

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Гайдамашко Игорь Вячеславович  
Должность: И.о. ректора  
Дата подписания: 28.09.2022 17:36:04  
Уникальный программный ключ:  
c7b77973654876a9af4d3b280790bfd371557fdb

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Сочинский государственный университет»



## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### Введение в специальность рекламы и связи с общественностью

Шифр и направление подготовки	<u>42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»</u>
Квалификация (степень) выпускника	<u>бакалавр</u>
Профиль подготовки бакалавра	<u>Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах</u>
Форма обучения	<u>заочная</u>
Выпускающая кафедра	<u>Общей психологии и социальных коммуникаций</u>
Кафедра-разработчик рабочей программы	<u>Общей психологии и социальных коммуникаций</u>

Курс	Трудоем-ность (час./зач.)	Лекц. занятия (час.)	Практ ич. занятия (час.)	Лаборат. занятий, (час.)	СРС (час.)	КР/КП	РГР	Форма промежуточно го контроля (экс./зачет)
<b>ЗФО</b>								
1	108/3	4	2	-	98	-	-	Зачет (4)
<b>Итого</b>	<b>108/3</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>98</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>Зачет (4)</b>

Сочи 2019 г.

Рабочая программа по дисциплине «Введение в специальность рекламы и связи с общественностью» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО 3 ++ (приказ № 512 от 08.06.2017) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Рабочую программу составила:

  
Круглова М.С., к.э.н., ст. преподаватель  
каф. Общей психологии и социальных коммуникаций

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА

на заседании кафедры Общей психологии и социальных коммуникаций  
Протокол № 1 от «29» августа 2019 г.

Заведующий кафедрой  И.Б. Шуванов

Руководитель ОПОП  С.В. Марочкина

Рабочая программа одобрена на заседании Учебно-методического совета  
направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Протокол № 1 от «03» сентября 2019 г.

Председатель УМСН  И.А. Иванов

Структура рабочей программы соответствует предъявляемым требованиям  
Отдел качества образования и  
методического обеспечения  В.В. Васильченко

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Рабочая программа переутверждена на 2020/-2021 учебный год, протокол № 1 заседания кафедры от 28 августа 2020 г.

В программу внесены дополнения и(или) изменения.

5.3 Особенности преподавания дисциплины.

5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины.

Заведующий кафедрой



подпись

И.Б. Шуванов

Рабочая программа переутверждена на 20\_\_/-20\_\_ учебный год, протокол №\_\_ заседания кафедры от «\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

В программу внесены дополнения и(или) изменения.

---

---

---

Заведующий кафедрой

---

подпись

И.Б. Шуванов

Рабочая программа переутверждена на 20\_\_/-20\_\_ учебный год, протокол №\_\_ заседания кафедры от «\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

В программу внесены дополнения и(или) изменения.

---

---

---

Заведующий кафедрой

---

подпись

И.Б. Шуванов

## СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
1 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	5
2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО 3++	5
3 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	6
4 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
4.1 Тематический план дисциплины	7
4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	14
4.3 Формы и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине	14
5 УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ	19
5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины	19
5.2 Организация самостоятельной работы студента (СРС) по дисциплине	20
5.3 Особенности преподавания дисциплины	21
5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины	21
Приложение АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	22

## 1 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Введение в специальность рекламы и связи с общественностью» является формирование у обучающихся адекватного представления о выбранном направлении подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Задачи дисциплины:

1. Формирование и закрепление представлений о принципах и законах функционирования рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью;
2. Изучение специфики деятельности в области рекламы и связей с общественностью;
3. Знакомство со спецификой использования различных инструментов рекламы и связи с общественностью;
4. Формирование умения работать с научной и методической информацией, посвященной рекламе и связям с общественностью.

## 2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Введение в специальность рекламы и связи с общественностью» относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)» к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана.

Межпредметные связи дисциплины показаны в таблице 1.

Таблица 1

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины
<b>Профессиональные компетенции</b>			
	ПКУВ-1 Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах	нет, так как дисциплина начинает формирование компетенции	Теория и практика рекламы и связей с общественностью Основы маркетинга в рекламе и связях с общественностью Социальная психология в рекламе и связях с общественностью Политический PR Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в рекламе и связях с общественностью Психология рекламы Основы консалтинга в рекламе и связях с общественностью Антикризисный PR Методология и методы исследований в коммуникационной сфере Современные технологии социальной рекламы Организация специальных событий Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

	ПКУВ-4 Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливая деловые отношения с партнерами (клиентами)	Психология делового общения и переговорного процесса	Теория и практика рекламы и связей с общественностью Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и связей с общественностью Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в рекламе и связях с общественностью Психология рекламы Основы брендинга Современная пресс-служба Б1.В.16 Проектный менеджмент в рекламе и связях с общественностью Управление репутацией Мастер-класс "Тренинг публичного выступления" Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью Визуальные технологии в рекламе и PR Современные технологии социальной рекламы Организация специальных событий Организационно-управленческая практика
--	--	--	---

### 3 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Требования к результатам освоения дисциплины представлены в таблице 2.

Таблица 2

Компетенции и индикаторы их достижения			В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
<b>Профессиональные компетенции</b>			
	ПКУВ-1 Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах	ПКУВ-1.1 Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации	Знать: методы создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации – З.ПКУВ 1.1; Уметь: обеспечивать внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации – У.ПКУВ 1.1; Владеть: навыками создания внутренних и внешних коммуникаций с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации – Н.ПКУВ 1.1;

Компетенции и индикаторы их достижения			В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
		ПКУВ-1.2 Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью	Знать: методы применения теории, инструментов и приемов маркетинга в рекламе и связях с общественностью - З.ПКУВ 1.2; уметь: использовать организационные основы и приемы маркетинга в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью - У. ПКУВ 1.2; владеть: навыками выбора инструментов и приемов маркетинга в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью - Н. ПКУВ 1.2;
		ПКУВ-1.3 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	Знать: способы участия в организации и выполнении маркетинговых исследований в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью- З. ПКУВ 1.3; Уметь: применять способы участия в организации и выполнении маркетинговых исследований с учетом коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью - У. ПКУВ 1.3; Владеть: навыками участия в организации и выполнении маркетинговых исследований с учетом коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью - Н. ПКУВ 1.3;
	ПКУВ-4 Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в	ПКУВ-4.1 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	Знать: способы участия в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий – З. ПКУВ 4.1; Уметь: определяет способы участия в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий – У. ПКУВ 4.1; Владеть: навыками планирования, подготовки и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий – Н. ПКУВ 4.1;

Компетенции и индикаторы их достижения			В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:
Категория компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
	планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)	ПКУВ-4.2 Разрабатывает концепции продвижения товаров и услуг, формирует маркетинговые стратегии	Знать: методы продвижения и приемы маркетинга в рекламе и связях с общественностью - З.ПКУВ 4.2; уметь: разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать маркетинговые стратегии в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью - У. ПКУВ 4.2; владеть: навыками выбора инструментов и приемов маркетинга в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью - Н. ПКУВ 4.2;
		ПКУВ-4.3 Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами)	Знать: методы ведения деловых переговоров, приемы организации деловых отношений с партнерами (клиентами) - З. ПКУВ 4.3; Уметь: вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)-У.ПКУВ 4.3; Владеть: навыками участия в организации и ведении деловых переговоров, организации деловых отношений с партнерами (клиентами),- Н. ПКУВ 4.3;

## 4 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1 Тематический план дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов

№ раздела, темы	Наименование темы дисциплины	ЗФО				
		Всего часов	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы			
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС



1	Связи с общественностью в различных сферах общественной жизни. Организация PR-деятельности. Законодательное и этическое регулирование PR-деятельности	41	2	1	-	38	-
2	Основы рекламной деятельности. Носители рекламной информации. Каналы распространения рекламы. Этика и закон в рекламной деятельности	43	2	1	-	40	-
	Контрольная работа	20	-	-	-	20	-
	Зачет	4	-	-	-	-	4
<b>ИТОГО:</b>		<b>108</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>98</b>	<b>4</b>

#### 4.1.1 Лекционные занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Объем, часов	Краткое содержание	Формируемые ЗУН	Ссылки на литературу
1	Связи с общественностью в различных сферах общественной жизни. Организация PR-деятельности. Законодательное и этическое регулирование PR-деятельности	2	<p>Реклама и связи с общественностью. сущность и содержание. Структура рекламы и связи с общественностью, общие принципы построения и оценки. Профессиональные требования в сфере «Реклама и связи с общественностью». Должностные обязанности в сфере «Реклама и связи с общественностью».</p> <p>История возникновения «Реклама и связи с общественностью». как области науки и практики. Основные этапы развития «Реклама и связи с общественностью» в Америке, Европе и России.</p> <p>2 Роль рекламы и СО в современном гражданском обществе и рыночной экономике. Цели и функции рекламы и СО. СО и смежные специальности: сходства и различия. СО-технологии в политике. Сущность, содержание, определение понятия СО- технологии в бизнесе». Методы, способы, средства, процедуры PR-технологий. PR-служба (определение, содержание, примеры). PR-подразделения в органах государственной власти. PR-подразделения в коммерческих структурах. Акты, регламентирующие PR-деятельность в сфере связей с общественностью. Этические аспекты PR-деятельности.</p>	3.ПКУВ 1.1; У.ПКУВ 1.1; 3.ПКУВ 1.2; У.ПКУВ 1.2; 3.ПКУВ 1.3; У.ПКУВ 1.3; 3.ПКУВ 4.1; У.ПКУВ 4.1; 3.ПКУВ 4.2; У.ПКУВ 4.2; 3.ПКУВ 4.3; У.ПКУВ 4.3;	1-2, 3-7
2	Основы рекламной деятельности. Но-	2	Понятие рекламы. Признаки и функции рекламы. Реклама в системе интегрированных маркетинговых	3.ПКУВ 1.1; У.ПКУВ 1.1; 3.ПКУВ 1.2;	1-2, 3-7

	сители рекламной информации. Каналы распространения рекламы. Этика и закон в рекламной деятельности		коммуникаций. Воздействие рекламы на потребителя. Методы воздействия в рекламе. Классификация видов и средств торговой рекламы. Характеристика основных средств распространения рекламы. Преимущества и недостатки отдельных видов реклам. Этика рекламной деятельности. Регулирование рекламной деятельности	У.ПКУВ 1.2; 3.ПКУВ 1.3; У.ПКУВ 1.3; 3.ПКУВ 4.1; У.ПКУВ 4.1; 3.ПКУВ 4.2; У.ПКУВ 4.2; 3.ПКУВ 4.3; У.ПКУВ 4.3;	
		<b>4</b>			

#### 4.1.2 Практические занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Объем, часов	Краткое содержание	Формируемые ЗУН	Ссылк и на литературу
1	Связи с общественностью в различных сферах общественной жизни. Организация PR-деятельности. Законодательное и этическое регулирование PR-деятельности	1	<p>1 Реклама и связи с общественностью. сущность и содержание.</p> <p>2. Структура рекламы и связи с общественностью, общие принципы построения и оценки.</p> <p>3. Профессиональные требования в сфере «Реклама и связи с общественностью».</p> <p>4. Должностные обязанности в сфере «Реклама и связи с общественностью».</p> <p>5. История возникновения «Реклама и связи с общественностью». как области науки и практики</p> <p>6. Основные этапы развития «Реклама и связи с общественностью». в Америке, Европе и России</p> <p>7. Роль рекламы и СО в современном гражданском обществе и рыночной экономике.</p> <p>8. Цели и функции рекламы и СО.</p> <p>9. СО и смежные специальности: сходства и различия.</p> <p>10. Связи с общественностью - технологии в политике</p> <p>11. Сущность, содержание, определение понятия связи с общественностью технологии в бизнесе».</p> <p>12 Методы, способы, средства, процедуры PR-технологий</p> <p>13. PR-служба (определение, содержание, примеры).</p> <p>14. PR-подразделения в органах государственной власти</p> <p>15. PR-подразделения в коммерческих структурах</p>	3.ПКУВ 1.1; У.ПКУВ 1.1; Н.ПКУВ 1.1; 3.ПКУВ 1.2; У.ПКУВ 1.2; Н.ПКУВ 1.2; 3.ПКУВ 1.3; У.ПКУВ 1.3 Н.ПКУВ 1.3 3.ПКУВ 4.1; У.ПКУВ 4.1; Н.ПКУВ 4.1; 3.ПКУВ 4.2; У.ПКУВ 4.2; Н.ПКУВ 4.2; 3.ПКУВ 4.3; У.ПКУВ 4.3 Н.ПКУВ 4.3	1-2, 3-7

2	Основы рекламной деятельности . Носители рекламной информации. Каналы распространения рекламы. Этика и закон в рекламной деятельности	1	1. Акты, регламентирующие PR-деятельность в сфере связей с общественностью 2. Этические аспекты PR-деятельности 3. Понятие рекламы. Признаки и функции рекламы. 4. Реклама в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций 5. Воздействие рекламы на потребителя. Методы воздействия в рекламе 6. Классификация видов и средств торговой рекламы 7. Характеристика основных средств распространения рекламы. Преимущества и недостатки отдельных видов реклам. 8. Этика рекламной деятельности 9. Регулирование рекламной деятельности	3.ПКУВ 1.1; У.ПКУВ 1.1; Н.ПКУВ 1.1; 3.ПКУВ 1.2; У.ПКУВ 1.2; Н.ПКУВ 1.2; 3.ПКУВ 1.3; У.ПКУВ 1.3 Н.ПКУВ 1.3 3.ПКУВ 4.1; У.ПКУВ 4.1; Н.ПКУВ 4.1; 3.ПКУВ 4.2; У.ПКУВ 4.2; Н.ПКУВ 4.2; 3.ПКУВ 4.3; У.ПКУВ 4.3 Н.ПКУВ 4.3	1-2, 3-7
<b>Итого</b>		<b>2</b>			

#### 4.1.3 Лабораторные занятия не предусмотрены УП

#### 4.1.4 Самостоятельная работа студента

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Объем, часов	Вид СРС	Формируемые ЗУН	Ссылки на литературу
1	Связи с общественностью в различных сферах общественной жизни. Организация PR-деятельности. Законодательное и этическое регулирование PR-деятельности	38	Ознакомление с нормативно-правовыми документами; работа с конспектом лекции; подготовка к устному опросу, подготовка к практическому занятию, подготовка к промежуточной аттестации	3.ПКУВ 1.1; У.ПКУВ 1.1; Н.ПКУВ 1.1; 3.ПКУВ 1.2; У.ПКУВ 1.2; Н.ПКУВ 1.2; 3.ПКУВ 1.3; У.ПКУВ 1.3 Н.ПКУВ 1.3 3.ПКУВ 4.1; У.ПКУВ 4.1; Н.ПКУВ 4.1; 3.ПКУВ 4.2; У.ПКУВ 4.2; Н.ПКУВ 4.2; 3.ПКУВ 4.3; У.ПКУВ 4.3 Н.ПКУВ 4.3	1-2, 3-7
2	Основы рекламной деятельности . Носители рекламной информации. Каналы распространения рекламы. Этика и закон в рекламной деятельности	40	Ознакомление с нормативно-правовыми документами; работа с конспектом лекции; подготовка к устному опросу, подготовка к практическому занятию, подготовка к промежуточной аттестации	3.ПКУВ 1.1; У.ПКУВ 1.1; Н.ПКУВ 1.1; 3.ПКУВ 1.2; У.ПКУВ 1.2; Н.ПКУВ 1.2; 3.ПКУВ 1.3; У.ПКУВ 1.3 Н.ПКУВ 1.3 3.ПКУВ 4.1; У.ПКУВ 4.1; Н.ПКУВ 4.1; 3.ПКУВ 4.2; У.ПКУВ 4.2; Н.ПКУВ 4.2;	1-2, 3-7

				З.ПКУВ 4.3; У.ПКУВ 4.3 Н.ПКУВ 4.3	
	Контрольная работа	20	Написание контрольной работы	З.ПКУВ 1.1; У.ПКУВ 1.1; Н.ПКУВ 1.1; З.ПКУВ 1.2; У.ПКУВ 1.2; Н.ПКУВ 1.2; З.ПКУВ 1.3; У.ПКУВ 1.3 Н.ПКУВ 1.3 З.ПКУВ 4.1; У.ПКУВ 4.1; Н.ПКУВ 4.1; З.ПКУВ 4.2; У.ПКУВ 4.2; Н.ПКУВ 4.2; З.ПКУВ 4.3; У.ПКУВ 4.3 Н.ПКУВ 4.3	1-2, 3-,7
<b>Итого:</b>		<b>98</b>			

#### 4.1.5 Интерактивные формы занятий

Занятия в интерактивной форме не предусмотрены учебным планом

#### 4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

##### 4.2.1 Литература

1. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд : учеб. пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 159 с. — (Учебник нового поколения). - ISBN 978-5-7567-0819-6. - Режим доступа: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1039478>, по паролю. – Загл. с экрана

2. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью : учебник / Е.А. Осипова. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 381 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znaniium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/textbook\\_5c6ffedda58f78.54410213](http://www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5c6ffedda58f78.54410213). - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/944854>, по паролю. – Загл. с экрана

3. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2016. - 336 с.: ISBN 978-5-394-00783-5 - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/4149551>, по паролю. – Загл. с экрана

4. Социальная реклама: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью» / Л.М. Дмитриева [и др.] ; под ред. Л.М. Дмитриевой. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 271 с. — (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01544-6. - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/1028857>, по паролю. – Загл. с экрана

5. Учёнова, В.В. История рекламы : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Журналистика», «Реклама», «Связи с общественностью» / В.В. Учёнова, Н.В. Старых. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 495 с. - ISBN 978-5-238-01462-3. - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/1025592>, по паролю. – Загл. с экрана

6. Кузнецов, П.А. Социальная реклама. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Связи с общественностью» / П.А. Кузнецов. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 175 с. - ISBN 978-5-238-01829-4. - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/1028858>, по паролю. – Загл. с экрана

7. Медиа. Введение: Учебник для студентов вузов, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям (020000) и специальностям «Связи с общественностью» (350400) и «Реклама» (350700) / Под ред. А. Бриггза, П. Кобли ; Пер. с англ. [Ю.В. Никуличева]. — 2-е изд. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 550 с. — (Серия «Зарубежный учебник») - ISBN 978-5-238-00960-7. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1028522>, по паролю. – Загл. с экрана

#### **4.2.2 Учебно–методические материалы и пособия, нормативные документы**

#### **4.2.3 Интернет-ресурсы и другие электронные информационные источники**

Студентам обеспечивается доступ к базам данных и библиотечным фондам университета. СГУ обеспечивает оперативный обмен информацией с отечественными и зарубежными вузами и организациями с соблюдением требований законодательства Российской Федерации об интеллектуальной собственности и международных договоров Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, а также доступ обучающихся к информационным справочным и поисковым системам.

В частности, обеспечивается доступ к следующим электронно-библиотечным системам и базам данных:

Электронная библиотека Сочинского государственного университета [Электронный ресурс]: база данных. – Электрон. дан. – Сочи, [2017–]. – Режим доступа: <http://lib.sutr.ru/>, свободный. – Загл. с экрана.

Электронные библиотечные системы:

IPRbooks [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система / ЭБС IPRbooks ; ООО «Ай Пи Эр Медиа», электронное периодическое издание «[www.iprbookshop.ru](http://www.iprbookshop.ru)». – Электрон. дан. – Саратов, [2010–]. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>, по паролю. – Загл. с экрана.

Znanium.com [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система / ЭБС Znanium.com, ООО 13. «Научно-издательский центр Инфра-М». – Электрон. дан. – Москва, [2011–]. – Режим доступа: <http://znanium.com/>, по паролю. – Загл. с экрана.

Образовательные и научные ресурсы со свободным доступом.

КиберЛенинка [Электронный ресурс] : научная электронная библиотека открытого доступа / ООО «Итеос». – Электрон. дан. – Москва, [2014–]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>, свободный. – Загл. с экрана.

eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : научная электронная библиотека / Компания «Научная электронная библиотека» (eLIBRARY.RU). – Электрон. текстовые дан. – Москва, [2000–]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/>, требуется регистрация. – Загл. с экрана.

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины соответствует библиотечному фонду СГУ

Зав.библиотекой



Е.С.Мысина

#### **4.3 Формы и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине**

Текущая аттестация по дисциплине осуществляется в форме проведения устного опроса; контрольной работы. Форма промежуточной аттестации – зачет.

Содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине раскрывается в комплекте оценочных средств (контролирующих материалов), предназначенных для проверки соответствия уровня подготовки по дисциплине требованиям ФГОС ВО.

Оценочные средства по дисциплине содержат:

- вопросы к устному опросу;
- задания контрольной работы;
- вопросы к зачету.

## ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. Реклама и Связи с общественностью как научная дисциплина и область практической деятельности.
2. Связи с общественностью: понятие, сущность и содержание.
3. Структура Связей с общественностью, общие принципы ее построения и оценки.
4. Профессиональные требования к в сфере Связей с общественностью.
5. Должностные обязанности в сфере Связей с общественностью
6. История возникновения СО как области науки и практики
7. Основные этапы развития СО
8. Роль СО в современном гражданском обществе и рыночной экономике.
9. Цели и функции СО.
10. СО и смежные специальности: сходства и различия.
11. PR - технологии в политике.
12. Сущность, содержание, определение понятия «PR – технологии в бизнесе».
13. Методы, способы, средства, процедуры PR - технологий.
14. PR - служба (определение, содержание, примеры).
15. PR-подразделения в органах государственной власти
16. PR-подразделения в коммерческих структурах
17. Акты, регламентирующие деятельность в сфере публичных отношений
18. Этические аспекты деятельности специалиста по связям с общественностью
19. Понятие рекламы. Признаки и функции рекламы
20. Реклама в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций
21. Воздействие рекламы на потребителя. Методы воздействия в рекламе
22. Классификация видов и средств торговой рекламы
23. Характеристика основных средств распространения рекламы. Преимущества и недостатки отдельных видов рекламы.
24. Этика рекламной деятельности.
25. Регулирование рекламной деятельности
26. Законодательное регулирование рекламной деятельности в России

## 5 УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1 Методические рекомендации студентам по изучению дисциплины

Практические занятия и самостоятельные работы студентов осуществляются в соответствии с графиком проведения занятий и самостоятельной работы студентов.

Конкретные задания по изучению учебного материала по прочитанным лекциям в порядке подготовки к практическим занятиям студенты должны получать от преподавателей, которые ведут эти формы занятий. Характер и количество задач, решаемых на практических занятиях, определяются преподавателем, ведущим занятия. Желательно, чтобы студент кратко законспектировал основные положения, самостоятельно приобрел навыки в решении задач.

Самостоятельная работа студентов включает изучение рекомендованной литературы при подготовке к практическим занятиям, выполнение домашних заданий. В процессе изучения дисциплины выполняются домашние задания по закреплению знаний, полученных на практических занятиях. Их целью является приобретение студентами навыков принятия стратегических решений на примере конкретных ситуаций. В качестве контрольно-развивающих форм используется устный опрос.

Контроль эффективности самостоятельной работы студентов осуществляется путем проверки решения ими учебных заданий и практических задач, выполнения домашних заданий, предусмотренных для самостоятельной отработки.

**Методические рекомендации по подготовке студентов к практическим занятиям.** Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине студентам необходимо научиться работать с обязательной и дополнительной литературой. Изучение дисциплины предполагает отслеживание публикаций в периодических изданиях и работу с Internet.

При подготовке к практическим занятиям студенты должны изучить рекомендованную литературу, ответить на вопросы и выполнить все задания для самостоятельной работы. При подготовке целесообразно на основе изучения рекомендованной литературы выписать в контекст основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий.

#### **Методические рекомендации студентам по организации самостоятельной работы по изучению литературных источников**

При организации самостоятельной работы, следует обратить особое внимание на регулярность изучения литературы. В период изучения литературных источников необходимо так же вести конспект. В случае затруднений необходимо обратиться к преподавателю за разъяснениями. При подготовке задания используйте рекомендуемые по данной теме учебники, техническую литературу, материалы электронно-библиотечных систем или другие Интернет-ресурсы. Внимательно прочитайте материал, по которому требуется составить конспект. Постарайтесь разобраться с непонятным материалом, в частности новыми терминами и понятиями. Кратко перескажите содержание изученного материала. Составьте план конспекта, акцентируя внимание на наиболее важные моменты текста. В соответствии с планом выпишите по каждому пункту несколько основных предложений, характеризующих ведущую мысль описываемого пункта плана. Показатели оценки результатов: краткое изложение (при конспектировании) основных теоретических положений темы; логичность изложения ответа; уровень понимания изученного материала.

#### **Методические рекомендации студентам по подготовке к выполнению контрольной работы**

Контрольная работа является средством проверки и оценки знаний студентов по освоенному материалу, а также умений применять полученные знания для решения поставленных задач. Контрольная работа является текущим средством оценки знаний, умений, навыков студента. Данный вид оценочного средства проводится письменно, путем ответов студентами на поставленные вопросы и задачи. В случае неудовлетворительной сдачи задания студенту разрешается переписать до промежуточной аттестации.

Во время выполнения контрольной работы оценивается способность студента найти правильный ответ на поставленный вопрос, применять знания, умения, навыки, полученные в ходе лекций, практических занятий. Показатели оценки результатов: качество уровня освоения учебного материала; умение использовать теоретические знания при выполнении практических задач или ответе на практико-ориентированные вопросы; обоснованность и четкость изложения ответа.

### **5.2 Организация самостоятельной работы студента по дисциплине**

Самостоятельная работа студента является ключевой составляющей учебного процесса, которая определяет формирование навыков, умений и знаний, приемов познавательной деятельности и обеспечивает интерес к творческой работе.

Организация самостоятельной работы студентов осуществляется по трем направлениям:

- определение цели, программы, плана задания или работы;
- со стороны преподавателя студенту оказывается помощь в технике изучения материала, подборе литературы для ознакомления и выполнения домашнего задания.
- контроль усвоения знаний, приобретения навыков по дисциплине, оценка вы-

полненного домашнего задания.

Мерами по обеспечению выполнения обучающимися всех видов самостоятельной работы являются:

- наличие помещений для СРС;
- обеспечение средствами вычислительной техники, программное обеспечение;
- наличие учебно-методических материалов со списком рекомендуемой литературы, рекомендаций по решению типовых задач, образцов отчетов о выполнении СРС;
- обеспечение учебно-методической и справочной литературой всех видов самостоятельной работы (методические указания по выполнению СРС).

Самостоятельная по изучению дисциплины включает следующие виды работ: изучение материала, изложенного на лекции; изучение материала, вынесенного на практические занятия; подготовка к практическим занятиям;

Основная задача самостоятельной работы — углубленное изучение разделов курса, нормативно-правовых документов. Основу самостоятельной работы студента составляет выполнение заданий по завершению изучения каждой темы курса. Самостоятельная работа студентов по изучению дисциплины включает несколько этапов, что позволит лучше усвоить пройденный материал.

Работу целесообразно начинать с изучения конспекта лекций и материала учебника, затем следует приступать к выполнению заданий. Формой отчётности являются устный опрос, домашнее задание.

Дисциплина должна быть обеспечена учебно-методической литературой в объеме, достаточном для проведения всех предусмотренных видов учебных занятий.

Каждый обучающийся по дисциплине должен быть обеспечен учебно-методической литературой.

## **5.2 Организация самостоятельной работы студента по дисциплине**

Самостоятельная работа студента является ключевой составляющей учебного процесса, которая определяет формирование навыков, умений и знаний, приемов познавательной деятельности и обеспечивает интерес к творческой работе.

Организация самостоятельной работы студентов осуществляется по трем направлениям:

- определение цели, программы, плана задания или работы;
- со стороны преподавателя студенту оказывается помощь в технике изучения материала, подборе литературы для ознакомления и выполнения контрольной работы.
- контроль усвоения знаний, приобретения навыков по дисциплине, оценка выполненной контрольной работы.

Мерами по обеспечению выполнения обучающимися всех видов самостоятельной работы являются:

- наличие помещений для СРС;
- обеспечение средствами вычислительной техники, программное обеспечение;
- наличие учебно-методических материалов со списком рекомендуемой литературы, рекомендаций по решению типовых задач, образцов отчетов о выполнении СРС;
- обеспечение учебно-методической и справочной литературой всех видов самостоятельной работы (методические указания по выполнению СРС).

Самостоятельная по изучению дисциплины включает следующие виды работ: изучение материала, изложенного на лекции; изучение материала, вынесенного на практические занятия; подготовка к практическим занятиям;

Основная задача самостоятельной работы — углубленное изучение разделов курса, нормативно-правовых документов. Основу самостоятельной работы студента составляет выполнение заданий по завершению изучения каждой темы курса. Самостоятельная работа студентов по изучению дисциплины включает несколько этапов, что позволит лучше усвоить пройденный материал.



Работу целесообразно начинать с изучения конспекта лекций и материала учебника, затем следует приступать к выполнению заданий. Формой отчётности являются устный опрос, контрольная работа.

Дисциплина должна быть обеспечена учебно-методической литературой в объеме, достаточном для проведения всех предусмотренных видов учебных занятий.

Каждый обучающийся по дисциплине должен быть обеспечен учебно-методической литературой.

### **5.3 Особенности преподавания дисциплины**

Особенностей преподавания дисциплины нет.

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

1. Информационные технологии: использование электронных образовательных ресурсов (электронный конспект) при подготовке к лекциям и практическим занятиям;
2. Привлечение нормативных правовых источников, материалов исследований, статистики и периодической научной печати;
3. Интерактивные технологии: актуальный анализ практики, разбор конкретных ситуаций;
4. Работа в команде: совместная работа студентов в малых группах при выполнении практических заданий по темам.

Методами изучения дисциплины являются: чтение лекций с разбором проблемных ситуаций, организация дискуссий при разборе конкретных ситуаций, самостоятельное изучение вопросов по темам дисциплины. Способами изучения дисциплины являются: участие студентов в решении проблем при прослушивании лекций, подготовка по вопросам при подготовке к лекциям и практическим занятиям, участие в дискуссии при обсуждении ситуаций.

### **5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Лекционные и практические занятия:

комплект электронных презентаций/слайдов, сопровождающих лекцию и практическое занятие; аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук, звукоусиливающая аппаратура и т.д.); таблицы, графическая информация и т.д.

Рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет, рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде.

При реализации дисциплины использовано следующее лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 Home Basic. Трёхсторонний договор по проекту Темпус №530529-TEMPUS-1-2012-1-ES-TEMPUS-JPCR. Накладная №32 от 07.10.2013 г. Бессрочная лицензия.
- Kaspersky Endpoint Security – Лицензионный договор №ВК (ИКЗ 181232005119923200100100070010000000) № 101/18д от 02.03.2018 г. Срок действия обновлений – по 30.03.2019, Лицензионный договор №04-S00310L (92/19д) от 01.03.2019 г. Срок действия обновлений – по 28.03.2020 г.
- LibreOffice – Бесплатное ПО, свободно распространяемое.
- Yandex Browser – Бесплатное ПО, свободно распространяемое.
- VLC (видеопроигрыватель) - Бесплатное ПО, свободно распространяемое.
- Microsoft Powerpoint Viewer – Бесплатное ПО, свободно распространяемое.

## **Формулировки для внесения изменений в пункты РПД**

### **5.3 Особенности преподавания дисциплины**

Проведение всех видов занятий (лекционные, практические, лабораторные и т.д.) при преподавании дисциплины, проведение консультаций, промежуточная и текущая аттестация возможна с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

### **5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины**

При организации занятий, текущей и промежуточной аттестации с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий используются различные электронные образовательные ресурсы и онлайн сервисы, в том числе: Skype, Zoom, Big Blue Button, Moodle, WhatsApp.

**42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

**Бакалавриат**

**Профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах»**

**АННОТАЦИЯ**

**рабочей программы дисциплины**

**Введение в специальность рекламы и связи с общественностью**

*Дисциплина части, формируемая участниками образовательных отношений*

*Заочная форма обучения*

Составитель аннотации – Круглова М.С., к.э.н., ст.преп. каф. ОПиСК



<b>Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ/ час.)</b>	3/108
<b>Цель изучения дисциплины</b>	формирование у обучающихся адекватного представления о выбранном направлении подготовки «Реклама и связи с общественностью».
<b>Содержание дисциплины</b>	Реклама и связи с общественностью как научная дисциплина и область практической деятельности. Реклама и связи с общественностью в различных сферах общественной жизни. Организация PR-деятельности. Законодательное и этическое регулирование PR-деятельности. Основы рекламной деятельности. Носители рекламной информации. Каналы распространения рекламы. Этика и закон в рекламной деятельности.
<b>Формируемые компетенции</b>	ПКУВ-1 Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах ПКУВ-4 Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)
<b>Коды и наименование индикатора достижения компетенции</b>	ПКУВ-1.1 Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации ПКУВ-1.2 Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью ПКУВ-1.3 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ПКУВ-4.1 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий ПКУВ-4.2 Разрабатывает концепции продвижения товаров и услуг, формирует маркетинговые стратегии ПКУВ-4.3 Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами)
<b>Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины</b>	Психология делового общения и переговорного процесса
<b>Образовательные технологии</b>	Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий: 1) чтение лекций; 2) проведение практических занятий; 3) выполнение контрольной работы
<b>Формы текущего контроля успеваемости</b>	Устный опрос, контрольная работа

Форма промежуточной аттестации	Зачет
--------------------------------	-------

Зав. кафедрой ОПиСК



И.Б. Шуванов