

Кафедра рекламы и связей с общественностью

Рабочая программа дисциплины

Анализ рекламной деятельности

<i>Направление подготовки</i>	Менеджмент
<i>Код</i>	38.03.02
<i>Направленность (профиль)</i>	Менеджмент в сфере культуры
<i>Квалификация выпускника</i>	Бакалавр

Москва
2017 г.

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

Компетенция	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<p>ПК-17 - способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – информационную базу исходных данных, необходимых для расчета, анализа и оценки экономических показателей деятельности организаций в рекламном бизнесе. – методологические основы анализа экономических показателей, характеризующих эффективность рекламной деятельности хозяйствующих субъектов; – приемы выявления и оценки резервов в процессе создания рекламных продуктов; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать основы экономических знаний в сфере рекламной деятельности; – определить финансовые результаты рекламной деятельности организации, его финансовое состояние и тенденцию его развития; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – способностью использовать основы экономических знаний в сфере рекламной деятельности; – способностью строить по результатам выполненных аналитических исследований обобщения и выводы, принимать на их основе обоснованные управленческие решения, направленные на повышение эффективности хозяйственной деятельности организации (предприятия); – навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина является дисциплиной по выбору вариативной части учебного плана ОПОП.

Данная дисциплина взаимосвязана с другими дисциплинами, такими как: «Рекламно-коммуникационный практикум», «Выставочное дело».

Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать профессиональные компетенции в профессиональной деятельности

В частности, выпускник, освоивший программу бакалавриата, в соответствии с выбранными видами деятельности, должен быть готов решать следующие профессиональные задачи:

организационно-управленческая деятельность:

участие в разработке и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);

участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией организации;

планирование деятельности организации и подразделений;

формирование организационной и управленческой структуры организаций;

организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;

разработка и реализация проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);

контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;

мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;

участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы);

информационно-аналитическая деятельность:

сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;

построение и поддержка функционирования внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;

создание и ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;

разработка и поддержка функционирования системы внутреннего документооборота организации, ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;

разработка системы внутреннего документооборота организации;

оценка эффективности проектов;

подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности;

оценка эффективности управленческих решений;

предпринимательская деятельность:

разработка и реализация бизнес-планов создания нового бизнеса;

организация и ведение предпринимательской деятельности.

3. Объем дисциплины

<i>Виды учебной работы</i>	<i>Формы обучения</i>		
	<i>Очная</i>	<i>Очно-заочная</i>	<i>Заочная</i>
Общая трудоемкость: зачетные единицы/часы	4/144	4/144	4/44
Контактная работа:			
Занятия лекционного типа	22	8	4
Занятия семинарского типа	22	20	8
Промежуточная аттестация: Зачет / зачет с оценкой / экзамен /	36	54	9
Самостоятельная работа (СРС)	64	62	123

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам / разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Распределение часов по разделам/темам и видам работы

4.1.1 Очная форма обучения

Виды учебной работы (в часах)		

№ п/ п	Раздел/тема	Контактная работа						Самостоятельн ая работа
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		<i>Лекции</i>	<i>Иные учебные занятия</i>	<i>Практически е занятия</i>	<i>Семинар ы</i>	<i>Лабораторн ые раб.</i>	<i>Иные занятия</i>	
1.	Рекламная деятельность в системе маркетинга	6		5				16
2.	Анализ затрат на рекламную продукцию	6		5				16
3.	Анализ экономических составляющих рекламного бизнеса.	5		6				16
4.	Анализ эффективности рекламной деятельности. Бюджетирование рекламной деятельности.	5		6				16
	Промежуточная аттестация	36						
	Итого	144						

4.1.2 Очно-заочная форма обучения

№ п/ п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						Самостоятел ьная работа
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		<i>Лекции</i>	<i>Иные учебные занятия</i>	<i>Практич еские занятия</i>	<i>Семинар ы</i>	<i>Лабора торные раб.</i>	<i>Иные занятия</i>	
1.	Рекламная деятельность в системе маркетинга	2			5			15
2.	Анализ затрат на рекламную продукцию	2			5			15
3.	Анализ экономических	2			5			15

	составляющих рекламного бизнеса.							
4.	Анализ эффективности рекламной деятельности. Бюджетирование рекламной деятельности.	2			5			17
	Промежуточная аттестация	54						
	Итого	144						

4.1.3 Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						Самостоятельная работа
		Контактная работа						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		<i>Лекции</i>	<i>Иные учебные занятия</i>	<i>Практические занятия</i>	<i>Семинары</i>	<i>Лабораторные раб.</i>	<i>Иные занятия</i>	
1.	Рекламная деятельность в системе маркетинга	1			2			30
2.	Анализ затрат на рекламную продукцию	1			2			31
3.	Анализ экономических составляющих рекламного бизнеса.	1			2			31
4.	Анализ эффективности рекламной деятельности. Бюджетирование рекламной деятельности.	1			2			31
	Промежуточная аттестация	9						
	Итого	144						

4.2 Программа дисциплины, структурированная по темам / разделам

4.2.1 Содержание лекционных занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционного курса
1.	Рекламная деятельность в системе маркетинга.	Значение рекламы как функции маркетинга. Информационно-психологическое воздействие на потребителя. Этапы разработки рекламы. Маркетинговые коммуникации. Реклама как форма маркетинговых коммуникаций.
2.	Анализ затрат на рекламную продукцию.	Цель и назначение анализа затрат в сфере рекламной деятельности. Рентабельность продукции.
3.	Анализ экономических составляющих рекламного бизнеса.	Анализ эффективности использования трудовых и материальных ресурсов. Анализ показателей с использованием приемов факторного анализа.
4.	Анализ эффективности рекламной деятельности. Бюджетирование рекламной деятельности.	Методика оценки эффективности рекламной деятельности. Анализ финансовой эффективности, анализ коммуникативной эффективности рекламной кампании. Оценка эффективности отдельных средств рекламы.

4.2.2 Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание практического занятия
1.	Рекламная деятельность в системе маркетинга	1. Участники рекламной деятельности. 2. Рекламный отдел: его структура, назначение, функции. 3. Схема разграничения функций рекламодателя. 4. Рекламное агентство. 5. Взаимодействие предприятия с рекламными агентствами.
2.	Анализ затрат на рекламную продукцию	1. Анализ затрат на 1 рубль объема продукции (работ, услуг). 2. Условно-постоянные и условно-переменные расходы. 3. Анализ безубыточности производства. 4. График безубыточности. 5. Рентабельность продукции. 6. Оценка резервов снижения себестоимости.
3.	Анализ экономических составляющих рекламного бизнеса.	1. Резервы повышения. 2.оборотный капитал. 3.оборотные средства. 4. Структура, анализ движения, эффективности использования.
4.	Анализ эффективности рекламной деятельности. Бюджетирование рекламной деятельности.	1. Эффективность психологического воздействия рекламы. 2. Методы оценки коммуникативной эффективности рекламной продукции: метод наблюдения, метод фокус-группы, метод глубинного интервью, панельный метод. 3. Автоматический телемаркетинг по телефону. 4. Понятие рекламного бюджета, его назначение, функции. 5. Разработка бюджета рекламной компании. 6. Планирование эффекта от рекламы.

4.2.3 Содержание самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание самостоятельного занятия
1.	Рекламная деятельность в системе маркетинга	Значение рекламы как функции маркетинга. Информационно-психологическое воздействие на потребителя. Этапы разработки рекламы. Маркетинговые коммуникации. Реклама как форма маркетинговых коммуникаций.
2.	Анализ затрат на рекламную продукцию	Цель и назначение анализа затрат в сфере рекламной деятельности. Рентабельность продукции.
3.	Анализ экономических составляющих рекламного бизнеса.	Анализ эффективности использования трудовых и материальных ресурсов. Анализ показателей с использованием приемов факторного анализа.
4.	Анализ эффективности рекламной деятельности. Бюджетирование рекламной деятельности.	Методика оценки эффективности рекламной деятельности. Анализ финансовой эффективности, анализ коммуникативной эффективности рекламной кампании. Оценка эффективности отдельных средств рекламы.

5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Предусмотрены следующие виды контроля качества освоения конкретной дисциплины:

- текущий контроль успеваемости
- промежуточная аттестация обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине оформлен в **ПРИЛОЖЕНИИ** к РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины в процессе обучения.

5.1 Паспорт фонда оценочных средств для проведения текущей аттестации по дисциплине (модулю)

№ п/п	Контролируемые разделы (темы)	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
1.	Рекламная деятельность в системе маркетинга	ПК-17	Опрос, информационный проект
2.	Анализ затрат на рекламную продукцию	ПК-17	Опрос, проблемно-аналитическое задание, информационный проект
3.	Анализ экономических составляющих рекламного бизнеса.	ПК-17	Опрос, информационный проект

4.	Анализ эффективности рекламной деятельности. Бюджетирование рекламной деятельности.	ПК-17	Опрос, проблемно-аналитическое задание, информационный проект
----	--	-------	---

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

Типовые вопросы

1. Раскройте понятие рекламы, ее цели и задачи.
2. Назовите и охарактеризуйте основные виды рекламы.
3. Охарактеризуйте результаты воздействия рекламы.
4. Назовите направления группировки затрат на рекламную деятельность.
5. Раскройте методику анализа затрат на 1 рубль объема продукции (работ, услуг).
6. Дайте определение точки безубыточности, маржинального анализа, запаса финансовой прочности.
7. Назовите критерий оценки соотношения труда и заработной платы.
8. Назовите показатели, характеризующие эффективность использования материальных ресурсов.
9. К какому экономическому эффекту приводит ускорение (замедления) использования оборотных средств организации?
10. Охарактеризуйте методику оценки эффективности отдельных средств рекламы.
11. Какие факторы влияют на уровень прибыли от рекламного воздействия?
12. Как рассчитывается рентабельность рекламной деятельности?
13. Дайте характеристику рекламного бюджета, его назначения, функции.
14. Раскройте методику анализа влияния рекламных мероприятий на результаты основной деятельности предприятия.
15. Как осуществляется контроль за расходованием средств бюджета.

Типовые проблемно-аналитические задания

Проблемно-аналитические задания:

1. Сформулируйте проблему эффективности размещения рекламы на разных носителях; опишите плюсы и минусы.
2. Определите подходы к эффективному размещению рекламы на примере любого рекламного продукта.
3. Составьте схему максимизации объема целевой аудитории при заданном бюджете.
4. Предложите способы минимизации затрат на размещение рекламы при заданном объеме целевой аудитории.
5. Приведите примеры интегральной эффективности рекламной кампании. Обоснуйте свой ответ.

Темы информационных проектов

Подготовка информационных проектов (презентаций) по темам:

1. Значение рекламы как функции маркетинга.
2. Рекламная деятельность в системе маркетинговых коммуникаций.
3. Взаимодействие предприятия с рекламными агентствами.
4. Направления группировки затрат на рекламную деятельность.
5. Методика анализа затрат на 1 рубль объема продукции (работ, услуг).
6. Определение точки безубыточности, маржинального анализа, запаса финансовой прочности.
7. Критерий оценки соотношения труда и заработной платы.
8. Показатели, характеризующие эффективность использования материальных ресурсов.
9. Экономический эффект ускорения (замедления) использования оборотных средств организации.
10. Методика оценки эффективности отдельных средств рекламы.
11. Факторы, влияющие на уровень прибыли от рекламного воздействия.
12. Расчет рентабельности рекламной деятельности.
13. Характеристика рекламного бюджета, его назначение, функции.
14. Методика анализа влияния рекламных мероприятий на результаты основной деятельности предприятия.
15. Осуществление контроля за расходованием средств бюджета.

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Все задания, используемые для текущего контроля формирования компетенций условно можно разделить на две группы:

1. задания, которые в силу своих особенностей могут быть реализованы только в процессе обучения на занятиях (например, дискуссия, круглый стол, диспут, мини-конференция);
2. задания, которые дополняют теоретические вопросы (практические задания, проблемно-аналитические задания, тест).

Выполнение всех заданий является необходимым для формирования и контроля знаний, умений и навыков. Поэтому, в случае невыполнения заданий в процессе обучения, их необходимо «отработать» до зачета (экзамена). Вид заданий, которые необходимо выполнить для ликвидации «задолженности» определяется в индивидуальном порядке, с учетом причин невыполнения.

1) Требование к теоретическому устному ответу

Оценка знаний предполагает дифференцированный подход к студенту, учет его индивидуальных способностей, степень усвоения и систематизации основных понятий и категорий по дисциплине. Кроме того, оценивается не только глубина знаний поставленных вопросов, но и умение использовать в ответе практический материал. Оценивается культура речи, владение навыками ораторского искусства.

Критерии оценивания: последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала, использование профессиональных терминов, культура речи, навыки ораторского искусства. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда материал излагается исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно, при этом раскрываются не только основные понятия, но и анализируются точки зрения различных авторов. Обучающийся не затрудняется с ответом, соблюдает культуру речи.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает практическую базу, но при ответе на вопрос допускает несущественные погрешности.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

2) Творческие задания

Эссе – это небольшая по объему письменная работа, сочетающая свободные, субъективные рассуждения по определенной теме с элементами научного анализа. Текст должен быть легко читаем, но необходимо избегать нарочито разговорного стиля, сленга, шаблонных фраз. Объем эссе составляет примерно 2 – 2,5 стр. 12 шрифтом с одинарным интервалом (без учета титульного листа).

Критерии оценивания - оценка учитывает соблюдение жанровой специфики эссе, наличие логической структуры построения текста, наличие авторской позиции, ее научность и связь с современным пониманием вопроса, адекватность аргументов, стиль изложения, оформление работы. Следует помнить, что прямое заимствование (без оформления цитат) текста из Интернета или электронной библиотеки недопустимо.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; адекватность аргументов при обосновании личной позиции, стиль изложения.

Оценка «хорошо» ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); но не прослеживается наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; не достаточно аргументов при обосновании личной позиции

Оценка «удовлетворительно» ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение). Но не прослеживаются четкие выводы, нарушается стиль изложения

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если не выполнены никакие требования

3) Информационный проект (презентация)

Информационный проект – проект, направленный на стимулирование учебно-познавательной деятельности студента с выраженной эвристической направленностью (поиск, отбор и систематизация информации об объекте, оформление ее для презентации). Итоговым продуктом проекта может быть письменный реферат, электронный реферат с иллюстрациями, слайд-шоу, мини-фильм, презентация и т.д.

Информационный проект отличается от исследовательского проекта, поскольку представляет собой такую форму учебно-познавательной деятельности, которая отличается ярко выраженной эвристической направленностью.

Критерии оценивания - при выставлении оценки учитывается самостоятельный поиск, отбор и систематизация информации, раскрытие вопроса (проблемы), ознакомление студенческой аудитории с этой информацией (представление информации), ее анализ и обобщение, оформление, полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка «*отлично*» ставится в случае, когда обучающийся полностью раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 5 профессиональных терминов, широко использует информационные технологии, ошибки в информации отсутствуют, дает полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка «*хорошо*» ставится, если обучающийся раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 2 профессиональных терминов, достаточно использует информационные технологии, допускает не более 2 ошибок в изложении материала, дает полные или частично полные ответы на вопросы аудитории.

Оценка «*удовлетворительно*» ставится, если обучающийся, раскрывает вопрос (проблему) не полностью, представляет информацию не систематизировано и не совсем последовательно, использует 1-2 профессиональных термина, использует информационные технологии, допускает 3-4 ошибки в изложении материала, отвечает только на элементарные вопросы аудитории без пояснений.

Оценка «*неудовлетворительно*» ставится, если вопрос не раскрыт, представленная информация логически не связана, не используются профессиональные термины, допускает более 4 ошибок в изложении материала, не отвечает на вопросы аудитории.

4) Требование к письменному опросу (контрольной работе)

Оценивается не только глубина знаний поставленных вопросов, но и умение изложить письменно.

Критерии оценивания: последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка «*отлично*» ставится в случае, когда соблюдены все критерии.

Оценка «*хорошо*» ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает практическую базу, но допускает несущественные погрешности.

Оценка «*удовлетворительно*» ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка «*неудовлетворительно*» ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

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

6.1 Основная литература:

1. Колеснева, Е. П. Рекламная деятельность : учебное пособие для студентов высших учебных заведений по экономическим специальностям / Е. П. Колеснева, П. Б. Любецкий. — Минск : ТетраСистемс, 2009. — 255 с. — ISBN 978-985-470-841-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/28319.html>

2. Исаенко, Е. В. Экономические и организационные основы рекламной деятельности : учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности «Маркетинг» / Е. В. Исаенко, А. Г. Васильев. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 351 с. — ISBN 978-5-238-01662-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81720.html>

3. Юзов, О. В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности предприятий : учебное пособие / О. В. Юзов, Т. М. Петракова. — Москва : Издательский Дом МИСиС, 2015. — 90 с. — ISBN 978-5-87623-858-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — <http://www.iprbookshop.ru/56555.html>

6.2. Дополнительная литература:

1. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности : учебник / Г. В. Савицкая. — 4-е изд. — Минск : Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2019. — 373 с. — ISBN 978-985-503-942-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — <http://www.iprbookshop.ru/67610.html>

2. Управление маркетинговыми коммуникациями : учебно-методическое пособие (для студентов III курса факультета международного бизнеса, обучающихся по направлениям подготовки «Менеджмент», профили «Маркетинг», «Международный менеджмент», «Реклама и связи с общественностью») / составители Н. В. Катунина. — Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2016. — 98 с. — ISBN 978-5-7779-1980-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — <http://www.iprbookshop.ru/59666.html>

3. Минбалеев, А. В. Правовое регулирование рекламной деятельности : учебное пособие / А. В. Минбалеев. — Москва : Юриспруденция, 2012. — 223 с. — ISBN 978-5-9516-0475-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/8056.html>

4. Туякова, З. С. Управленческий учет и анализ телекоммуникационной деятельности : учебное пособие / З. С. Туякова, Т. В. Черемушникова. — Оренбург : Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2017. — 288 с. — ISBN 978-5-7410-1877-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/78917.html>

6.3. Периодические издания

1. Вестник Казахского университета экономики, финансов и международной торговли. ISSN: 2301-7216. <http://www.iprbookshop.ru/50394.html>

2. Вестник Российского нового университета. Серия Экономика и управление. ISSN:1998-4618. <http://www.iprbookshop.ru/26393.html>

3. Вестник Московского городского педагогического университета. Серия Экономика. ISSN:2312-6647. <http://www.iprbookshop.ru/27538.html>

4. Муниципальное образование: инновации и эксперимент. ISSN: 2306-8329. <http://www.iprbookshop.ru/42707.html>

7 Перечень периодических электронных изданий и интернет-ресурсов:

1. PR в России. www.rupr.ru

2. Фонд содействия развитию технологий и инфраструктуры. www.pr-new.spb.ru

3. Российский журнал о творческом брэндинге. www.advi.ru

4. Информационно-справочный журнал «Индустрия рекламы». <http://www.ir-magazine.ru>

5. Рекламно-аналитический портал. <http://www.outdoor.ru>

6. Онлайн PR-агентство PRonline. <http://www.pronline.ru>

8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Успешное освоение данного курса базируется на рациональном сочетании нескольких видов учебной деятельности – лекций, семинарских занятий, самостоятельной работы. При этом самостоятельную работу следует рассматривать одним из главных звеньев полноценного высшего образования, на которую отводится значительная часть учебного времени.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

- работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;
- внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов и курсовых работ;
- выполнение самостоятельных практических работ;
- подготовка к экзамену непосредственно перед ним.

Для правильной организации работы необходимо учитывать порядок изучения разделов курса, находящихся в строгой логической последовательности. Поэтому хорошее усвоение одной части дисциплины является предпосылкой для успешного перехода к следующей. Задания, проблемные вопросы, предложенные для изучения дисциплины, в том числе и для самостоятельного выполнения, носят междисциплинарный характер и базируются, прежде всего, на причинно-следственных связях между компонентами окружающего нас мира. В течение семестра, необходимо подготовить рефераты (проекты) с использованием рекомендуемой основной и дополнительной литературы и сдать рефераты для проверки преподавателю. Важным составляющим в изучении данного курса является решение ситуационных задач и работа над проблемно-аналитическими заданиями, что предполагает знание соответствующей научной терминологии и т.д.

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию также способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться.

Для успешной сдачи экзамена рекомендуется соблюдать следующие правила:

1. Подготовка к экзамену должна проводиться систематически, в течение всего семестра.
2. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц до экзамена.
3. Время непосредственно перед экзаменом лучше использовать таким образом, чтобы оставить последний день свободным для повторения курса в целом, для систематизации материала и доработки отдельных вопросов.

На экзамене высокую оценку получают студенты, использующие данные, полученные в процессе выполнения самостоятельных работ, а также использующие собственные выводы на основе изученного материала.

Учитывая значительный объем теоретического материала, студентам рекомендуется регулярное посещение и подробное конспектирование лекций.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Терминальный сервер, предоставляющий к нему доступ клиентам на базе Windows Server 2016
2. Семейство ОС Microsoft Windows
3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным

кодом

4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (Информационный комплекс)

5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (ЭПС «Система ГАРАНТ»)

6. Антивирусная система NOD 32

7. Adobe Reader. Лицензия проприетарная свободно-распространяемая.

8. Электронная система дистанционного обучения АНОВО «Московский международный университет». <https://elearn.interun.ru/login/index.php>

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

1. компьютеры персональные для преподавателей с выходом в сети Интернет;
2. наушники;
3. вебкамеры;
4. колонки;
5. микрофоны.

11. Образовательные технологии, используемые при освоении дисциплины

Для освоения дисциплины используются как традиционные формы занятий – лекции (типы лекций – установочная, вводная, текущая, заключительная, обзорная; виды лекций – проблемная, визуальная, лекция конференция, лекция консультация); и семинарские (практические) занятия, так и активные и интерактивные формы занятий - деловые и ролевые игры, решение ситуационных задач и разбор конкретных ситуаций.

На учебных занятиях используются технические средства обучения мультимедийной аудитории: компьютер, монитор, колонки, настенный экран, проектор, микрофон, пакет программ Microsoft Office для демонстрации презентаций и медиафайлов, видеопроектор для демонстрации слайдов, видеосюжетов и др. Тестирование обучаемых может осуществляться с использованием компьютерного оборудования университета.

11.1 В освоении учебной дисциплины используются следующие традиционные образовательные технологии:

- чтение проблемно-информационных лекций с использованием доски и видеоматериалов;
- семинарские занятия для обсуждения, дискуссий и обмена мнениями;
- контрольные опросы;
- консультации;
- самостоятельная работа студентов с учебной литературой и первоисточниками;
- подготовка и обсуждение рефератов (проектов), презентаций (научно-исследовательская работа);
- тестирование по основным темам дисциплины.

11.2 Активные и интерактивные методы и формы обучения

Из перечня видов: («мозговой штурм», анализ НПА, анализ проблемных ситуаций, анализ конкретных ситуаций, инциденты, имитация коллективной профессиональной деятельности, разыгрывание ролей, творческая работа, связанная с освоением дисциплины, ролевая игра, круглый стол, диспут, беседа, дискуссия, мини-конференция и

др.) используются следующие:

- *диспут*
- *анализ проблемных, творческих заданий, ситуационных задач*
- *ролевая игра;*
- *круглый стол;*
- *мини-конференция*
- *дискуссия*
- *беседа.*

11.3 Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

При организации обучения по дисциплине учитываются особенности организации взаимодействия с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) с целью обеспечения их прав. При обучении учитываются особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности и при необходимости обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.