


**Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное
образовательное учреждение высшего образования
«Академия маркетинга и социально-информационных технологий –
ИМСИТ»
(г. Краснодар)**

Факультет менеджмента

Кафедра технологий сервиса и деловых коммуникаций

УТВЕРЖДЕНО
Научно-методическим советом академии
протокол №8 от 16 апреля 2018 года
ДЛЯ
Председатель НМС,
проректор по учебной работе,
профессор
 Н.Н. Павелко

Б1.В.ДВ.03.02

Текст в связях с общественностью

рабочая программа по дисциплине
для студентов направления подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) образовательной программы
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

**квалификация (степень) выпускника
«БАКАЛАВР»**

Краснодар
2018

Рабочая программа дисциплины «Текст в связях с общественностью» разработана к. ф. н., доцентом Г.Н. Немец

Рабочая программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016 г. N 997.

Составитель:
к.ф.н., доцент

Г.Н. Немец

Зав. кафедрой ТСиДК, к.с.н., доцент

Н.И. Севрюгина

Рабочая программа утверждена на заседании Научно-методического совета Академии «16» апреля 2018г., протокол № 8.

Согласовано:
Проректор по качеству образования,
доцент

К.В. Писаренко

Рецензенты:

А.А. Луговой директор по маркетингу группы компаний «Р-класс»
И.О. Никулин кандидат филологических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВО КубГУ

Содержание

| | |
|---|----|
| 1 Цели и задачи освоения дисциплины..... | 4 |
| 2 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО..... | 4 |
| 3 Требования к результатам освоения содержания дисциплины..... | 6 |
| 4 Содержание и структура дисциплины (модуля)..... | 7 |
| 4.1 Содержание разделов дисциплины..... | 7 |
| 4.2 Структура дисциплины..... | 8 |
| 4.3 Занятия лекционного типа | 13 |
| 4.4 Занятия семинарского типа | 13 |
| 4.5 Курсовой проект (курсовая работа)..... | 15 |
| 4.6 Самостоятельное изучение разделов дисциплины..... | 15 |
| 5 Образовательные технологии..... | 17 |
| 5.1 Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях..... | 18 |
| 6 Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации..... | 19 |
| 7 Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля)..... | 24 |
| 7.1 Основная литература..... | 24 |
| 7.2 Дополнительная литература..... | 24 |
| 7.3 Периодические издания..... | 25 |
| 7.4 Интернет-ресурсы..... | 25 |
| 7.5 Методические указания к лабораторным занятиям..... | 26 |
| 7.6 Методические указания к практическим занятиям..... | 26 |
| 7.7 Методические указания к курсовому проектированию и другим видам самостоятельной работы..... | 26 |
| 7.8 Программное обеспечение современных информационно-коммуникационных технологий..... | 27 |
| 8 Условия реализации программы для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья..... | 27 |
| 9 Материально-техническое обеспечение дисциплины..... | 28 |
| Дополнения и изменения в рабочей программе дисциплины | 28 |

1. Цели и задачи дисциплины «Текст в связях с общественностью»

Цель дисциплины – научить студентов не только анализировать уже созданные рекламные тексты, но и изучить систему разработки рекламных фраз; подготовить студентов к рекламному творчеству и, в конечном результате, к успешной профессиональной деятельности рекламиста

2. Задачи дисциплины «Текст в связях с общественностью» -

изучение методов, приемов, особенностей составления рекламного текста, знакомство со стратегией и приемами его создания, а также развитие творческих способностей студентов, воспитание у них творческого отношения к работе.

3. Место дисциплины в структуре ОПОП образовательной программы

Дисциплина психология входит в вариативную часть основной образовательной программы подготовки по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью подготовки (уровень бакалавриата).

Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата, включает:

коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах;

техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций;

технологии и техники пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных органов и учреждений, их позиционирование в рыночной среде;

общественное мнение.

Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата, являются:

федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления;

негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации;

научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность;

производственные и сервисные предприятия.

Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие программу бакалавриата:

коммуникационная;

рекламно-информационная;

информационно-технологическая.

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, в соответствии с видом (видами) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа бакалавриата, должен быть готов решать следующие профессиональные задачи:

коммуникационная деятельность:

участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;

участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;

рекламно-информационная деятельность:

разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

информационно-технологическая деятельность:

участие в разработке, подготовке к выпуску, производстве и распространении рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;

участие в подготовке проектной и сопутствующей документации, связанной с проведением рекламных кампаний и отдельных мероприятий (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт); участие в проектировании и технологическом обеспечении реализуемых проектов.

Междисциплинарные контрольные задания и материалы, необходимые для оценки порогового (входного) уровня знаний, умений и навыков, необходимых для формирования компетенции в процессе освоения программы дисциплины «Основы журналистики» представлены в комплекте оценочных средств по дисциплине, согласно утвержденной формы.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

а) общепрофессиональные компетенции

ОПК-1 способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах

Знать - профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;

Уметь - организовать структурные подразделения в области рекламы и связей с общественностью

Владеть - навыками организации работы в функциональных службах в области рекламы и связей с общественностью

ОПК - 3 обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга

Знать - основы создания текстов рекламы и связей с общественностью, литературного редактирования, копирайтинга;

Уметь - создавать тексты рекламы и связей с общественностью, литературно редактировать их

в) Профессиональные компетенции

ПК-8 - способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы

Знать: специфику производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

Уметь: под контролем организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

Владеть: способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы

ПК-16 - способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

Знать: специфику производства и распространения рекламной продукции

Уметь: под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

Владеть: способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

В результате изучения дисциплины «Текст в связях с общественностью» обучающийся должен:

Знать:

- специфику профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;;

- специфику реализации знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности.
- специфику работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью

Уметь:

- создавать тексты рекламы и связей с общественностью, литературно редактировать их
 - планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации

Владеть:

- навыками организации работы в функциональных службах в области рекламы и связей с общественностью;
- принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- знаниями и навыками планировки и организации коммуникационных кампаний и мероприятий.

4. Содержание и структура дисциплины

4.1 Содержание разделов дисциплины

Таблица 1 — Содержание разделов дисциплины

| № | Наименование раздела | Содержание раздела | Форма текущего контроля | Формируемые компетенции |
|----|---|---|---|---------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Тема 1. Введение. Понятие рекламного текста. | . Понятие «рекламный текст». Место рекламы в культуре 21 века. Междисциплинарные связи «Рекламного текста» | Вопросы для устного опроса. Темы рефератов. Тест по разделу. | ОПК-1; ОПК-3; ПК-8; ПК-16 |
| 2 | Тема 2. Реклама и риторика. | . Логика и аргументация в рекламном тексте. Рекламный текст как коммуникативная единица. Семиотика рекламного текста. | Темы рефератов. Тест по разделу. Доклад-презентация. Вопросы для устного опроса. | ОПК-1; ОПК-3; ПК-8; ПК-16 |
| 3. | Тема 3. Реклама как дискурс | . Типы рекламных текстов с точки зрения цели: информационные, напоминающие, убеждающие и т.д. Функции воздействия рекламных текстов: функция воздействия языка и функция воздействия массовой коммуникации. | Темы рефератов. Тест по разделу. Доклад-презентация. Вопросы для устного опроса. | ОПК-1; ОПК-3; ПК-8; ПК-16 |

| | | | | |
|----|--|---|---|---------------------------|
| 4. | Тема 4. Мифотехнологии в рекламе. | Архетипы в рекламе. Рекламный текст как разновидность современного мифа. | Темы рефератов. Тест по разделу. Доклад-презентация. Вопросы для устного опроса. | ОПК-1; ОПК-3; ПК-8; ПК-16 |
| 5. | Тема 5. Различные типы рекламы. | Характеристика различных видов рекламы. Специфика языка аудиальной, визуальной и печатной рекламы. | Темы рефератов. Тест по разделу. Доклад-презентация. Вопросы для устного опроса. | ОПК-1; ОПК-3; ПК-8; ПК-16 |
| 6. | Тема 6. Стилистика рекламы. Художественная ценность рекламного текста | Тема 6 Стилистика рекламы. Художественная ценность рекламного текста. Основные принципы составления рекламных текстов. Основные приемы создания рекламного текста. Художественные особенности языка рекламы. | Темы рефератов. Тест по разделу. Доклад-презентация. Вопросы для устного опроса. | ОПК-1; ОПК-3; ПК-8; ПК-16 |
| 7 | Тема 7. Основные принципы составления рекламных текстов. | Особенности языка рекламных заголовков. Особенности языка основного рекламного текста. | Вопросы для устного опроса. Темы рефератов. Тест по разделу. | ОПК-1; ОПК-3; ПК-8; ПК-16 |
| 8 | Тема 8. Основные приемы создания рекламного текста | Слоган как рекламная константа. Основные этапы создания рекламного текста. | Темы рефератов. Тест по разделу. Доклад-презентация. Вопросы для устного опроса. | ОПК-1; ОПК-3; ПК-8; ПК-16 |

4.2 Структура дисциплины

Распределение трудоемкости в часах по всем видам аудиторной и самостоятельной работы обучающихся по семестрам представлено в таблице 2.

Таблица 2 — Объем учебной дисциплины и виды учебной работы ОФО

| Вид работы | Трудоемкость, часов (зач.ед.) | |
|--|-------------------------------|---------------|
| | Семестр 5 | Всего |
| Общая трудоемкость (часы, зачетные единицы) | 144(4) | 144(4) |
| Контактная работа обучающихся с преподавателем (контактные часы), всего | 65,3 | 65,3 |
| Аудиторная работа, всего: | 64 | 64 |
| <i>Лекции (Л)</i> | 32 | 32 |
| <i>Практические занятия (ПЗ)</i> | 32 | 32 |
| <i>Лабораторные работы (ЛР)</i> | 0 | 0 |
| Индивидуальные консультации (ИК) | 0 | 0 |
| Контактная работа по промежуточной аттестации (КА) | 0 | 0 |
| Консультации перед экзаменом (Конс) | 1 | 1 |
| Контактная работа по промежуточной аттестации (КАЭ) | 0,3 | 0,3 |
| Самостоятельная работа в семестре, всего: | 44 | 44 |
| Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР) | 0 | 0 |
| Реферат (Р) | 24 | 24 |
| Самостоятельное изучение разделов | 20 | 20 |
| Контрольная работа (КР) | 0 | 0 |
| Самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам, рубежному контролю и т.д.) | 0 | 0 |
| Самостоятельная работа в период экз.сессии (Контроль) | 34,7 | 34,7 |
| Вид итогового контроля по дисциплине | экзамен | экзамен |

Таблица 3 — Объем учебной дисциплины и виды учебной работы ЗФО

| Вид работы | Трудоемкость, часов (зач.ед.) | |
|--|--------------------------------|---------------|
| | Курс 3 сессия 1 сессия 2 | Всего |
| Общая трудоемкость (часы, зачетные единицы) | 144(4) | 144(4) |
| Контактная работа обучающихся с преподавателем (контактные часы), всего | 18,3 | 18,3 |
| Аудиторная работа, всего: | 18,3 | 18,3 |
| <i>Лекции (Л)</i> | 8 | 8 |
| <i>Практические занятия (ПЗ)</i> | 10 | 10 |
| <i>Лабораторные работы (ЛР)</i> | 0 | 0 |
| Индивидуальные консультации (ИК) | 0 | 0 |
| Контактная работа по промежуточной аттестации (КА) | 0 | 0 |
| Консультации перед экзаменом (Конс) | 0 | 0 |
| Контактная работа по промежуточной аттестации (КАЭ) | 0,3 | 0,3 |

| | | |
|--|------------|------------|
| Самостоятельная работа в семестре, всего: | 117 | 117 |
| Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР) | 0 | 0 |
| Реферат (Р) | 7 | 7 |
| Самостоятельное изучение разделов | 50 | 50 |
| Контрольная работа (КР) | 0 | 0 |
| Самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам, рубежному контролю и т.д.) | 60 | 60 |
| Самостоятельная работа в период экз.сессии (Контроль) | 8,7 | 8,7 |
| Вид итогового контроля по дисциплине | экзамен | экзамен |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины для очной формы обучения приведено в таблице 4.

Таблица 4 - Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре ОФО

| № Раздела | Наименование разделов | Контактная работа/ контактные часы | | | | | Самостоятельная работа | Контроль | |
|-----------|--|------------------------------------|-------------------|----|----|-----------|------------------------|----------|--------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Конс, КАЭ | | | ИК, КА |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | | | | |
| 1 | 2 | | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1 | Входной контроль знаний. Тема 1. Введение. Понятие рекламного текста. | 8 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 |
| 2 | Тема 2. Реклама и риторика. | 8 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 |
| 3. | Тема 3. Реклама как дискурс | 8 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 0 |
| 4. | Тема 4. Мифотехнологии в рекламе. | 8 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 0 |
| 5. | Тема 5. Различные типы рекламы. | 8 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 0 |
| 6. | Тема 6. Стилистика рекламы. Художественная ценность рекламного текста | 8 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 0 |
| 7. | Тема 7. Основные принципы составления рекламных текстов. | 8 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 0 |
| 8 | Тема 8. Основные приемы создания рекламного текста | 8 | 4 | 4 | 0 | 0 | 0 | 6 | 0 |
| | <i>Итого: 144</i> | 64 | 32 | 32 | 0 | 1,3 | 0 | 44 | 34,7 |
| | <i>Всего:144</i> | 64 | 32 | 32 | 0 | 1,3 | 0 | 44 | 34,7 |

Таблица 5 - Разделы дисциплины, изучаемые на 3 курсе ЗФО

| № Разд ела | Наименование разделов | Контактная работа/ контактные часы | | | | | Самос тоятел ьная рабо та | Кон трол ь | |
|------------------|---|------------------------------------|----------------------|----|----|--------------|---------------------------------------|------------------|-----------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Конс, КАЭ | | | ИК, КА |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | | | | |
| 1 | 2 | | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1 | Входной контроль знаний. Тема 1. Введение. Понятие рекламного текста. | 3 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 14 | 0 |
| 2 | Тема 2. Реклама и риторика. | 3 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 16 | 0 |
| 3. | Тема 3. Реклама как дискурс | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 14 | 0 |
| 4. | Тема 4. Мифотехнологии в рекламе. | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 16 | 0 |
| 5. | Тема 5. Различные типы рекламы. | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 14 | 0 |
| 6. | Тема 6. Стилистика рекламы. Художественная ценность рекламного текста | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 16 | 0 |
| 7. | Тема 7. Основные принципы составления рекламных текстов. | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 14 | 0 |
| 8 | Тема 8. Основные приемы создания рекламного текста | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 13 | 0 |
| | <i>Итого: 144</i> | 18 | 8 | 10 | 0 | 0,3 | 0 | 117 | 8,7 |
| | <i>Всего:144</i> | 18 | 8 | 10 | 0 | 0,3 | 0 | 117 | 8,7 |

2.1 Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности

4.3 Занятия лекционного типа

В соответствии с п. 31 приказа Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам

магистратуры» занятия лекционного типа проводятся в форме лекций и иных учебных занятий, предусматривающих преимущественную передачу учебной информации научно-педагогическими работниками академии.

По дисциплине «Текст в связях с общественностью» занятия лекционного типа проводятся в форме лекций.

4.4 Занятия семинарского типа

В соответствии с п. 31 приказа Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» занятия семинарского типа проводятся в форме: семинаров, практических занятий, практикумов, лабораторные работы, коллоквиумов.

По дисциплине «Текст в связях с общественностью» занятия семинарского типа проводятся в форме практических занятий

Практическое занятие — это одна из форм учебной работы, которая ориентирована на закрепление изученного теоретического материала, его более глубокое усвоение и формирование умения применять теоретические знания в практических, прикладных целях. Особое внимание на практических занятиях уделяется выработке учебных или профессиональных навыков. Такие навыки формируются в процессе выполнения конкретных заданий — упражнений, задач и т. п. — под руководством и контролем преподавателя.

Практические занятия

Тема 1 Введение. Понятие делового общения.

Понятие «рекламный текст».

Место рекламы в культуре 21 века.

Междисциплинарные связи «Рекламного текста»

Тема 2 Реклама и риторика.

Логика и аргументация в рекламном тексте.

Рекламный текст как коммуникативная единица.

Семиотика рекламного текста.

Тема 3 Реклама как дискурс.

Типы рекламных текстов с точки зрения цели: информационные, напоминающие, убеждающие и т.д.

Функции воздействия рекламных текстов: функция воздействия языка и функция воздействия массовой коммуникации.

Тема 4 Мифотехнологии в рекламе.

Архетипы в рекламе.

Рекламный текст как разновидность современного мифа.

Тема 5 Различные типы рекламы.

Характеристика различных видов рекламы.
Специфика языка аудиальной, визуальной и печатной рекламы.
Тема 6 Стилистика рекламы. Художественная ценность рекламного текста.
Основные принципы составления рекламных текстов.
Основные приемы создания рекламного текста.
Художественные особенности языка рекламы.
Тема 7 Основные принципы составления рекламных текстов.
Особенности языка рекламных заголовков.
Особенности языка основного рекламного текста.
Тема 8 Основные приемы создания рекламного текста. Слоган как рекламная константа.
Основные этапы создания рекламного текста.

4.5 Курсовой проект (курсовая работа)

Курсовая работа не предусмотрена.

4.6 Самостоятельное изучение разделов дисциплины

Самостоятельная работа — одна из важнейших форм овладения знаниями. Самостоятельная работа требует известных навыков, умения. Наибольшую пользу она приносит тогда, когда студент занимается систематически, проявляет трудолюбие и упорство. На основе самостоятельно приобретенных знаний формируются твердые убеждения студента и умение отстаивать их. А это — самое главное в овладении любой наукой.

Самостоятельная работа включает многие виды активной умственной деятельности студента: слушание лекций и осмысленное их конспектирование, глубокое изучение источников и литературы, консультации у преподавателя, написание реферата, подготовка к семинарским занятиям, экзаменам, самоконтроль приобретаемых знаний и т.д. Форма текущего контроля знаний — работа студента на семинарском занятии. Форма промежуточных аттестаций — письменная (домашняя) работа по проблемам изучаемой дисциплины. Итоговая форма контроля знаний по дисциплине — экзамен.

Самостоятельная работа представляет собой способ организации контроля знаний, предполагающий выполнение заданий в присутствии преподавателя с минимальными ограничениями на время выполнения и использование вспомогательных материалов.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики, уровня сложности, уровня умений студентов.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы могут быть: чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы); составление плана текста; графическое изображение структуры текста; конспектирование текста; выписки из текста; работа со словарями и справочниками; ознакомление с нормативными документами; учебно-исследовательская работа; использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета;

- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции (обработка текста); повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио- и видеозаписей); составление плана и тезисов ответа; составление таблиц для систематизации учебного материала; изучение карт и других материалов; ответы на контрольные вопросы; аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, контент-анализ и др.).

Самостоятельная работа студентов в компьютерном классе включает следующие организационные формы учебной деятельности: работа с электронным учебником, просмотр видеолекций, работа с компьютерными тренажерами, компьютерное тестирование, изучение дополнительных тем занятий, выполнение домашних заданий, выполнение курсовых работ по дисциплине.

Примерные формы выполнения самостоятельной работы: подготовка сообщений к выступлению на семинаре, конференции; подготовка рефератов, докладов; составление библиографии, тематических кроссвордов; тестирование и др.

Задания для самостоятельной работы

1. Специфика российской рекламы.
2. Рекламный текст как форма массовой коммуникации.
3. Структура рекламного обращения.
4. Грамматика и орфография основного рекламного текста.
5. Подходы, используемые при создании рекламных текстов.
6. Эхо-фраза печатной рекламы.
7. Фактический подход и подход с выдумкой при создании рекламных текстов.
8. Эмоциональный подход при создании рекламных текстов. Повествовательный, диалогический, метафорический стили.
9. Сравнительный подход при создании рекламных текстов.
10. Концепции рекламного творчества.
11. Визуальные образы в рекламе.
12. Творчество в составлении текстов рекламных обращений.

5. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) реализация компетентного подхода должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных, деловых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги и т.д.) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся.

Основная форма проведения практических аудиторных занятий направлена на решение комплексной учебно-познавательной задачи, требующей от студента применения знаний, практических навыков и активизации творческой активности.

Важная часть в организации образовательного процесса по данной дисциплине предполагает индивидуальную творческую деятельность студентов, направленную на выработку концепции, выполнение творческих заданий и презентацию замыслов и результатов работы, их осмысление и рефлексии.

Традиционные образовательные технологии: *информационная лекция* – последовательное изложение материала в дисциплинарной логике, осуществляемое преимущественно вербальными средствами (монолог преподавателя); *семинар* – эвристическая беседа преподавателя и студентов, обсуждение заранее подготовленных сообщений, проектов по каждому вопросу плана занятия с единым для всех перечнем рекомендуемой обязательной и дополнительной литературы; *практическое занятие* – занятие, посвященное освоению конкретных умений и навыков по предложенному алгоритму.

Технологии проблемного обучения - проблемная лекция, практическое занятие в форме практикума и технологии проблемного обучения.

Используются игровые технологии - деловая игра, ролевая игра

Технологии проектного обучения - *Исследовательский проект* – структура приближена к формату научного исследования (доказательство актуальности темы, определение научной проблемы, предмета и объекта исследования, целей и задач, методов,

источников, выдвижение гипотезы, обобщение результатов, выводы, обозначение новых проблем).

Информационный проект – учебно-познавательная деятельность с ярко выраженной эвристической направленностью (поиск, отбор и систематизация информации о каком-то объекте, ознакомление участников проекта с этой информацией, ее анализ и обобщение для презентации более широкой аудитории).

5.1. Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях

Организация образовательного процесса дисциплины *«Текст в связях с общественностью»*, предполагает активное и нелинейное взаимодействие педагога и студентов в решении учебных задач, достижение на этой основе лично значимого для них образовательного результата. На занятиях-лекциях используются следующие формы интерактивных технологий: лекция-беседа, лекция-дискуссия, коллективное обсуждение и т.д.

В учебный процесс дисциплины включаются также формы информационно-коммуникационных образовательных технологий – организация образовательного процесса, основанная на применении специализированных программных продуктов и технических средств работы с информацией.

Примеры форм учебных занятий с использованием информационно-коммуникационных технологий: лекция-беседа, лекция-дискуссия. Практические занятия в форме коллоквиума, тематической дискуссии, слайд-презентации и др.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, как указывает ФГОС ВО, должен составлять не менее 20 процентов аудиторных занятий.

Таблица 6 - Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях для студентов очной формы обучения

| Семестр | Вид занятия (Л, ПР) | Используемые интерактивные образовательные технологии | Количество Часов ОФО/ЗФО 12/4 |
|---------|---------------------|---|-------------------------------|
| 5 | ПР | • обсуждение в группах | 2 |
| 5 | Л | • тематическая дискуссия | 2 |
| 5 | ПР | • «мозговой штурм» | 2/2 |
| 5 | ПР | • коллоквиум | 2 |
| 5 | ПР | • творческое задание | 4/2 |
| Итого: | | | 12/4 |

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных

достижений обучающихся, осваивающих дисциплину **«Текст в связях с общественностью»**.

Для организации контроля знаний обучающихся используется комплект оценочных средств, включающий в себя: практические аудиторные задания по темам дисциплины.

практические самостоятельные задания по темам дисциплины, подготовка рефератов; составление тестов, разработка учебных заданий и контрольно-измерительных материалов; презентация результатов исследовательской и проектной деятельности; контрольный опрос (устный или письменный); тестирование; индивидуальное собеседование.

Формами диагностического контроля лекционной части данной дисциплины могут являться устные опросы и собеседования, просмотры выполненных работ и т.д.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Оценочные средства по дисциплине размещены в электронной образовательной среде академии. Комплект оценочных средств по дисциплине согласно утвержденной форме прилагается.

Вопросы для входного контроля:

1. Предмет, содержание и задачи рекламы в современных условиях.
2. Классификация рекламы, ее основные цели.
3. Концепция маркетинга в современной экономике. Система интегрированных маркетинговых коммуникаций.
4. Реклама всистеме интегрированных маркетинговых коммуникаций. Влияние рекламной деятельности на экономику.
5. Социально-психологическое воздействие рекламы на потребителей. Приемы и способы привлечения внимания к рекламе.
6. Коммерческая и некоммерческая реклама. Понятие социальной рекламы, ее цели, задачи.
7. Реклама некоммерческих организаций. Политическая реклама: виды и особенности.
8. Предпосылки возникновения рекламы. Протореклама в период Античности.
9. Особенности рекламы в Средние века (V- XVI вв.).
10. Западноевропейская и американская реклама в Новое время.
11. Особенности современного этапа развития рекламной деятельности. Мировой рынок рекламы: тенденции и перспективы развития.
12. Истоки российской рекламы. Эволюция рекламного дела в Российской Империи (XVIII-начало XX в.).
13. Реклама советского периода (1917-1991 гг.).
14. Развитие российской рекламы на современном этапе.
15. Критерии выбора каналов распространения рекламного сообщения.
16. Реклама в прессе: основные носители, эффективность, аудитория.
17. Планирование PR.
18. Составление PR-бюджета.
19. Подготовка PR-плана.
20. Организация PR-агентства (отдела).
21. Анализ “потребителей” организации.
22. Разработка досье, определение набора “товаров” организации, стадии жизненного цикла “товаров”.
23. Технологии паблик рилейшнз в системе маркетинговых коммуникаций: методы и приемы информирования, убеждения, формирования потребительских мотивов.

24. Фактографические и экспертные методы прогнозирования.
25. Структурно-функциональный подход к анализу ситуации в сфере публичных релейшнз.
26. Имидж и пути его формирования средствами публичных релейшнз
27. Соотношение имиджа и стереотипа.
28. Типовые и индивидуализированные технологии.
29. Презентация как типовая технологическая модель ПР.
30. Методы организации и проведения презентации.
31. Факторы эффективности презентации.
32. Приёмы популяризации, используемые в прессе.
33. Правила организации и проведение пресс-конференций и «круглых столов».
34. Основы создания PR-текста.
35. Составление пресс-релизов

Вопросы к зачету

1. Сущность рекламной деятельности: цели, задачи, объект, предмет.
2. Функции рекламы.
3. Цели рекламы.
4. Сферы рекламной деятельности, социальная реклама.
5. Субъекты рекламной деятельности.
6. Рекламный менеджмент: выбор оптимальных управленческих решений.
7. Роль рекламы и межпредметные связи
8. История создания рекламы и этапы развития рекламы
9. Этапы возникновения и развития рекламы в Западной Европе, США и в России
10. Рекламные исследования и сбор информации
11. Методы рекламных исследований.
12. Мотивации адресата
13. Определение целей и задач рекламной стратегии.
14. Основные составляющие рекламной стратегии
15. Реклама как основное средство маркетинговой коммуникации.
16. Сотрудники отделов рекламы по работе с клиентами, по закупке и планированию размещения рекламы, творческие структуры и по изготовлению носителей рекламы
17. Коммуникативная эффективность рекламного текста
18. Средства маркетинговых коммуникаций: прямой маркетинг (директ-маркетинг, директ мейл маркетинг, телемаркетинг), публичных релейшнз; стимулирование сбыта сейл-промоушн и другие.
19. Средства передачи рекламного обращения
20. Конструирование рекламных сюжетов. Приемы фантазирования и мозгового штурма.
21. Особенности построения рекламного сообщения
22. Потребительские предрассудки.
23. Основные типы рекламных текстов и объявлений. Требования к ним.
24. Специфика применения рекламы в прессе.
25. Создание рекламы как творческий процесс. Творческие стили.
26. Понятие брифа. Типы брифов.
27. Печатные рекламные материалы. Выделить их специфические особенности.
28. Особенности аудиовизуальной рекламы. Выделите ее основные виды.
29. Роль выставок и ярмарок в арсенале средств рекламного воздействия.
30. Специфика наружной рекламы.

31. Мерчандайзинг
32. Преимущества и недостатки основных средств в распространении рекламы.
33. Стратегия позиционирования и ее приемы.
34. Законы о рекламе.
35. Общие и специальные требования, определенные Федеральным законом о рекламе.
36. Психологическая и экономическая эффективность применения средств рекламы
37. Глобализация рекламы.
38. Локальные, этнические мотивы в рекламе.
39. Этика и мораль в рекламе.
40. Рекламный бюджет.
41. Товарный знак и фирменный стиль.
42. Брендинг.
43. Поиск идеи рекламного обращения.
44. Конкретизация целевых сегментов.
45. Спонсорство и благотворительность.
46. Технология работы рекламного агентства.
47. Организация фирмы-рекламодателя: функции и факторы, влияющие на организационную структуру.
48. Критерии при выборе «своего» рекламного агентства.
49. Анализ медиаканалов.
50. Уровни и виды контроля рекламной деятельности.

7. Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература.

1. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии- 2-е изд. / П. А. Кузнецов. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. — 131 с. с.
Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=513046>
2. Бернадская Ю.С. Текст в рекламе: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 (350700) "Реклама" / Бернадская Ю.С. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 288 с.
Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=883115>
3. Бернадская Ю.С. Звук в рекламе : Учебное пособие / Бернадская Ю.С. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 135 с.
Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=872656>
4. Шамина И.С. SEO-копирайтинг 2.0. Как писать тексты в эру семантического поиска / Шамина И.С. - Вологда:Инфра-Инженерия, 2018. - 260 с.
Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=989628>

Дополнительная литература.

1. Веселова Ю.В. Графический дизайн рекламы. Плакат / Веселова Ю.В., Семенов О.Г. - Новосиб.:НГТУ, 2012. - 104 с

Пономарева А.М. Креатив и копирайтинг в коммуникационном маркетинге: учебник [Электронный ресурс] / А.М. Пономарева. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2017. — 284 с
Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=910391>

2. Пономарева А.М. Пономарева А.М. Креатив и копирайтинг в коммуникационном маркетинге: учебник [Электронный ресурс] / А.М. Пономарева. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2017. — 284 с.
Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=910391>
3. Назайкин А.Н. Копирайтинг: 7+. Как создать тексты для литературы, кино, рекламы, СМИ, деловых коммуникаций, PR: учеб. Пособие.- М.: Университетская книга, 2017.- 314 с.
(Печатная версия 1 шт.)

7.4 Интернет – ресурсы

Библиотечные системы

1. <http://znanium.com/> - Электронная библиотечная система
2. <http://eios.imsit.ru/> электронные ресурсы ИМСИТ
3. <http://book.ru/> - Электронная библиотечная система
4. <http://ibooks.ru/> - Электронная библиотечная система

7.5 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Лабораторные занятия по данной дисциплине не предусмотрены

7.6. Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Прежде чем приступить к изучению литературы, необходимо усвоить основные вопросы плана семинара. Знание вопросов помогает при чтении быстро находить нужный материал к каждому из вопросов, не задерживаясь на рассмотрении второстепенных вопросов.

Начиная подготовку к семинарскому занятию, необходимо, прежде всего, прочитать соответствующие страницы в конспекте лекций, разделы учебников и учебных пособий, чтобы получить общее представление о месте и значении темы в изучаемом курсе. Затем следует поработать с дополнительной литературой, сделать записи по рекомендованным произведениям.

Ведение записей способствует превращению чтения в активный процесс, мобилизует, наряду со зрительной, и моторную память. У человека, систематически ведущего записи, создается свой индивидуальный фонд подсобных материалов для быстрого повторения прочитанного, для мобилизации накопленных знаний. Особенно важны и полезны записи тогда, когда в них находят отражение мысли, возникшие у читателя при самостоятельной работе над произведением.

Нередко среди начинающих такую самостоятельную работу можно встретить людей, полагающих, будто записи - дело простое, требующее в основном усилий рук, а не головы. Это сугубо ошибочное представление. Полноценные записи отражают не только содержание прочитанного, но и результат мыслительной деятельности читателя. Важно развивать у себя умение сопоставлять источники, продумывать изучаемый материал.

При выполнении записей студент должен придерживаться правила: **прочел- разобрался-понял- записал.**

На семинаре каждый его участник должен быть готовым к выступлению по всем поставленным в плане вопросам, проявлять максимальную активность при их рассмотрении. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Этого можно добиться лишь при хорошем владении материалом.

Выступление нельзя сводить к бесстрастному пересказу, тем более недопустимо простое чтение конспекта. Выступающий должен проявить собственное отношение к тому, о чем он говорит, высказать свое личное мнение, понимание, обосновать его и сделать правильные выводы из

сказанного. При этом он может обращаться к записям конспекта и лекций, непосредственно к произведениям, использовать знание художественной литературы и искусства, факты и наблюдения современной жизни и т. д.

Вокруг такого выступления могут разгореться споры, дискуссии, к участию в которых должен стремиться каждый. А для этого необходимо внимательно и критически слушать своего товарища, подмечать особенное в его суждениях, улавливать недостатки и возможные ошибки и, если нужно, выступить, не дожидаясь заключительного слова преподавателя. При этом обратить внимание на то, что еще не было сказано, или поддержать и развить интересную мысль, высказанную предыдущим товарищем.

В заключение преподаватель, как руководитель семинара, подведет итоги выступлений. Выполняемые на них задания можно подразделить на несколько групп. Одни из них служат иллюстрацией теоретического материала и носят воспроизводящий характер. Они выявляют качество понимания студентами теории. Другие представляют собой образцы задач и примеров, разобранных в аудитории. Для самостоятельного выполнения требуется, чтобы студент овладел показанными методами решения.

Они составляют значительную часть всего объема аудиторных занятий и имеют важнейшее значение для усвоения программного материала. Выполняемые на них задания можно подразделить на несколько групп. Одни из них служат иллюстрацией теоретического материала и носят воспроизводящий характер. Они выявляют качество понимания студентами теории. Другие представляют собой образцы задач и примеров, разобранных в аудитории. Для самостоятельного выполнения требуется, чтобы студент овладел показанными методами решения.

Следующий вид заданий может содержать элементы творчества. Одни из них требуют от студента преобразований, реконструкций, обобщений. Для их выполнения необходимо привлекать ранее приобретенный опыт, устанавливать внутриспредметные и межпредметные связи. Решение других требует дополнительных знаний, которые студент должен приобрести самостоятельно. Третьи предполагают наличие у студента некоторых исследовательских умений. Каждый студент должен так спланировать свою домашнюю работу, чтобы уложиться в указанный срок. При этом никогда не следует затягивать выполнение этих заданий до последней недели, нужно находить время для постепенного их выполнения в течение всего отведенного на эту работу срока.

7.7 Методические указания к курсовому проектированию и другим видам самостоятельной работы

Курсовое проектирование по данной дисциплине не предусмотрено.

Работа с литературой

Работа с литературой является одним из важнейших элементов подготовки выступления и доклада-исследования. При их подготовке студент не должен ограничиваться изучением рекомендованных учебных пособий и учебников, поскольку они дают в основном первичную информацию по изучаемой проблеме. Последующее изучение научной литературы и статей в периодической печати позволит углубить знания по соответствующей теме.

При изучении литературы студент столкнется с плюрализмом оценок событий и явлений (различными подходами в их оценке), может осознать дискуссионность и даже противоречивость выводов и оценок. При этом он будет приобретать навыки определения степени их объективности, обоснованности и доказательности. В конечном итоге на основе изученной литературы студент должен выработать свое отношение к системе ценностей.

Помимо рекомендованной литературы на бумажных носителях студенты могут широко использовать Интернет-ресурсы. Однако их использование не должно быть доминирующим и заменять литературные источники на бумажных носителях.

При изучении литературы рекомендуется делать необходимые записи, указывая название источника (в том числе автора), место и год его издания, номер страницы, количество страниц источника. Такие записи могут быть использованы при подготовке письменных работ.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ И НАПИСАНИЮ РЕФЕРАТОВ

Сегодня одной из наиболее актуальных и инновационных форм индивидуальной работы студента является реферат

I. «Реферат — научное исследование» (РНИ)

«Реферат — научное исследование» — наиболее распространенный тип студенческой реферативной работы. Форма и содержание данного типа реферата полностью соответствует классическому, традиционному пониманию того, что такое «реферат», то есть творческое содержание изложение той или иной темы научного исследования. Темы предлагаются программой курса и творчески модифицируются в совместной работе преподавателя и студента в зависимости от знаний, интересов, способностей и возможностей студента, его склонности к научному поиску.

Определив тему реферата, например «Культура эпохи Возрождения», автор исследования должен ограничить его предмет. Другими словами не описывать весь Ренессанс, а оговорить, что он рассматривает эпоху итальянского Кватроченто (XV в.) в лице, например, одного из нескольких художников, поэтов или мыслителей Флорентийского Возрождения. Творчески работающий студент может углубить или развить некоторые идеи разделяемой им точки зрения, существующей в науке, но может дать свою собственную оригинальную трактовку, идя от противоположного, т.е. отрицая существующие позиции и предлагая свою интерпретацию проблемы.

Творческий характер подобного типа реферата не столько в самостоятельном гуманитарном научном поиске студента (что очень трудно для первокурсника), сколько в его творческом интересе, самостоятельном выборе темы, том ракурсе изложения иногда общеизвестных положений, который может найти только самостоятельно мыслящий человек.

II. «Реферат-дискурс» (РД)

«Реферат — научное исследование» по своей форме предполагает многочисленные модификации и новые типы рефератов по культурологии.

«Реферат-дискурс» является особой формой РНИ, предполагающей все основные требования, которые предъявляются к студенческой работе и описаны выше. Особенностью (РД) — «реферата-дискурса» является форма изложения материала, представляющая собой подбор цитат различных мыслителей и ученых по данной теме. Понятие «дискурс», введенное в середине нашего века французскими структуралистами, обозначает «речь, беседу». Студент как бы беседует с великими

мыслителями по данной проблеме, составляя свою хрестоматию по исследуемой проблеме.

В процессе работы он знакомится с трудами ученых русского академизма, мифологов и фольклористов, собирает материал об отражении основных принципов экономической жизни Древней Руси XIV—XVI веков в традициях и обычаях, пословицах и поговорках его предков. Для студента-первокурсника написание реферата-дискурса легче и полезнее, т.к. он еще не готов к серьезному научному поиску. Для него подобный «реферат-хрестоматия» — первый шаг в науке о культуре, за которым последуют более серьезные шаги через систему авторских комментариев, даваемых многими студентами в своих «рефератах–дискурсах».

Работы типа РД предполагают прочтение большого числа источников, что требует от студента хорошего знания литературы по целому ряду наук.

Темы рефератов:

1. Язык печатной рекламы.
2. Особенности рекламной коммуникации в газетной рекламе.
3. Особенности рекламной коммуникации в журнальной рекламе.
4. Основные разновидности газетной и журнальной рекламы.
5. Принципы создания газетной рекламы.
6. Принципы создания журнальной рекламы.
7. Основные разновидности наружной и транзитной рекламы.
8. Принципы создания наружной рекламы.
9. Принципы создания транзитной рекламы.
10. Язык телевизионной рекламы.
11. Специфика телевизионной рекламы и ее основные разновидности.
12. Основные принципы создания телевизионной рекламы.
13. Язык радиорекламы.
14. Специфика коммуникации в радиорекламе и ее основные разновидности.
15. Основные принципы создания радиорекламы. POS- материалы, их основные разновидности. Особенности коммуникации на местах продаж и принципы создания POS-материалов.

7.8 Программное обеспечение современных информационно-коммуникационных технологий

Учебная дисциплина обеспечена учебно-методической документацией и программными продуктами. Содержание представлено в локальной сети вуза. Предполагается использование доступных интернет-ресурсов через поисковые системы: Яндекс, Google.

Для освоения современных компьютерных средств дизайнерской деятельности используются пакеты программных продуктов 2-х мерной графики (векторной и растровой): Corel Draw, Photoshop.

Таблица - Возможность доступа обучающихся к электронным ресурсам учебно-методических документов

| № | Наименование электронного ресурса | Принадлежность | Ссылка на ресурс | Наименование организации-владельца, реквизиты договора на использование | Доступность |
|---|--|----------------|---|---|--|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1 | Web-ресурс «Электронная образовательная среда» | собственный | http://185.18.111.102/moodle/index.php | НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар) | С любых компьютеров имеющих доступ к сети интернет по паролю |
| 2 | Коллекция CD и | собств | Компакт-диски | НАН ЧОУ ВО «Академия | Полная коллекция - в |

| | | | | | |
|---|--|-------------|---|--|--|
| | DVD в фонде научной библиотеки Академии ИМСИТ | енный | (CD- ROM и DVD-ROM | маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар) | электронном читальном зале научной библиотеки |
| 3 | «Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM» | сторонний | http://znanium.com | ООО «Научно-издательский центр «ИНФРА-М». Договор № 2500 эбс от -25.09.2017 г. Срок действия - до 25.09.2018 г. | С любых компьютеров имеющих доступ к сети интернет по паролю |
| 4 | ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru» | сторонний | http://ibooks.ru/ | ООО «Айбукс». Договор № 19-01/18-К от 25.01.2018 г. Срок действия - до 25.01.2019 г. | С любых компьютеров имеющих доступ к сети интернет по паролю |
| 5 | Электронные Периодические издания | сторонний | http://elibrary.ru | ООО «Научная электронная библиотека» (г. Москва). Лицензионное соглашение № 7241 от 24.02.12 г. | С любых компьютеров имеющих доступ к сети интернет |
| 6 | Справочно-правовая база «Консультант Плюс» | сторонний | Локальная сеть Академии ИМСИТ | Консультант-Плюс в г. Краснодаре Договор о сотрудничестве № ИП-2 от 24.05.2007 г. действует по настоящее время | С компьютеров Академии |
| 7 | Web-ресурс «Официальный сайт Академии ИМСИТ» | собственный | http://imsit.ru | НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар) | С любых компьютеров имеющих доступ к сети интернет |
| 8 | Учебно-методические компьютерные комплексы «Диполь» (12 МОДУЛЕЙ) | собственный | Локальная сеть академии PSS:\DIPOL\ | Корпорация «Диполь» ЗАО, Договор №24/М от 31 марта 2015 года от поставке учебно-методических компьютерных комплексов | С компьютеров локальной сети академии |

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), реализация компетентностного подхода предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерные симуляции, деловые и ролевые игры, разбор конкретных ситуаций (кейсов), психолого-педагогические тренинги, управленческо-юридические тренинги, групповые проекты, групповые дискуссии, коллоквиумы, мастер-классы экспертов и специалистов, самостоятельные исследовательские проекты) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивной форме, составляет не менее 30% аудиторных занятий (определяется ФГОС с учетом специфики ООП).

Работы оцениваются в баллах, сумма которых дает рейтинг каждого обучающегося. В баллах оцениваются не только знания и навыки обучающихся, но и творческие их возможности: активность, неординарность решений поставленных проблем, умение сформулировать и решить научную проблему. Каждый модуль учебной дисциплины включает обязательные виды работ – СЗ, ПЗ, ЛР, различные виды СРС.

Форма текущего контроля знаний – работа студента на семинарском занятии. Форма промежуточных аттестаций – письменная (домашняя) работа по проблемам изучаемой дисциплины. Итоговая форма контроля знаний по дисциплине – экзамен.

8. Условия реализации программы для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, обучающиеся по программе подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) обеспечиваются печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Специфика получаемой направленности (профиля) образовательной программы предполагает возможность обучения следующих категорий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

- с ограничением двигательных функций;
- с нарушениями слуха;
- с нарушениями зрения.

Организация образовательного процесса обеспечивает возможность беспрепятственного доступа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов в учебные аудитории и другие помещения, для этого имеются пандусы, поручни, лифты и расширенные дверные проемы.

В учебных аудиториях и лабораториях имеется возможность оборудовать места для студентов-инвалидов с различными видами нарушения здоровья, в том числе опорно-двигательного аппарата и слуха. Освещенность учебных мест устанавливается в соответствии с положениями СНиП 23-05-95 «Естественное и искусственное освещение». Все предметы, необходимые для учебного процесса, располагаются в зоне максимальной досягаемости вытянутых рук.

Помещения предусматривают учебные места для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов, имеющих сердечно-сосудистые заболевания, они оборудованы солнцезащитными устройствами (жалюзи), в них имеется система климат-контроля.

9. Материально – техническое обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины предполагает использование академической аудитории для проведения лекционных и семинарских занятий с необходимыми техническими средствами (компьютер или ноутбук, оборудование мультимедиа (проектор), доска). Мультимедиа-проектор необходим для демонстрации электронных презентаций по разделам дисциплины.

Перечень электронных ресурсов необходимых для изучения дисциплины представлен в таблице 11.

Таблица 11 - Перечень электронно-библиотечных систем

| № | Наименование ресурса | Наименование документа с указанием реквизитов | Срок действия документа |
|---|--|---|------------------------------------|
| 1 | ЭБС Znanium | ООО «ЗНАНИУМ». Договор № 2500 эбс от 25.09.2017 г. | с 25.09.2017 г. по 24.09.2018 г. |
| 2 | Научная электронная библиотека eLibrary (ринц) | ООО «Научная электронная библиотека» (г. Москва). Лицензионное соглашение № 7241 от 24.02.12 г. | бессрочно |
| 3 | ЭБС IBooks | ООО «Айбукс». Договор № 19-01/18-К от 25.01.2018 г. | с 25.01.2018 по 25.01.2019 г. |
| 4 | ЭБС Book.ru | ООО «КноРус медиа». Договор №18491866 от 26 апреля 2018 г. | Срок действия до 26 апреля 2019 г. |

Перечень программных средств информационно-коммуникационных технологий, задействованных в образовательном процессе по дисциплине представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Перечень программных средств информационно-коммуникационных технологий, задействованных в образовательном процессе по дисциплине

Перечень лицензионного программного обеспечения, реквизиты

| подтверждающего документа | |
|---------------------------|--|
| 1. | ОС – Windows 10 Pro RUS. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год. |
| 2. | Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный (320шт). Договор № ПР-00018475 от 16.11.2017 (ООО Прима АйТи) сроком на 1 год. |
| 3. | Программное обеспечение по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Google Chrome, LibreOffice, Mozilla Firefox |

Перечень средств материально-технического обеспечения для обучения по дисциплине представлен в таблице 13.

Таблица 13 - Перечень средств материально-техническое обеспечение для обучения по дисциплине

| Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа |
|---|--|---|
| Специальные помещения | | |
| Аудитории для проведения занятий лекционного типа (Л) | | |
| Лекционные аудитории, с возможностью использования мультимедийного проектора ауд. 404, 301-303, 202, 206, 212, 210, 225, 227, 230, 232, 236, 237, 238, 113-115, 119-123. | мультимедийный проектор (переносной или стационарный), ноутбук (переносной) доска парты, или столы со стульями | Программное обеспечение (ноутбук) по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Google Chrome, LibreOffice. |
| Аудитории для проведения занятий семинарского типа (СТ), курсовых работ (курсовых проектов) (КР), групповых (ГКонс) и индивидуальных консультаций (ИКонс), текущего контроля (ТК) и промежуточной аттестации (ПА) | | |
| Аудитории для проведения занятия семинарского типа 301-303, 202, 206, 212, 210, 225, 227, 230, 232, 236, 237, 238, 401,402, 403, 410,412 | мультимедийный проектор (переносной или стационарный), ноутбук (переносной) доска парты, или столы со стульями | Программное обеспечение (ноутбук) по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Google Chrome, LibreOffice. |
| Помещения для самостоятельной работы | | |
| Компьютерный класс ауд. 114 | 20 посадочных мест, рабочее место преподавателя, 20 компьютеров с выходом в интернет | 1. ОС – Windows 10 Pro RUS. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок |

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>действия – 1 год.</p> <p>2. 1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. Сублицензионный договор № 32/180913/005 от 18.09.2013. (Первый БИТ)</p> <p>3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный (320шт). Договор № ПР-00018475 от 16.11.2017 (ООО Прима АйТи) сроком на 1 год.</p> <p>4. Microsoft Access 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>5. Microsoft Project профессиональный 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>6. Microsoft SQL Server 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>7. Microsoft SQL Server Management Studio 2017. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>8. Microsoft Visio профессиональный 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>9. Microsoft Visual Studio Enterprise 2015. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>10. CorelDRAW Graphics Suite X5 (15+1шт) Corel License Sertificate № 4090614 от 15.03.2012.</p> <p>11. Microsoft Office стандартный 2010 (20шт). Microsoft Open License №48587685 от 27.05.2011.</p> <p>12. Программное обеспечение по</p> |
|--|--|--|

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>лицензии GNU GPL: 7-Zip, Blender, GIMP, Google Chrome, Inkscape, LibreCAD, LibreOffice, Maxima, Mozilla Firefox, Notepad++, Oracle VM VirtualBox, StarUML V1, Arduino Software (IDE) , Oracle Database 11g Express Edition.</p> <p>13. Autodesk 3ds Max 2016. Письмо от 19.08.2016 подтверждающее право использования по программе Autodesk Education Community (Autodesk Education Team).</p> <p>14. Autodesk AutoCAD 2016 — Русский (Russian). Письмо от 19.06.2016 подтверждающее право использования по программе Autodesk Education Community (Autodesk Education Team).</p> <p>15. Embarcadero RAD Studio XE8 (10шт.). Сублицензионный договор №Tr000019973 от 23.04.2015 (ЗАО СофтЛайн Трейд).</p> <p>16. Adobe Reader DC. Adobe Acrobat Reader DC and Runtime Software distribution license agreement for use on personal computers от 31.01.2017</p> <p>17. Adobe Flash Player. Adobe Acrobat Reader DC and Runtime Software distribution license agreement for use on personal computers от 31.01.2017</p> |
| <p>Компьютерный класс ауд. 114а</p> | <p>16 посадочных мест, рабочее место преподавателя, 16 компьютеров с выходом в интернет, проектор, проекционный экран, сетевая академия CISCO.</p> | <p>1. ОС – Windows 10 Pro RUS. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>2. 1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. Сублицензионный договор № 32/180913/005 от 18.09.2013. (Первый БИТ)</p> <p>3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный (320шт). Договор № ПР-00018475 от 16.11.2017 (ООО Прима АйТи) сроком на 1 год.</p> <p>4. Microsoft Access 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>5. Microsoft Project профессиональный 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи</p> |

| | | |
|---------------|--|---|
| | | <p>прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>6. Microsoft Visio профессиональный 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>7. Microsoft Visual Studio Enterprise 2015. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>8. Программное обеспечение по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Blender, GIMP, Google Chrome, Inkscape, LibreCAD, LibreOffice, Maxima, Mozilla Firefox, Notepad++, Oracle VM VirtualBox, StarUML V1, Arduino Software (IDE) , Oracle Database 11g Express Edition.</p> <p>9. Embarcadero RAD Studio XE8 (10шт.). Сублицензионный договор №Tr000019973 от 23.04.2015 (ЗАО СофтЛайн Трейд).</p> <p>10. Adobe Reader DC. Adobe Acrobat Reader DC and Runtime Software distribution license agreement for use on personal computers от 31.01.2017</p> <p>11. Adobe Flash Player. Adobe Acrobat Reader DC and Runtime Software distribution license agreement for use on personal computers от 31.01.2017</p> |
| Читальный зал | 16 посадочных мест, рабочее место преподавателя, 17 компьютеров с выходом в интернет | <p>1. ОС – Windows XP Professional RUS. (Коробочная версия Vista Business Starter (17шт.) и Vista Business Russian Upgrade Academic Open (17шт) - Лицензионный сертификат № 42762122 от 21.09.2007.</p> <p>2. 1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. Сублицензионный договор № 32/180913/005 от 18.09.2013. (Первый БИТ)</p> <p>3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный (320шт). Договор № ПР-00018475 от 16.11.2017 (ООО Прима АйТи) сроком на 1 год.</p> <p>4. Microsoft Access 2010. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи</p> |

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>5. Microsoft Office 2007 Russian. Лицензионный сертификат № 42373687 от 27.06.2007</p> <p>6. Microsoft Project профессиональный 2010. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>7. Microsoft Visio профессиональный 2010. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>8. Microsoft Visual Studio 2010. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>9. Программное обеспечение по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Blender, GIMP, Google Chrome, Inkscape, LibreCAD, LibreOffice, Maxima, Mozilla Firefox, Notepad++, StarUML V1.</p> |
|--|--|---|