

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

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

подпись

« 30 »

мая 2025 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.О.20 РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННАЯ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В РЕГИОНАЛЬНЫХ
ГОСУДАРСТВЕННЫХ СТРУКТУРАХ

(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 2025

Рабочая программа дисциплины Рекламно-информационная деятельность в региональных государственных структурах 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):

К.В. Виноградова, доц., канд. ист. наук, доц.

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


подпись

Рабочая программа дисциплины Рекламно-информационная деятельность в региональных государственных структурах утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью

протокол №10 «28» апреля 2025 г.

Заведующий кафедрой

рекламы и связей с общественностью Патюкова Р.В.

фамилия, инициалы


подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики

протокол №10 «07» мая 2025 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

О.А. Болтуц, канд. филол. наук, доц. кафедры истории и правового регулирования массовых коммуникаций ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель освоения дисциплины – ознакомить студентов с особенностями формирования и функционирования рынка рекламно-информационных услуг регионального уровня.

1.2 Задачи дисциплины

В ходе реализации задач курса предполагается рассмотреть:

- механизмы разработки PR и рекламы в государственной политике;
- взаимосвязь коммуникации, политики и управления;
- теории государственного управления;
- коммерческий и некоммерческий сектор в регионе, особенности информационного, рекламного и PR-сопровождения деятельности;
- специфика рекламы и PR в органах государственной власти и политическом секторе;
- соотношение государственного и муниципального управления;
- мировой опыт и российская региональная специфика рекламы и PR.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Рекламно-информационная деятельность в региональных государственных структурах» 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: зачет.

Освоение содержания дисциплины «Рекламно-информационная деятельность в региональных государственных структурах» базируется на изучении таких предметов, как «Введение в направление подготовки», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Теория и практика информационной политики в медиaprостранстве».

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-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	
ИОПК-2.1. Знает тенденции развития общественных и государственных институтов.	Знает тенденции развития общественных и государственных институтов. Умеет выявлять тенденции развития общественных и государственных институтов. Владеет способностью учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов
ИОПК-2.2. Умеет учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах).	Умеет учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах). Знает тенденции развития общественных и государственных институтов. Владеет навыками учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения.

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ИОПК-2.3. Владеет навыками разностороннего освещения развития общественных и государственных институтов.	Владеет навыками разностороннего освещения развития общественных и государственных институтов. Знает основы развития общественных и государственных институтов. Умеет учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов.
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.	Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. Умеет применять методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. Владеет навыками исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации.
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.
ИПК 4.3. Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта.	Владеет методами и приемами проведения 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.

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)	6 семестр (часы)
Контактная работа, в том числе:		46,2/14,2	46,2	14,2
Аудиторные занятия (всего):				
занятия лекционного типа		28/10	28	10
лабораторные занятия				
занятия семинарского типа (практические занятия)		14/4	14	4
Иная контактная работа:				
Контроль самостоятельной работы (КСР)		4	4	
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2/0,2	0,2	0,2
Самостоятельная работа, в том числе:		61,8/90	61,8	90
Реферат/эссе (подготовка)		21,8/50	21,8	50
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.)		40/40	40	40
Подготовка к текущему контролю				
Контроль:		3,8		3,8
Подготовка к экзамену				
Общая трудоемкость	час.	108/108	108	108
	в том числе контактная работа	46,2/14,2	46,2	14,2
	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	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Региональный рекламно-информационный рынок: понятие, структура	14	4	2		8
2.	Взаимосвязь коммуникации, политики и управления	14	4	2		8
3.	PR-продвижение государственного участия в экономике: региональный аспект	14	4	2		8
4.	Коммерческий и некоммерческий сектор в регионе, особенности информационного, рекламного и PR-сопровождения деятельности	14	4	2		8
5.	Специфика рекламы и PR в органах государственной власти и политическом секторе	16	4	2		10
6.	PR-сопровождение государственного и муниципального управления на региональном уровне	16	4	2		10
7.	Мировой опыт и российская региональная специфика рекламы и PR. <i>Итоговое занятие</i>	15,8	4	2		9,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	103,8	28	14		61,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю					
	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 6 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
1.	Региональный рекламно-информационный рынок: понятие, структура	14	1	1		12
2.	Взаимосвязь коммуникации, политики и управления	14	1	1		12
3.	PR-продвижение государственного участия в экономике: региональный аспект	14	1	1		12
4.	Коммерческий и некоммерческий сектор в регионе, особенности информационного, рекламного и PR-сопровождения деятельности	14	1	1		12
5.	Специфика рекламы и PR в органах государственной власти и политическом секторе	16	2			14
6.	PR-сопровождение государственного и муниципального управления на региональном уровне	16	2			14
7.	Мировой опыт и российская региональная специфика рекламы и PR. <i>Итоговое занятие</i>	16	2			14
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	104	10	4		90
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю	3,8				
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа (очная форма обучения)

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4

1.	Региональный рекламно-информационный рынок: понятие, структура	Сущность и специфика рынка рекламно-информационных услуг. Субъекты регионального информационного рынка. Спрос и предложение на региональном информационном рынке. Функции информационного рынка. Структура информационного рынка. Барьеры входа на региональный рекламно-информационный рынок.	Конспект лекции
2.	Взаимосвязь коммуникации, политики управления	Государственное и политическое управление и PR-технологии его сопровождения на региональном уровне	Конспект лекции
3.	PR-продвижение государственного участия в экономике: региональный аспект	PR-продвижение государственных структур в коммерческом и некоммерческом секторе региональной экономики	Конспект лекции
4.	Коммерческий и некоммерческий сектор в регионе, особенности информационного, рекламного и PR-сопровождения деятельности	PR-сопровождение деятельности коммерческого сектора в регионе; PR-технологии продвижения региональных некоммерческих организаций	Конспект лекции
5.	Специфика рекламы и PR в органах государственной власти и политическом секторе	Коммуникативные функции государства и виды государственного управления; PR-сопровождение внутренних и внешних функций государства на федеральном и местном уровнях	Конспект лекции

6.	PR-сопровождение государственного и муниципального	Методы PR-продвижения местного самоуправления в регионах	Конспект лекции
7.	Мировой опыт и российская региональная специфика рекламы и PR	Региональные практики применения рекламы и PR: соотношение общего и особенного	Конспект лекций

4

Занятия лекционного типа (заочная форма обучения)

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Региональный рекламно-информационный рынок: понятие, структура	Сущность и специфика рынка рекламно-информационных услуг. Субъекты регионального информационного рынка. Спрос и предложение на региональном информационном рынке. Функции информационного рынка. Структура информационного рынка. Барьеры входа на региональный рекламно-информационный рынок.	Конспект лекции
2.	Взаимосвязь коммуникации, политики управления	Государственное и политическое управление и PR-технологии его сопровождения на региональном уровне	Конспект лекции
3.	PR-продвижение государственного участия в экономике: региональный аспект	PR-продвижение участия государственных структур в коммерческом и некоммерческом секторе региональной экономики	Конспект лекции
4.	Коммерческий и некоммерческий сектор в регионе, особенности информационного, рекламного и PR-сопровождения деятельности	PR-сопровождение деятельности коммерческого сектора в регионе; PR-технологии продвижения региональных некоммерческих организаций	Конспект лекции
5.	Специфика рекламы и PR в органах	Коммуникативные функции государства и виды государственного управления; PR-сопровождение внутренних и внешних	Конспект лекции

государственной власти политическом секторе	функций государства на федеральном и местном уровнях	
--	---	--

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

№	Наименование раздела	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	Региональный рекламно- информационный рынок: понятие, структура	Сущность и специфика рынка рекламно- информационных услуг. Субъекты регионального информационного рынка. Спрос и предложение на региональном информационном рынке. Функции информационного рынка. Структура информационного рынка. Барьеры входа на региональный рекламно- информационный рынок.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
2	Взаимосвязь коммуникации, политики и управления	Государственное и политическое управление и PR-технологии его сопровождения на региональном уровне	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
3	PR-продвижение государственного участия в экономике: региональный аспект	PR-продвижение участия государственных структур в коммерческом секторе региональной экономики	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
4	Коммерческий и некоммерческий сектор в регионе, особенности информационного, рекламного и PR- сопровождения деятельности	PR-сопровождение деятельности коммерческого сектора в регионе; PR- технологии продвижения региональных некоммерческих организаций	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
5	Специфика рекламы и PR в органах государственной власти политическом	Коммуникативные функции государства и виды государственного управления; PR-сопровождение внутренних и внешних функций государства на федеральном и местном уровнях	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат

	секторе		
6	PR-сопровождение Государственного и муниципального управления на региональном уровне	Методы PR-продвижения местного самоуправления в регионах	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат

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

2.3.2 Занятия семинарского типа

№	Наименование раздела	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	Региональный рекламно-информационный рынок: понятие, структура	Сущность и специфика рынка рекламно-информационных услуг. Субъекты регионального информационного рынка. Спрос и предложение на региональном информационном рынке. Функции информационного рынка. Структура информационного рынка. Барьеры входа На региональный рекламно-информационный рынок.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
2	Взаимосвязь коммуникации, политики и управления	Государственное и политическое управление и PR-технологии его сопровождения на региональном уровне	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
3	PR-продвижение государственного участия в экономике: региональный аспект	PR-продвижение участия государственных структур в Коммерческом секторе региональной экономики	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
4	Коммерческий и некоммерческий сектор в регионе, особенности информационного, рекламного и PR-сопровождения деятельности	PR-сопровождение деятельности коммерческого сектора в регионе; PR-технологии продвижения региональных некоммерческих организаций	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
5	Специфика рекламы и PR	Коммуникативные функции государства и виды государственного управления;	опрос по ключевым аспектам раздела,

	органах государственной власти политическом секторе	PR-сопровождение внутренних и внешних функций государства на федеральном и местном уровнях	и реферат
6	PR-сопровождение Государственного и муниципального управления на региональном уровне	Методы PR-продвижения местного самоуправления в регионах	опрос по ключевым аспектам раздела,

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)

Написание курсовых работ по данной дисциплине – не предусмотрено

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; [L] [SEP]

- логичность, четкость и ясность в изложении материала; [L] [SEP]

- возможность проблемного изложения, дискуссии, диалога с целью [SEP] активизации деятельности обучающихся в ходе лекции; [L] [SEP]

- опора смысловой части лекции на подлинные факты, события, явления, статистические данные; [L] [SEP]

- тесная связь теоретических положений и выводов с практикой и будущей профессиональной деятельностью обучающихся; [L] [SEP]

- 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.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Рекламно-информационная деятельность в региональных государственных структурах».

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

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-2.1. Знает тенденции развития общественных и государственных институтов.	Знает тенденции развития общественных и государственных институтов. Умеет выявлять тенденции развития общественных и государственных институтов. Владеет способностью учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов	<i>Реферат</i>	Вопрос на зачете 1-6
2	ИОПК-2.2. Умеет учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах).	Умеет учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах). Знает тенденции развития общественных и государственных институтов. Владеет навыками учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения.	<i>Реферат</i>	Вопрос на зачете 7-12

3	ИОПК-2.3. Владеет навыками разностороннего освещения развития общественных и государственных институтов.	Владеет навыками разностороннего освещения развития общественных и государственных институтов. Знает основы развития общественных и государственных институтов. Умеет учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов.	<i>Реферат</i>	Вопрос на зачете 13-19
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>Реферат</i>	Вопрос на зачете 20-27
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	<i>Реферат</i>	Вопрос на зачете 28-33

		информационных потребностей посетителей сайта. Владеет навыками осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.		
6	ИПК 4.3. Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта.	Владеет методами и приемами проведения 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.	<i>Реферат</i>	Вопрос на зачете 34-40

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

1. Исследуемый фактор региональной маркетинговой среды:

а) социальная напряженность

- б) характер конкурентной среды
- в) демографическая ситуация
- г) динамика инвестиций

2. Рекламная кампания в рамках одного района, учитывающая его особенности (традиции, быт, жизненный уровень и т.д.):

- а) национальная
- б) целевая
- в) региональная
- г) местная

3. Приглашения, организованные потенциальным участникам торговой ярмарки/выставки ярмарочным комитетом, с предложением принять участие в ярмарке/выставке:

- а) прямая почтовая рассылка
- б) персональные приглашения
- в) информационные письма
- г) пресс-релиз

4. Что из ниже перечисленного относится к достоинствам рекламы, размещенной на павильонах ожидания городского транспорта?

- а) массовый охват потенциальных потребителей и гибкость корректировки под требования территориальных групп
- б) компактные размеры, которые позволяют размещать их в любых зонах
- в) длительное воздействие на потребителя
- г) естественно вписывается в городскую историческую среду

5. Что из ниже перечисленного характеризует рекламу, размещаемую на транспорте?

- а) длительное воздействие на потребителя, информационная насыщенность
- б) низкая себестоимость, массовый охват потенциальных потребителей, гибкость корректировки под требования территориальных групп
- в) компактные размеры
- г) дробность композиции, мелкомасштабность

6. Какой из подходов к определению понятия «реклама» позволяет понять специфику и особенности рекламы в разных странах и регионах?

- а) социокультурный
- б) экономический
- в) социологический
- г) информационный

7. В перечень направлений деятельности PR-служб в органах государственного и муниципального управления не входит:

- а) прогнозирование социально-политического процесса
- б) анализ общественной реакции на действия должностных лиц и органов власти
- в) информирование общественности о существе принимаемых решений
- г) представительство интересов социальных групп в органах законодательной и исполнительной власти

8. Имидж территории, нуждающийся не в изменении, а в усилении, подтверждении и распространении на возможно большее количество целевых групп потребителей:

- А) излишне традиционный имидж

- Б) слабо выраженный имидж
- В) положительный имидж
- Г) негативный имидж

9. Паблсити как PR-технология – это технология ...

- а) распространения в СМИ благоприятной информации о субъекте
- б) создания общественной популярности
- в) распространения благоприятных для субъекта мифов
- г) достижения положительной известности субъекта среди его общественности

10. В зависимости от охватываемой рекламной деятельностью территории выделяют (отметьте лишнее):

- а) локальную рекламу
- б) региональную рекламу
- в) массовую рекламу
- г) общенациональную рекламу

Вопросы для семинаров

Тема 1. Региональный рекламно-информационный рынок: понятие, структура

- 1. Сущность и специфика рынка рекламно-информационных услуг. Субъекты регионального информационного рынка.
- 2. Спрос и предложение на региональном информационном рынке.
- 3. Функции информационного рынка. Структура информационного рынка.
- 4. Барьеры входа на региональный рекламно-информационный рынок.

Тема 2. Взаимосвязь коммуникации, политики и управления

- 1. Государственное управление и PR-технологии его сопровождения на региональном уровне
- 2. PR-технологии сопровождения политической деятельности на региональном уровне

Тема 3. PR-продвижение государственного участия в экономике: региональный аспект

- 1. PR-продвижение государственного сектора региональной экономики
- 2. PR-продвижение участия государственных структур в коммерческом секторе региональной экономики

Тема 4. Коммерческий и некоммерческий сектор в регионе, особенности информационного, рекламного и PR-сопровождения деятельности

- 1. PR-сопровождение деятельности коммерческого сектора в регионе;
- 2. PR-технологии продвижения региональных некоммерческих организаций

Тема 5. Специфика рекламы и PR в органах государственной власти и политическом секторе

- 1. Коммуникативные функции государства и виды государственного управления;
- 2. PR-сопровождение внутренних и внешних функций государства на федеральном уровне
- 3. PR-сопровождение внутренних и внешних функций государства на местном уровне

Тема 6. PR-сопровождение государственного и муниципального управления на региональном уровне

1. Методы PR-продвижения местного самоуправления в регионах

Тема 7. Мировой опыт и российская региональная специфика рекламы и PR

1. Региональные практики применения рекламы и PR: общие черты
2. Региональные практики применения рекламы и PR: региональные особенности

Реферат

Тематика рефератов

1. Особенности современного рынка рекламы.
2. Развитие рекламы на рынке потребительских товаров (на примере конкретного товара или фирмы).
3. Современное состояние рекламного рынка в России.
4. Роль и особенности функционирования рекламы в системе маркетинга.
5. Реклама как комплекс маркетинговых коммуникаций.
6. Современные виды, средства, формы и методы рекламной деятельности.
7. «Директ-маркетинг» и его значение в современной рекламной деятельности.
8. Связи с общественностью как создание фона по продвижению товара на рынок.
9. Современные формы и методы стимулирования продаж.
10. Связь рекламной деятельности с циклом жизни товара (на примере рынка конкретного товара).
11. Рынок рекламы товаров промышленного назначения.
12. Влияние радикальных изменений рыночной среды на рекламную деятельность компаний.
13. Стратегия выбора средств распространения рекламной информации с учетом их рекламоспособности.
14. Теория имиджа и ее роль в разработке современной рекламной продукции.
15. Использование уникального торгового предложения (УТП) в создании рекламной продукции.
16. Стратегии позиционирования торговых марок и их роль в рекламе.
17. Особенности восприятия рекламной информации целевыми аудиториями.
18. Современные направления маркетинговых исследований для рекламы.
19. Особенности проектирования рекламных кампаний в современных условиях.
20. Оценка эффективности рекламных мероприятий.
21. Подходы к организации работы рекламных агентств.
22. Планирование и стратегия рекламной кампании.
23. Роль сегментирования рынка в повышении эффективности рекламы.
24. Уникальное политическое предложение или формирование лидера на политическом рынке (на примере одной партии или ее лидера).
25. Задачи и функции PR в современном обществе и рыночной экономике.
26. Основные этапы развития PR в России.
27. Законы и нормативные акты, регулирующие рекламную деятельность.
28. Концепция формирования брэнда.
29. Основные характеристики и структура медиаплана.
30. Роль политической коммуникации в обществе и ее основные функции.
31. СМИ как неотъемлемый элемент политических коммуникаций и их манипулятивные возможности.
32. Развитие служб по связям с общественностью в современной России.
33. Структура и функции PR-службы.
34. Функции и задачи PR-специалиста.
35. Особенности связей с общественностью в государственных структурах.
36. Правила подготовки и распространения пресс-релиза.
37. Многотиражная газета как вид корпоративного документа.

38. Формы и средства бюджета при проведении PR-мероприятий.
39. Исследование рынка рекламных услуг города и области.
40. Выбор оптимальных средств распространения рекламы

Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (зачет)

1. Сущность и специфика рынка рекламно-информационных услуг
2. Субъекты регионального информационного рынка
3. Спрос и предложение на региональном информационном рынке
4. Функции информационного рынка
5. Структура информационного рынка
6. Барьеры входа на региональный рекламно-информационный рынок
7. Факторы маркетинговой политики изданий и их региональная специфика
8. Традиционные PR-технологии в региональной политике: государственный сектор
9. Инновационные PR-технологии в региональной политике: муниципальный сектор
10. PR-инструменты формирования имиджа политических партий на региональном уровне
11. PR-инструменты формирования имиджа региональных политических элит
12. PR-технологии сопровождения государственного политического управления на региональном уровне
13. PR-сопровождение государственной культурной политики в регионах
14. PR-продвижение участия государственных структур в коммерческом секторе региональной экономики
15. PR-сопровождение деятельности коммерческого сектора в регионе;
16. PR-технологии продвижения региональных некоммерческих организаций
17. Коммуникативные функции государства и виды государственного управления;
18. PR-сопровождение внутренних и внешних функций государства на федеральном и местном уровнях
19. Методы PR-продвижения местного самоуправления в регионах
20. Региональный рынок средств производства: особенности рекламы и PR
21. Особенности рекламы на региональном рынке потребительских товаров и услуг
22. Особенности рекламы на региональном рынке туристических услуг
23. Особенности рекламной политики региональных масс-медиа
24. Региональный рынок периодических изданий: основные направления и особенности развития
25. Региональные практики применения рекламы и PR в РФ: соотношение общего и особенного
26. Региональные особенности применения рекламы и PR в РФ: опыт европейских стран
27. Законы и нормативные акты, регулирующие рекламную деятельность.
28. Концепция формирования брэнда. 29. Основные характеристики и структура медиаплана.
30. Роль политической коммуникации в обществе и ее основные функции.
31. СМИ как неотъемлемый элемент политических коммуникаций и их манипулятивные возможности.
32. Развитие служб по связям с общественностью в современной России.
33. Структура и функции PR-службы.
34. Функции и задачи PR-специалиста.
35. Особенности связей с общественностью в государственных структурах.
36. Правила подготовки и распространения пресс-релиза.
37. Многотиражная газета как вид корпоративного документа.

38. Формы и средства бюджета при проведении PR-мероприятий.
39. Исследование рынка рекламных услуг города и области.
40. Выбор оптимальных средств распространения рекламы

Критерии оценивания результатов обучения

Оценка	Критерии оценивания тестирования
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.

Критерии оценивания по зачету:

«зачтено»: Выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал различной литературы, правильно обосновывает принятое нестандартное решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач по формированию общепрофессиональных компетенций.

«не зачтено»: Выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, неуверенно отвечает, допускает серьезные ошибки, не имеет представлений по методике выполнения практической работы.

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. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 197 с. – ISBN 978-5-534-08991-2. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/562963>.

2. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 233 с. – ISBN 978-5-9916-9889-4. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/561023>.

3. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы : учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. – 18-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 538 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684499> (дата обращения: 15.10.2022). – ISBN 978-5-394-04791-6. – Текст : электронный.

4. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 552 с. – ISBN 978-5-9916-3181-5. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/559757>.

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):

Перечень договоров ЭБС		
Учебный год	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия документа
2025	ЭБС «Лань» http://e.lanbook.com/ ООО «ЭБС ЛАНЬ»	С 01.01.25 по 31.12.25
	Контракт № 1212/2024/2 от 25 декабря 2024 г.	
	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	С 01.01.25 по 31.12.25
	https://biblioclub.ru ООО «Директ-Медиа» Контракт № 1212/2024/1 от 25 декабря 2024 г.	С 20.01.25 по 19.01.26
	ОП «Юрайт» https://urait.ru/ ООО «Электронное издательство Юрайт» Лиц.договор № 1212/2024/3 от 25 декабря 2024 г.	С 01.01.25 по 31.12.25
	ЭБС «BOOK.ru» https://book.ru ООО «КноРус медиа» Договор № 580-ЕП/223-ФЗ/2024 от 25 декабря 2024 г.	С 01.01.25 по 31.12.25
	ЭБС «ZNANIUM» https://znanium.ru ООО «ЗНАНИУМ» Контракт № 1212/2024 от 25 декабря 2024 г.	

Перечень лицензионного программного обеспечения:

1. Антиплагиат-ВУЗ. Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ» версии 3.3. (интернет-версия). – Договор №19/АЭФ/44/ФЗ/2023
2. КонсультантПлюс – Справочная Правовая Система (КонсультантПлюс). Артикул правообладателя КонсультантПлюс – Договор №ГК/479/ЕП/223/ФЗ/2023
3. ГАРАНТ – Справочная Правовая Система (ГАРАНТ). «Компания АПИ «ГАРАНТ»» Артикул правообладателя ГАРАНТ – Договор №4920/НК/14
4. Р7-Офис – Desktopные редакторы текстовых документов, таблиц и презентаций. Лицензии на офисное программное обеспечение для рабочих мест с целью обеспечения образовательного процесса Р7-Офис. Профессиональный (Десктоп + Сервер оптимальный) – Договор №30-АЭФ/44-ФЗ/2022

Профессиональные базы данных:

1. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
2. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>
3. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prilib.ru/>
4. «Лекториум ТВ» <http://www.lektorium.tv/>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс – справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки).
2. ГАРАНТ – Справочная Правовая Система (ГАРАНТ).

Ресурсы свободного доступа:

1. КиберЛенинка <http://cyberleninka.ru/>;
2. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
3. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>;
4. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина «Образование на русском» <https://pushkininstitute.ru/>;
5. Справочно-информационный портал «Русский язык» <http://gramota.ru/>;
6. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
7. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
8. Образовательный портал «Учеба» <http://www.ucheba.com/>
9. Законопроект «Об образовании в Российской Федерации». Вопросы и ответы http://xn--273--84d1f.xn--p1ai/voprosy_i_otvety.
10. Сайт Комиссии Таможенного союза Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации. – Режим доступа: <http://www.tsouz.ru>
11. Официальный сайт Президента РФ. www.kremlin.ru
12. Официальный сайт Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации Режим доступа: www.council.gov.ru
13. Сайт Государственной Думы Федерального Собрания РФ. – Режим доступа: <http://www.duma.gov.ru>
14. Сайт Президента РФ. Режим доступа: <http://www.president.kremlin.ru>
15. Сайт Правительства РФ. Режим доступа: www.government.ru.
16. Сайт Конституционного Суда РФ. Режим доступа: <http://ksrf.ru>
17. Сайт Верховного Суда РФ. Режим доступа: <http://www.supcourt.ru>
18. Сайт Генеральной Прокуратуры РФ. Режим доступа: <http://genproc.gov.ru>
19. Сайт Совета Безопасности РФ. – Режим доступа: <http://www.scrf.gov.ru/index.shtml>

20. Сайт Министерства юстиции РФ. Режим доступа: <http://www.mibjust.ru>
21. Сайт Министерства иностранных дел РФ. Режим доступа: www.mid.ru
22. Официальный сайт юридического факультета Кубанского государственного университета. Режим доступа: www.law.kubsu.ru
23. Интернет-ресурс Судебные и нормативные акты РФ (СудАкт). Режим доступа: <https://sudact.ru>

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ:

1. Среда модульного динамического обучения. <http://moodle.kubsu.ru>
2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций. <http://mschool.kubsu.ru/>
3. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий. <http://mschool.kubsu.ru;>
4. Электронный архив документов КубГУ. <http://docspace.kubsu.ru/>
5. 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 «Рекламно-информационная деятельность в региональных государственных структурах» 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 объему устного сообщения для озвучивания на занятии семинарского типа. Сообщаемая информация носит характер уточнения или обобщения, несет новизну, отражает современный взгляд по определенным проблемам.

Сообщение отличается от докладов и рефератов не только объемом 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;^[1]^[SEP]
- 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