям с общественностью	Оценка результатов как ключевой компонент коммуникационной деятельности. Эффективность и результативность в деятельности отделов по рекламе и связям с общественностью. Обратная связь и возврат инвестиций в PR-компаниях.	Конспект лекции

#### Занятия лекционного типа (заочная форма обучения)

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Функциональная структура и основные направления деятельности отделов рекламы и связей с общественностью	Функциональный принцип построения рекламного и PR-отдела. Отдел по связям с общественностью как ключевая организационная единица коммуникационного процесса предприятия. Целесообразность и задачи подразделения в структуре коммерческих, государственных и общественных организациях. Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью. Базовые ключевые документы в деятельности специалистов по рекламе и PR.	Конспект лекции
2.	Отдел по связям с общественностью как ключевая организационная единица коммуникационного процесса предприятия	Организация работы отдела по связям с общественностью. Целесообразность и задачи подразделения в структуре предприятия. Функциональный принцип построения отдела. Профессиограмма специалиста. Профессии в сфере связей с общественностью: основные требования, компетенции и ключевые показатели результативности. Взаимодействие	Конспект лекции

		департаментов и отделов внутри организации: связи с общественностью как ключевой инструмент коммуникаций в компании.	
3.	Исследования в работе отделов рекламы и связей с общественностью	Социологические и маркетинговые исследования. Экспертный опрос в деятельности по связям с общественностью. Мониторинг состояния информационной среды. Исследовательский сегмент: качественные и количественные методы сбора информации. Анализ результатов и администрирование. Современные методики обработки статистических данных. Анализ полученных данных и оценка результатов исследования. Подготовка отчета и порядок его представления.	Конспект лекции
4.	Оценка результативности в деятельности отделов по связям с общественностью	Оценка результатов как ключевой компонент коммуникационной деятельности. Эффективность и результативность в деятельности отделов по рекламе и связям с общественностью. Обратная связь и возврат инвестиций в PR-компаниях.	Конспект лекции

### 2.3.2 Занятия семинарского типа (практические / семинарские занятия/ лабораторные работы) (очная форма обучения)

№	Наименование раздела (темы)	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Функциональная структура и основные направления деятельности отделов рекламы и связей с общественностью	Функциональный принцип построения рекламного и PR-отдела. Отдел по связям с общественностью как ключевая организационная единица коммуникационного процесса предприятия. Целесообразность и задачи подразделения в структуре коммерческих, государственных и общественных организациях. Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью. Базовые ключевые документы в деятельности специалистов по рекламе и PR.	Опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
2.	Отдел по связям с общественностью как ключевая организационная единица коммуникационного процесса предприятия	Организация работы отдела по связям с общественностью. Целесообразность и задачи подразделения в структуре предприятия. Функциональный принцип построения отдела. Профессиограмма специалиста. Профессии в сфере связей с общественностью: основные требования, компетенции и ключевые показатели результативности. Взаимодействие департаментов и отделов внутри организации.	Опрос по ключевым аспектам раздела, реферат

		связи с общественностью как ключевой инструмент коммуникаций в компании.	
3.	Основы планирования и программирования в работе отделов рекламы и связей с общественностью	Планирование и программирование работы подразделения. Разработка общекорпоративной стратегии предприятия. Типология программ в СО. Сочетание долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных планов. Календарное и программно-целевое планирование. Тактическое планирование деятельности в работе организации в разрезе коммуникационной политики. Финансовое планирование и бюджетирование.	Опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
4.	Взаимодействие со средствами массовой информации в практике отделов по рекламе и связям с общественностью	Общие принципы взаимодействия со средствами массовой информации. Мероприятия, направленные на установление и поддержание отношений со СМИ. Пресс-конференция. Установление долгосрочных неформальных отношений со СМИ. Написание материалов для СМИ. Брифинг для прессы. Презентация. Пресс-тур. Медиабрендинг-жанры: факт-лист, биография. Исследовательские жанры: заявление для СМИ, мониторинг, обзор печати. Образно-новостные жанры: байлайнер, поздравление. Комбинированные пиар-тексты: пресс-кит, ньюслеттер. Медiateксты: занимательная статья, имиджевая (авторская) статья, обзорная статья, имиджевые интервью.	Опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
5.	Внутрифирменный PR	Важность построения коммуникаций во внутренней среде организации. Внутрикорпоративные СМИ. Имидж и репутация во внутренней среде. Создание положительной внутренней среды организаций. PR, как функция управления компанией. Четыре сферы организации PR-мероприятий. HR-мероприятия. GR-мероприятия. Построение коммуникаций со специальными группами общественности.	Опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
6.	Исследования в работе отделов рекламы и связей с общественностью	Социологические и маркетинговые исследования. Экспертный опрос в деятельности по связям с общественностью. Мониторинг состояния информационной среды. Исследовательский сегмент: качественные и количественные методы сбора информации. Анализ результатов и администрирование. Современные методики обработки статистических данных. Анализ полученных данных и оценка результатов исследования. Подготовка отчета и порядок его представления.	Опрос по ключевым аспектам раздела, реферат

7.	Статус и стиль деятельности PR-менеджера и менеджера по рекламе	Требования к должностным обязанностям менеджера по рекламе и связям с общественностью. Личностные и деловые качества специалиста по рекламе и СО. Диагностические, творческие, организаторские, мотивационные и коммуникационные способности менеджера по рекламе и PR. Этические и нравственные ориентиры в деятельности специалистов по связям с общественностью.	Опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
8.	Оценка результативности деятельности отделов по связям с общественностью	Оценка результатов как ключевой компонент коммуникационной деятельности. Эффективность и результативность в деятельности отделов по рекламе и связям с общественностью. Обратная связь и возврат инвестиций в PR-компаниях.	Опрос по ключевым аспектам раздела, реферат

**Занятия семинарского типа (практические / семинарские занятия/ лабораторные работы) (заочная форма обучения)**

№	Наименование раздела (темы)	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Основы планирования и программирования в работе отделов рекламы и связей с общественностью	Планирование и программирование работы подразделения. Разработка общекорпоративной стратегии предприятия. Типология программ в СО. Сочетание долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных планов. Календарное и программно-целевое планирование. Тактическое планирование деятельности в работе организации в разрезе коммуникационной политики. Финансовое планирование и бюджетирование.	Опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
2.	Взаимодействие со средствами массовой информации в практике отделов по рекламе и связям с общественностью	Общие принципы взаимодействия со средствами массовой информации. Мероприятия, направленные на установление и поддержание отношений со СМИ. Пресс-конференция. Установление долгосрочных неформальных отношений со СМИ. Написание материалов для СМИ. Брифинг для прессы. Презентация. Пресс-тур. Медиабрендинг. жанры: факт-лист, биография. Исследовательские жанры: заявление для СМИ, мониторинг, обзор печати. Образно-новостные жанры: байлайнер, поздравление. Комбинированные пиар-тексты: пресс-кит, ньюслеттер. Медиатексты: занимательная статья, имиджевая (авторская) статья, обзорная статья, имиджевые интервью.	Опрос по ключевым аспектам раздела, реферат

3.	Внутрифирменный PR	Важность построения коммуникаций во внутренней среде организации. Внутрикorporативные СМИ. Имидж и репутация во внутренней среде. Создание положительной внутренней среды организаций. PR, как функция управление компанией. Четыре сферы организации PR-мероприятий. HR-мероприятия. GR-мероприятия. Построение коммуникаций со специальными группами общественности.	Опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
4.	Статус и стиль деятельности PR-менеджера и менеджера по рекламе	Требования к должностным обязанностям менеджера по рекламе и связям с общественностью. Личностные и деловые качества специалиста по рекламе и СО. Диагностические, творческие, организаторские, мотивационные и коммуникационные способности менеджера по рекламе и PR. Этические и нравственные ориентиры в деятельности специалистов по связям с общественностью.	Опрос по ключевым аспектам раздела, реферат

### **Лабораторные занятия учебным планом не предусмотрены**

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 Примерная тематика курсовых работ (проектов)**

#### **Курсовые работы учебным процессом 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	Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям и т.д.)	1. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплин по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, в том числе по организации самостоятельной работы студентов и проведения интерактивных форм занятий, утвержденные на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью, протокол №11 от 20.05.2021

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,
- в форме аудиофайла,

– в печатной форме на языке Брайля.

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,

– в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

### **3. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины (модуля)**

В ходе изучения дисциплины предусмотрено использование следующих образовательных технологий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов.

Лекционные занятия (Л).

Лекции являются аудиторными занятиями, которые рассчитаны на максимальное использование творческого потенциала слушателей.

Вузовская лекция – главное звено дидактического цикла обучения. Её цель – формирование у обучающихся ориентировочной основы для последующего усвоения материала методом самостоятельной работы. 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.

Практические занятия (ПЗ).

Практические занятия являются также аудиторными, проводятся в виде семинаров по заранее известным темам и предполагают не только обязательную предварительную подготовку, но и активное включение в семинар с помощью современных методов обучения. Они предназначены для более глубокого изучения определенных аспектов лекционного материала и обучения решению проблемных вопросов на практике.

Данный вид занятий предназначены для проведения текущего контроля успеваемости студентов, а также контроля самостоятельной (внеаудиторной) работы в форме опросов, оценки рефератов, презентаций. Время на подготовку к семинарским занятиям предоставляется студенту в соответствии графиком самостоятельной работы.

Адаптивные образовательные технологии, применяемые при изучении дисциплины – для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

## 9. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью».

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме доклада-презентации и **промежуточной аттестации** в форме вопросов к экзамену.

### Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Код и наименование индикатора (в соответствии с п. 1.4)	Результаты обучения (в соответствии с п. 1.4)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	ИОПК 4.1. Знает запросы и потребности аудитории.	Знает запросы и потребности аудитории. Умеет отвечать на запросы и потребности общества и аудитории. Владеет способностью отвечать на запросы и потребности общества и аудитории.	<i>Вопросы для устного (письменного) опроса по теме, разделу</i>	Вопрос на экзамене 1-11
2	ИОПК 4.2. Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории.	Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории. Знает информацию о запросах и потребностях аудитории. Владеет навыками анализа информации о запросах и потребностях аудитории.	<i>Вопросы для устного (письменного) опроса по теме, разделу</i>	Вопрос на экзамене 12-22
3	ИОПК 4.3. Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории.	Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории. Знает основы работы с медиатекстами. Умеет работать с медиатекстами,	<i>Вопросы для устного (письменного) опроса по теме, разделу</i>	Вопрос на экзамене 23-33

		отвечающими запросам и потребностям аудитории.		
4	ИПК 4.1. Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации.	Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации.  Умеет применять методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. Владеет навыками исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации.	<i>Вопросы для устного (письменного) опроса по теме, разделу</i>	Вопрос на экзамене 34-44
5	ИПК 4.2. Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.	Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. Знает основы мониторинга коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. Владеет навыками осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.	<i>Вопросы для устного (письменного) опроса по теме, разделу</i>	Вопрос на экзамене 45-55
6	ИПК 4.3. Владеет методами и	Владеет методами и приемами проведения	<i>Вопросы для устного</i>	Вопрос на экзамене 56-68



	<p>приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта.</p>	<p>мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. Знает методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. Умеет применять методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта.</p>	<p>(письменного) опроса по теме, разделу</p>	
--	---	---	--	--

**Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**  
*Примерный перечень вопросов и заданий*

**Тест по учебной дисциплине**

Отдел по рекламе и связям с общественностью в экономической сфере является частью департамента ...

- а) маркетинга
- б) продаж
- в) логистики
- г) финансов

2. Подразделение отдела рекламы и связей с общественностью, занимающееся исследованием материалов СМИ, называется ...

- а) креативным
- б) техническим
- в) аналитики и мониторинга
- г) специальным

3. Штатное расписание и должностную структуру отдела рекламы и связей с общественностью, разрабатывает ...

- а) маркетолог
- б) пресс-секретарь
- в) аналитик
- г) руководитель отдела

4. Основная цель деятельности отдела рекламы и связей с общественностью – это:

- а) исследование отношений с потребителями
- б) формирование положительного управляемого имиджа
- в) аналитика СМИ
- г) проведение маркетинговых акций

5. Специалисты отдела рекламы и связей с общественностью при взаимодействии с представителями СМИ, в первую очередь стремятся к ...

- а) проведению круглых столов
- б) обмену мнениями
- в) исследованию исходящих материалов
- г) построению доброжелательных неформальных отношений

6. Дизайнеры в отделе рекламы и связей с общественностью работают в ... подразделении

- а) техническом
- б) политическом
- в) социальном
- г) культурном

7. Оценку эффективности работы отдела рекламы и связей с общественностью проводят с помощью:

- а) программирования
- б) рекламных акций
- в) исследований общественного мнения
- г) создания баз данных

8. Основным материалом отдела рекламы и связей с общественностью для СМИ является:

- а) баннер
- б) пресс-релиз
- в) рекламный щит
- г) кодекс деловой этики

9. Руководитель отдела рекламы и связей с общественностью, в первую очередь, должен обладать качествами:

- а) многофакторными
- б) филологическими и фактологическими
- в) программными и тактическими
- г) профессиональными и лидерскими

10. Какое подразделение не является частью отдела рекламы и связей с общественностью?

- а) работы с онлайн-средой
- б) аналитики и мониторинга
- в) оперативного взаимодействия со СМИ
- г) логистики

### **Примерная тематика семинарских занятий:**

*Тема: Специалист по связям с общественностью: должностные обязанности.*

*Вопросы для подготовки:*

1. Основные функции и задачи в работе специалиста по связям с общественностью.
2. Должностные обязанности специалиста по связям с общественностью.
3. Мониторинг информационного пространства и анализ общественного мнения, как важнейшие инструменты деятельности специалиста по связям с общественностью.
4. Репутационные особенности управления имиджем первого лица.
5. Основные аспекты копирайтинга и спичрайтинга.

### **Реферат**

*Тематика рефератов*

1. Общественность как субъект PR-деятельности.
  2. Принципы и функции связей с общественностью.
  3. Целевые аудитории в связях с общественностью.
  4. Основные направления построения отделов в деятельности по связям с общественностью.
  5. Основные формы подачи информационно-новостных материалов (брифинг, презентация, пресс-тур).
  6. Технологии создания информационного повода.
  7. Медиа-брендинг как основной вид связей с общественностью.
  8. PR-брендинг как основной вид связей с общественностью.
  9. Фандрайзинг как технология и направление деятельности в связях с общественностью.
  10. Лоббистская деятельность как основной вид связей с общественностью.
  11. Основные формы деятельности в связях с общественностью (СО).
- Аналитическое обеспечение PR-кампаний.
12. Основные формы деятельности в СО.
  13. Специальные мероприятия в связях с общественностью.
  14. Информационные документы в связях с общественностью.
  15. Оперативные документы в связях с общественностью.
  16. Социологические исследования в связях с общественностью.
  17. Источники финансирования в связях с общественностью.
  18. Оценка эффективности в связях с общественностью.
  19. Слухи как метод распространения информации.
  20. Эпатаж как PR-технология.
  21. Связи с общественностью в органах государственной власти и местного самоуправления.
  22. Связи с общественностью в сфере бизнеса.
  23. Общая характеристика основных методов интернет-PR.
  24. Сетевые ресурсы PR коммуникаций.
  25. Политические PR-технологии.
  26. Современные избирательные технологии связей с общественностью.
  27. Информационные PR-технологии. Пресс-релиз.
  28. Информационные PR-технологии. Пресс-события.
  29. Рекламные PR-технологии. Имидж организации.
  30. Рекламные технологии. Электронная реклама.
  31. Рекламные технологии. Печатная реклама.
  32. Социальные PR-технологии. Благотворительность.

33. Социальные PR-технологии. Организация и проведение культурно-массовых мероприятий.
34. Социальные PR-технологии. Долгосрочные социальные программы.

**Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (экзамен)**

1. Функциональные принципы построения отделов по рекламе и связям с общественностью.
2. Основные направления деятельности рекламных и PR-отделов.
3. Виды отделов по связям с общественностью.
4. Особенности работы отделов по рекламе и связям с общественностью в коммерческих структурах, государственных учреждениях и общественных организациях.
5. Тактика взаимодействия отделов по рекламе и связям с общественностью с ключевыми корпоративными структурами.
6. Роль отдела по связям с общественностью в реализации маркетинговой политики предприятия.
7. Структура отдела по связям с общественностью.
8. Структура рекламного отдела.
9. Планирование работы отдела по рекламе и связям с общественностью. Сочетание долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных планов. Календарное и программноцелевое планирование.
10. Материально-техническое и кадровое обеспечение отделов рекламы и связей с общественностью.
11. Должностные инструкции специалистов отделов по рекламе и связям с общественностью.
12. Текущая документация и хранение документов.
13. Профессиональные требования к корпоративным PR-специалистам.
14. Профессиональная этика в работе отделов по рекламе и СО.
15. Внутрифирменный PR.
16. Основные направления формирования корпоративной культуры.
17. Основы формирования фирменного стиля.
18. Общие принципы взаимодействия со средствами массовой информации. Мероприятия, направленные на установление и поддержание отношений со СМИ.
19. Виды корпоративных PR-мероприятий.
20. Виды имиджевых корпоративных документов: презентационный буклет, корпоративная газета, буклет «Профиль фирмы», годовой отчет и т.д.
21. Исследовательское направление деятельности отделов рекламы и связей с общественностью. Социологические и маркетинговые исследования.
22. Спичрайтинг: написание текста, подготовка устного публичного выступления.
23. Способы оценки эффективности работы отделов по рекламе и связям с общественностью.
24. Бриф: определение, структура, типология.
25. Мониторинг состояния информационной среды.
26. Современные методики обработки статистических данных. Анализ полученных данных и оценка результатов исследования. Подготовка отчета и порядок его представления специалистами отдела по рекламе и PR.
27. Требования к должностным обязанностям менеджера по рекламе и связям с общественностью.
28. Личностные и деловые качества специалиста по рекламе и СО.

29. Диагностические, творческие, организаторские, мотивационные и коммуникационные способности менеджера по рекламе и PR.
30. Особенности медиабрендинга.
31. Функциональные обязанности сотрудников пресс-службы.
32. Принципы работы пресс-центров.
33. Особенности работы пресс-атташе (пресс-секретаря).
34. Роль информационных войн в связях с общественностью.
35. Планирование и управление PR-деятельностью.
36. Лидеры общественного мнения.
37. Формы и методы PR-деятельности.
38. Внешние и внутренние PR: опыт взаимодействия.
39. Субъекты и объекты PR-деятельности.
40. Цели и задачи PR-деятельности.
41. PR-технология и PR-текст: опыт взаимовлияния.
42. Роль информационных войн в связях с общественностью.
43. Лидеры общественного мнения.
44. Планирование и управление PR-деятельностью в контексте работы пресс-службы.
45. Внешние и внутренние технологии PR: опыт взаимодействия.
46. PR-технология и PR-текст: опыт взаимовлияния в деятельности пресс-служб.
47. Аккредитация как способ работы с журналистами.
48. Особенности и специфика создания PR-текстов в деятельности современной прессслужбы.
49. Специфика подготовки и организации устных выступлений.
50. Формы и методы работы с журналистами по укреплению влияния пресс-службы в медиасреде.
51. Разрешение конфликтных ситуаций между пресс-службами и СМИ.
52. Разработка программы информационной поддержки для проведения регионального законопроекта.
53. Мониторинг освещения политической тематики на региональном телеканале.
54. Мониторинг освещения политической ситуации в Краснодарском крае (на базе трехчетырех периодических изданий).
55. Практика проведения пресс-конференций в органах власти Краснодарского края.
56. Формы общения органов власти с представителями СМИ (региональный аспект).
57. Основные функции и задачи в работе пресс-секретаря.
58. Должностные обязанности пресс-секретаря.
59. Мониторинг информационного пространства, как один из важнейших инструментов деятельности пресс-секретаря.
60. Репутационные особенности управления имиджем первого лица.
61. Основные аспекты копирайтинга и спичрайтинга.
62. Конфликтные и кризисные ситуации в разрезе функционирования пресс-служб.
63. Особенности организации коммуникационного отдела в органах гос власти.
64. Аккредитация в работе пресс-службы: важность процедуры.
65. Особенности проведения брифингов в органах гос власти.
66. Роль информационных войн в связях с общественностью.
67. Планирование и управление PR-деятельностью.
68. Авторитеты общественного мнения: важность взаимодействия с современными пресс-службами.

### Критерии оценивания результатов обучения

Оценка	Критерии оценивания по экзамену
Высокий уровень «5» (отлично)	оценку «отлично» заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы.
Средний уровень «4» (хорошо)	оценку «хорошо» заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно)	оценку «удовлетворительно» заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.
Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно)	оценку «неудовлетворительно» заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.

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 учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

### 5.1. Учебная литература

1. Бударина, О. А. Организация работы структур по связям с общественностью : учебное пособие для вузов / О. А. Бударина. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 126 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-14076-7. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт

[сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/467752> (дата обращения: 24.05.2021).

2. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 337 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-9916-9890-0. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/469810> (дата обращения: 21.05.2021).

3. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 109 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-09415-2. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/454486> (дата обращения: 25.05.2021).

4. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации : учебное пособие / Б.Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2022. — 238 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0615-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1861003> (дата обращения: 15.10.2022). – Режим доступа: по подписке.

5. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 552 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-9916-3181-5. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/466182> (дата обращения: 24.05.2021).

## **5.2. Периодическая литература**

1. Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>

2. Электронная библиотека GREBENNIKON.RU <https://grebennikon.ru/>

## **5.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

### *Электронно-библиотечные системы (ЭБС):*

1. ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/> ООО «ЭБС ЛАНЬ» Контракт № 1011/2022/4 от 01 декабря 2022 г.

2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru) ООО «Директ-Медиа» Договор № 1011/2022/3 от 05 декабря 2022 г.

3. ОП «Юрайт» <https://urait.ru/> ООО Электронное издательство «Юрайт» Договор № 1011/2022/2 от 29 ноября 2022 г.

4. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru> ООО «КноРус медиа» Договор № 1011/2022/9 от 06 декабря 2022 г.

5. ЭБС «ZNANIUM» [www.znanium.com](http://www.znanium.com) ООО «ЗНАНИУМ» Договор № 1011/2022/5 от 30 ноября 2022 г.

### *Профессиональные базы данных*

1. Scopus <http://www.scopus.com/>

2. ScienceDirect <https://www.sciencedirect.com/>

3. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>

4. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>

5. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>

6. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>

7. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prlib.ru/>

8. База данных CSD Кембриджского центра кристаллографических данных (CCDC) <https://www.ccdc.cam.ac.uk/structures/>

9. Springer Journals: <https://link.springer.com/>

10. Springer Journals Archive: <https://link.springer.com/>

11. Nature Journals: <https://www.nature.com/>

12. **Springer Nature Protocols and Methods:**  
<https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols>
13. **Springer Materials:** <http://materials.springer.com/>
14. **Nano Database:** <https://nano.nature.com/>
15. **Springer eBooks (i.e. 2020 eBook collections):** <https://link.springer.com/>
16. **"Лекториум ТВ"** <http://www.lektorium.tv/>
17. **Университетская информационная система РОССИЯ**  
<http://uisrussia.msu.ru>

#### *Информационные справочные системы*

1. **Консультант Плюс** - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

#### *Ресурсы свободного доступа*

1. **КиберЛенинка** <http://cyberleninka.ru/>;
2. **Американская патентная база данных** <http://www.uspto.gov/patft/>
3. **Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
<https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
4. **Федеральный портал "Российское образование"** <http://www.edu.ru/>;
5. **Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"** <http://window.edu.ru/>;
6. **Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов** <http://school-collection.edu.ru/> .
7. **Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском"** <https://pushkininstitute.ru/>;
8. **Справочно-информационный портал "Русский язык"** <http://gramota.ru/>;
9. **Служба тематических толковых словарей** <http://www.glossary.ru/>;
10. **Словари и энциклопедии** <http://dic.academic.ru/>;
11. **Образовательный портал "Учеба"** <http://www.ucheba.com/>;
12. **Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы** [http://xn--273--84d1f.xn--p1ai/voprosy\\_i\\_otvety](http://xn--273--84d1f.xn--p1ai/voprosy_i_otvety)

#### *Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ*

1. **Электронный каталог Научной библиотеки КубГУ**  
<http://megapro.kubsu.ru/MegaPro/Web>
2. **Электронная библиотека трудов ученых КубГУ**  
<http://megapro.kubsu.ru/MegaPro/UserEntry?Action=ToDb&idb=6>
3. **Среда модульного динамического обучения** <http://moodle.kubsu.ru>
4. **База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций** <http://infoneeds.kubsu.ru/>
5. **Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий** <http://mschool.kubsu.ru/>;
6. **Электронный архив документов КубГУ** <http://docspace.kubsu.ru/>
7. **Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ"** <http://icdau.kubsu.ru/>

#### **6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Изучение дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» осуществляется в форме учебных занятий под руководством



профессорско-преподавательского состава кафедры и самостоятельной подготовки обучающихся. Основными видами учебных занятий по изучению данной дисциплины являются: лекционное занятие; практическое занятие; консультация преподавателя (индивидуальная, групповая). При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

#### **Методические указания по занятиям лекционного типа**

В ходе занятия лекционного типа студентам рекомендуется конспектировать ее основные положения, не стоит пытаться дословно записать всю лекцию, поскольку скорость лекции не рассчитана на аутентичное воспроизведение выступления лектора в конспекте. Тем не менее, она является достаточной для того, чтобы студент смог не только усвоить, но и зафиксировать на бумаге сущность затронутых лектором проблем, выводы, а также узловые моменты, на которые обращается особое внимание в ходе лекции. Основным средством работы на лекционном занятии является конспектирование. Конспектирование – процесс мысленной переработки и письменной фиксации информации, в виде краткого изложения основного содержания, смысла какого-либо текста. Результат конспектирования – запись, позволяющая студенту немедленно или через некоторый срок с нужной полнотой восстановить полученную информацию. Конспект в переводе с латыни означает «обзор». По существу, его и составлять надо как обзор, содержащий основные мысли текста без подробностей и второстепенных деталей.

Конспект носит индивидуализированный характер: он рассчитан на самого автора и поэтому может оказаться малопонятным для других. Для того чтобы осуществлять этот вид работы, в каждом конкретном случае необходимо грамотно решить следующие задачи:

1. Сориентироваться в общей концепции лекции (уметь определить вступление, основную часть, заключение).
2. Увидеть логико-смысловую канву сообщения, понять систему изложения информации в целом, а также ход развития каждой отдельной мысли.
3. Выявить «ключевые» мысли, т.е. основные смысловые вехи, на которые «нанизано» все содержание текста.
4. Определить детализирующую информацию.
5. Лаконично сформулировать основную информацию, не перенося на письмо все целиком и дословно.

Определения, которые дает лектор, стоит по возможности записать дословно и выделить другим цветом или же подчеркнуть. В случае изложения лектором хода научной дискуссии желательно кратко законспектировать существо вопроса, основные позиции и фамилии ученых, их отстаивающих. Если в обоснование своих выводов лектор приводит ссылки на справочники, статистические данные, нормативные акты и другие официально опубликованные сведения, имеет смысл лишь кратко отразить их существо и указать источник, в котором можно полностью почерпнуть излагаемую информацию.

Во время лекции студенту рекомендуется иметь на столах помимо конспектов также программу курса, которая будет способствовать развитию мнемонической памяти, возникновению ассоциаций между выступлением лектора и программными вопросами.

В случае возникновения у студента по ходу лекции вопросов, их следует записать и задать в конце лекции в специально отведенное для этого время.

По окончании лекции (в тот же или на следующий день, пока еще в памяти сохранилась информация) студентам рекомендуется доработать свои конспекты, привести их в порядок, дополнить сведениями с учетом дополнительно изученного нормативного, справочного и научного материала. Крайне желательно на полях конспекта отмечать не только изученные точки зрения ученых по рассматриваемой проблеме, но и выражать согласие или несогласие самого студента с законспектированными положениями.

Лекционное занятие предназначено для изложения особенно важных, проблемных, актуальных в современной науке вопросов. Лекция, также как и семинарское, практическое занятие, требует от студентов определенной подготовки. Студент обязательно должен знать

тему предстоящего лекционного занятия и обеспечить себе необходимый уровень активного участия: подобрать и ознакомиться, а при необходимости иметь с собой рекомендуемый преподавателем нормативный материал, повторить ранее пройденные темы по вопросам, которые будут затрагиваться в предстоящей лекции, вспомнить материал иных дисциплин.

Применение отдельных образовательных технологий требует специальной подготовки не только от преподавателя, но и участвующих в занятиях студентов. Так, при проведении лекции-дискуссии, которая предполагает разделение присутствующих студентов на группы, студент должен быть способен высказать свою позицию относительно выдвинутых преподавателем точек зрения.

#### **Методические указания для подготовки к занятиям семинарского типа (практическим занятиям)**

Занятия семинарского типа (практические занятия) представляют собой одну из важных форм самостоятельной работы студентов над нормативными актами, научной и учебной литературой непосредственно в учебной аудитории под руководством преподавателя.

В зависимости от изучаемой темы и ее специфики преподаватель выбирает или сочетает следующие формы проведения занятий семинарского типа (практических занятий): обсуждение теоретических вопросов, подготовка рефератов, научные дискуссии, собеседования и т.п. Проверка усвоения отдельных (ключевых) тем может осуществляться посредством проведения коллоквиума.

Подготовка к занятию семинарского типа (практическому занятию) заключается в подробном изучении конспекта лекции, нормативных актов, учебной и научной литературы, основные положения которых студенту рекомендуется конспектировать.

Активное участие в работе на занятиях семинарского типа (практических занятий) предполагает выступления на них, дополнение ответов однокурсников, коллективное обсуждение спорных вопросов и проблем, что способствует формированию у студентов навыков формулирования, аргументации и отстаивания выработанного решения, умения его защитить в дискуссии и представить дополнительные аргументы в его пользу. Активная работа на занятии способствует также формированию у студентов навыков публичного выступления, умения ясно, последовательно, логично и аргументировано излагать свои мысли.

При выступлении на занятиях семинарского типа (практических занятиях) студентам разрешается пользоваться конспектами для цитирования нормативных актов или позиций ученых. По окончании ответа другие студенты могут дополнить выступление товарища, отметить его спорные или недостаточно аргументированные стороны, проанализировать позиции ученых, о которых не сказал предыдущий выступающий.

В конце занятия после подведения его итогов преподавателем студентам рекомендуется внести изменения в свои конспекты, отметить информацию, прозвучавшую в выступлениях других студентов, дополнения, сделанные преподавателем и не отраженные в конспекте.

Занятия семинарского типа (практические занятия) требуют предварительной теоретической подготовки по соответствующей теме: изучения учебной и дополнительной литературы, ознакомления с нормативным материалом. Рекомендуется при этом вначале изучить вопросы темы по учебной литературе. Если по теме прочитана лекция, то непременно надо использовать материал лекции, так как учебники часто устаревают уже в момент выхода в свет.

Применение отдельных образовательных технологий требуют предварительного ознакомления студентов с содержанием применяемых на занятиях приемов. Так, при занятиях семинарского типа студент должен представлять как его общую структуру, так и особенности отдельных методических приемов: дискуссии, контрольные работы, использование правовых документов и др.

## **Методические рекомендации по подготовке рефератов, сообщений**

Первичные навыки научно-исследовательской работы должны приобретаться студентами при написании рефератов по специальной тематике.

Цель: научить студентов связывать теорию с практикой, пользоваться литературой, статистическими данными, привить умение популярно излагать сложные вопросы.

Рефераты составляются в соответствии с указанными темами. Выполнение рефератов предусмотрено на листах формата А 4. Они сдаются на проверку преподавателю в соответствии с указанным графиком.

*Требования к работе.* Реферативная работа должна выявить углубленные знания студентов по той или иной теме дисциплины. В работе должно проявиться умение работать с литературой. Студент обязан изучить и использовать в своей работе не менее 2–3 книг и 1–2 периодических источника литературы.

*Оформление реферата:*

1. Реферат должен иметь следующую структуру: а) план; б) изложение основного содержания темы; в) список использованной литературы.

2. Общий объём – 5–7 с. основного текста.

3. Перед написанием должен быть составлен план работы, который обычно включает 2–3 вопроса. План не следует излишне детализировать, в нём перечисляются основные, центральные вопросы темы.

4. В процессе написания работы студент имеет право обратиться за консультацией к преподавателю кафедры.

5. В основной части работы большое внимание следует уделить глубокому теоретическому освещению основных вопросов темы, правильно увязать теоретические положения с практикой, конкретным фактическим и цифровым материалом.

6. В реферате обязательно отражается использованная литература, которая является завершающей частью работы.

7. Особое внимание следует уделить оформлению. На титульном листе необходимо указать название вуза, название кафедры, тему, группу, свою фамилию и инициалы, фамилию научного руководителя. На следующем листе приводится план работы.

8. При защите реферата выставляется дифференцированная оценка.

9. Реферат, не соответствующий требованиям, предъявляемым к данному виду работы, возвращается на доработку.

Качество реферата оценивается по тому, насколько полно раскрыто содержание темы, использованы первоисточники, логичное и последовательное изложение. Оценивается и правильность подбора основной и дополнительной литературы (ссылки по правилам: фамилии и инициалы авторов, название книги, место издания, издательство, год издания, страница).

Реферат должен отражать точку зрения автора на данную проблему.

Подготовка сообщения представляет собой разработку и представление небольшого по объёму устного сообщения для озвучивания на занятии семинарского типа. Сообщаемая информация носит характер уточнения или обобщения, несёт новизну, отражает современный взгляд по определенным проблемам.

Сообщение отличается от докладов и рефератов не только объёмом информации, но и ее характером – сообщения дополняют изучаемый вопрос фактическими или статистическими материалами. Возможно письменное оформление задания, оно может включать элементы наглядности (иллюстрации, демонстрацию).

Регламент времени на озвучивание сообщения – до 5 мин.

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

## **Методические рекомендации по 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.

- 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:

- 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.

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.

## 7. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень лицензионного программного обеспечения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа (Ауд. 205, 209, 302, 309, 401, 402)	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер (ноутбук)	Microsoft Office 2019, Photoshop, InDesign, Антивирус Касперский
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (Ауд. 202, 301, 302, 304, 305, 306, 307, 308, 404, 405, 406, 407, 412)	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер (ноутбук)	Microsoft Office 2019, Photoshop, InDesign, Антивирус Касперский
Учебные аудитории для проведения лабораторных работ (Ауд. 301, 307, 308, 400, 406, 407, 410, 412)	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер (ноутбук)	Microsoft Office 2019, Photoshop, InDesign, Антивирус Касперский

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование,	

	обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд. 301, 307, 310, 410, 412)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Office 2019, Photoshop, InDesign, Антивирус Касперский