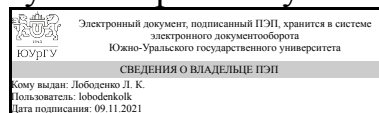


# ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:  
Директор института  
Институт медиа и социально-  
гуманитарных наук



Л. К. Лободенко

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

**дисциплины 1.Ф.09 Практикум по видам профессиональной деятельности для направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

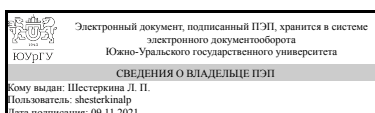
**уровень Бакалавриат**

**форма обучения очная**

**кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью**

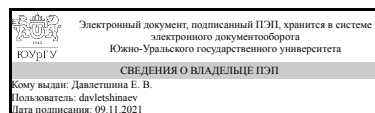
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512

Зав.кафедрой разработчика,  
д.филол.н., доц.



Л. П. Шестеркина

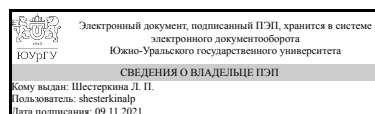
Разработчик программы,  
доцент (-)



Е. В. Давлетшина

СОГЛАСОВАНО

Руководитель направления  
д.филол.н., доц.



Л. П. Шестеркина

## 1. Цели и задачи дисциплины

Цель - сформировать у студентов представление о профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью. Задачи: - познакомиться с различными видами деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; - научить применять технологии рекламы и связей с общественностью. - приобрести навыки организации профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

## Краткое содержание дисциплины

Рекламная кампания: организация и управление. Механизмы осуществления рекламной коммуникации в жизни социума. Раздел Связи с общественностью и деятельность СМК. Влияние рекламы на общественные сферы. Способы регуляции. Организация специальных событий. Жанры в рекламе. Психологические аспекты в рекламе и PR.

## 2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

| Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)                                                                                                           | Планируемые результаты обучения по дисциплине                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-1 ПКО-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий                                                                | Знает: Правила планирования, подготовки и проведении коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.<br>Умеет: Применять правила планирования, подготовки и проведении коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.<br>Имеет практический опыт: Планирования, подготовки и проведении коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.                                                                                                                                                                                                                              |
| ПК-4 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и оффлайн коммуникаций | Знает: Правила подготовки к выпуску, производства и распространения (онлайн и оффлайн) рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы<br>Умеет: Применять правила подготовки к выпуску, производства и распространения (онлайн и оффлайн) рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы<br>Имеет практический опыт: В подготовке к выпуску, производстве и распространении (онлайн и оффлайн) рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы |

## 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

| Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана     | Перечень последующих дисциплин, видов работ |
|-------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| 1.Ф.07 Имиджелогия,<br>1.Ф.03 Основы интегрированных коммуникаций | Не предусмотрены                            |

|                                                                                                                |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| (рекламы и связей с общественностью),<br>1.Ф.06 Основы компьютерного дизайна,<br>1.Ф.08 Корпоративная культура |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

| Дисциплина                                                                      | Требования                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.Ф.06 Основы компьютерного дизайна                                             | Знает: Программы растровой и векторной графики (Photoshop, Adobe Illustrator и Corel Draw), программы верстки и графические программы свободного доступа для создания рекламных продуктов (Adobe In Design и Canva)<br>Умеет: "Работать в графических программах. Создавать графические рекламные продукты. Владеет инструментарием пакетов графических программ. " Имеет практический опыт: Имеет практический опыт создания визуальных графических рекламных продуктов – макетов листовок, плакатов, буклетов, открыток, обложек для книг и журналов.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 1.Ф.08 Корпоративная культура                                                   | Знает: Методы организации профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности., Основы командной деятельности в ходе подготовки рекламных и PR-проектов с учетом возможностей, интересов, способностей, навыков участников, способствуя их консолидации и самореализации. Умеет: Оптимально распределять полномочия в коллективе, обеспечивая адаптацию персонала к условиям работы корпорации и поставленным целям, Определять тип корпоративной культуры и использовать средства оптимизации её элементов в организации. Имеет практический опыт: Командной деятельности в ходе подготовки рекламных и PR-проектов с учетом возможностей, интересов, способностей, навыков участников, способствуя их консолидации и самореализации., Участия в подготовке коммуникационных проектов и проведении мероприятий с целью формирования и развития корпоративной идентичности. |
| 1.Ф.03 Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью) | Знает: Этапы планирования и организации интегрированных маркетинговых коммуникаций в сфере рекламы и связей с общественностью, Основные технологии маркетинговых коммуникаций, технические приемы интеграции коммуникационных средств коммуникаций, приемы и методы интегрированных онлайн и оффлайн маркетинговых коммуникаций Умеет: Формулировать концепцию интегрированных                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

|                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                    | <p>маркетинговых коммуникаций, планировать, разрабатывать коммуникационные программы и проводить оценку их эффективности, Разрабатывать комплекс маркетинговых коммуникаций и применять технические средства для распространения контента маркетинговых коммуникаций, на основе приемов и методов онлайн и оффлайн воздействия. Имеет практический опыт: Планирования и разработки коммуникационных проектов в области рекламы и связей с общественностью на основе интегрированного подхода, Применения онлайн и оффлайн технологий продвижения предмета маркетинговых коммуникаций, основываясь на технологиях и технических средствах распространения контента.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 1.Ф.07 Имиджелогия | <p>Знает: Теорию и практику имиджмейкинга, основные принципы построения профессионального образа и самопрезентации, этические и моральные принципы эффективных межличностных и массовых коммуникаций., Основные принципы построения имиджа компании (и др.объектов коммерческой и социально-общественной деятельности). Умеет: Формировать свой профессиональный образ с применением технологий имиджирования, выстраивать коммуникации на основе приемов аттракции, эмпатии, открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности, Формировать образ компании и продвигать по средствам массовых коммуникаций, проектов и мероприятий. Имеет практический опыт: Управления технологиями имиджмейкинга, самопрезентации и применяет их в профессиональных межличностных, корпоративных и массовых коммуникациях. , В области построения имиджа организации и др.объектов (территории, личность) и его продвижения на разномасштабном уровне.</p> |

#### 4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 112 ч., 106,75 ч.  
контактной работы

| Вид учебной работы            | Всего часов | Распределение по семестрам в часах |    |
|-------------------------------|-------------|------------------------------------|----|
|                               |             | Номер семестра                     |    |
|                               |             | 6                                  | 7  |
| Общая трудоёмкость дисциплины | 112         | 72                                 | 40 |
| Аудиторные занятия:           | 64          | 32                                 | 32 |
| Лекции (Л)                    | 0           | 0                                  | 0  |

|                                                                            |       |       |         |
|----------------------------------------------------------------------------|-------|-------|---------|
| Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ) | 64    | 32    | 32      |
| Лабораторные работы (ЛР)                                                   | 0     | 0     | 0       |
| Самостоятельная работа (СРС)                                               | 37,25 | 35,75 | 1,5     |
| с применением дистанционных образовательных технологий                     | 0     |       |         |
| Подготовка к практическим занятиям                                         | 1,5   | 0     | 1,5     |
| Выполнение творческих заданий                                              | 10    | 10    | 0       |
| Подготовка к экзамену                                                      | 10    | 10    | 0       |
| Подготовка докладов, рефератов, сообщений                                  | 10    | 10    | 0       |
| Изучение дополнительных тем и проблем                                      | 5,75  | 5,75  | 0       |
| Консультации и промежуточная аттестация                                    | 10,75 | 4,25  | 6,5     |
| Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)                                   | -     | зачет | экзамен |

## 5. Содержание дисциплины

| № раздела | Наименование разделов дисциплины                               | Объем аудиторных занятий по видам в часах |   |    |    |
|-----------|----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|---|----|----|
|           |                                                                | Всего                                     | Л | ПЗ | ЛР |
| 1         | Рекламные технологии                                           | 10                                        | 0 | 10 | 0  |
| 2         | Рекламная кампания: организация и управление                   | 4                                         | 0 | 4  | 0  |
| 3         | Механизмы осуществления рекламной коммуникации в жизни социума | 6                                         | 0 | 6  | 0  |
| 4         | Связи с общественностью и деятельность СМК                     | 6                                         | 0 | 6  | 0  |
| 5         | Влияние рекламы на общественные сферы. Способы регуляции.      | 8                                         | 0 | 8  | 0  |
| 6         | Организация специальных событий                                | 8                                         | 0 | 8  | 0  |
| 7         | Жанры в рекламе                                                | 10                                        | 0 | 10 | 0  |
| 8         | Психологические аспекты в рекламе и PR                         | 12                                        | 0 | 12 | 0  |

### 5.1. Лекции

Не предусмотрены

### 5.2. Практические занятия, семинары

| № занятия | № раздела | Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара                                        | Кол-во часов |
|-----------|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 1         | 1         | Рекламные средства и их применение.                                                                        | 2            |
| 2         | 1         | Тренинг «Качество рекламных технологий кампаний»                                                           | 4            |
| 3         | 1         | Тренинг «Качество рекламных технологий мультимедиа».                                                       | 4            |
| 5         | 2         | Практическое задание «Продвижение товара».                                                                 | 4            |
| 6         | 3         | Семинарское занятие «Рекламные коммуникации в жизни социума»                                               | 2            |
| 7         | 3         | Практическое занятие «Слоган: техники и приемы».                                                           | 2            |
| 9         | 3         | Практическое занятие «Реклама: виды и признаки»                                                            | 2            |
| 14        | 4         | Семинарское занятие «Общие интересы служб по связям с общественностью и СМК»                               | 2            |
| 15        | 4         | Практическое занятие "Анализ деятельности СМК и моделей функционирования системы связей с общественностью" | 4            |

|    |   |                                                                                                 |   |
|----|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| 4  | 5 | Организация и управление рекламной деятельностью на рынке товаров, работ и услуг                | 4 |
| 16 | 5 | Семинарское занятие «Влияние рекламы на общественные сферы»                                     | 2 |
| 17 | 5 | Практическое занятие «Влияния рекламы на различные сферы общественной жизни»                    | 2 |
| 18 | 6 | Деловая игра «Организация специального мероприятия»                                             | 4 |
| 19 | 6 | Деловая игра «Организация отраслевой тематической выставки»                                     | 4 |
| 20 | 7 | Практическое занятие «Сравнительный анализ авторских классификаций жанров рекламы в прессе»     | 2 |
| 21 | 7 | Практическое занятие «Отличительные признаки текстовой рекламы печатных изданий и интернет-СМИ» | 2 |
| 22 | 7 | Семинарское занятие «Информационные жанры в рекламе»                                            | 2 |
| 23 | 7 | Практическое задание «Рекламный репортаж»                                                       | 2 |
| 25 | 7 | Практическое занятие «Рекламная рецензия»                                                       | 2 |
| 27 | 8 | Деловая игра «Манипуляции в общении и их нейтрализация»                                         | 4 |
| 28 | 8 | Практическое занятие «Коммуникативные технологии»                                               | 2 |
| 29 | 8 | Практическое занятие «Синектический штурм».                                                     | 2 |
| 30 | 8 | Практическое занятие «Метод фокальных объектов».                                                | 2 |
| 31 | 8 | Практическое занятие «Побудительные мотивы в рекламе»                                           | 2 |

### 5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

### 5.4. Самостоятельная работа студента

| Выполнение СРС                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |         |              |
|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|--------------|
| Подвид СРС                         | Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Семестр | Кол-во часов |
| Подготовка к практическим занятиям | Борисов, Б. Л. Технологии рекламы и PR Учеб. пособие для вузов Б. Л. Борисов. - М.: Гранд: Фаир-Пресс, 2001. - 617,[1] с. ил.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 7       | 1,5          |
| Выполнение творческих заданий      | Кондратьев, Э. В. Связи с общественностью Текст учеб. пособие для вузов по специальности "Менеджмент организации", "Маркетинг" Э. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов; под ред. С. Д. Резника. - 4-е изд., испр. и доп. - М.: Академический проект, 2007. - 430, [1] с. ил. Борисов, Б. Л. Технологии рекламы и PR Учеб. пособие для вузов Б. Л. Борисов. - М.: Гранд: Фаир-Пресс, 2001. - 617,[1] с. ил. Коханова, Л. А. Экологическая журналистика, PR и реклама Текст учеб. пособие для вузов по специальности 030601 "Журналистика" Л. А. Коханова ; под ред. Я. Н. Засурского. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. - 383 с. ил. | 6       | 10           |
| Подготовка к экзамену              | Кондратьев, Э. В. Связи с общественностью Текст учеб. пособие                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 6       | 10           |

|                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |   |      |
|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|------|
|                                           | <p>для вузов по специальности "Менеджмент организации", "Маркетинг" Э. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов; под ред. С. Д. Резника. - 4-е изд., испр. и доп. - М.: Академический проект, 2007. - 430, [1] с. ил. Борисов, Б. Л. Технологии рекламы и PR Учеб. пособие для вузов Б. Л. Борисов. - М.: Гранд: Фаир-Пресс, 2001. - 617,[1] с. ил. Коханова, Л. А. Экологическая журналистика, PR и реклама Текст учеб. пособие для вузов по специальности 030601 "Журналистика" Л. А. Коханова ; под ред. Я. Н. Засурского. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. - 383 с. ил.</p>                                                               |   |      |
| Подготовка докладов, рефератов, сообщений | <p>Кондратьев, Э. В. Связи с общественностью Текст учеб. пособие для вузов по специальности "Менеджмент организации", "Маркетинг" Э. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов; под ред. С. Д. Резника. - 4-е изд., испр. и доп. - М.: Академический проект, 2007. - 430, [1] с. ил. Борисов, Б. Л. Технологии рекламы и PR Учеб. пособие для вузов Б. Л. Борисов. - М.: Гранд: Фаир-Пресс, 2001. - 617,[1] с. ил. Коханова, Л. А. Экологическая журналистика, PR и реклама Текст учеб. пособие для вузов по специальности 030601 "Журналистика" Л. А. Коханова ; под ред. Я. Н. Засурского. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. - 383 с. ил.</p> | 6 | 10   |
| Изучение дополнительных тем и проблем     | <p>Кондратьев, Э. В. Связи с общественностью Текст учеб. пособие для вузов по специальности "Менеджмент организации", "Маркетинг" Э. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов; под ред. С. Д. Резника. - 4-е изд., испр. и доп. - М.: Академический проект, 2007. - 430, [1] с. ил. Борисов, Б. Л. Технологии рекламы и PR Учеб. пособие для вузов Б. Л. Борисов. - М.: Гранд: Фаир-Пресс, 2001. - 617,[1] с. ил. Коханова, Л. А. Экологическая журналистика, PR и реклама Текст учеб. пособие для вузов по специальности 030601 "Журналистика" Л. А. Коханова ; под ред. Я. Н. Засурского. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. - 383 с. ил.</p> | 6 | 5,75 |

## 6. Текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

### 6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

| №<br>КМ | Се-<br>местр | Вид<br>контроля     | Название<br>контрольного<br>мероприятия                                    | Вес | Макс.<br>балл | Порядок начисления баллов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Учи-<br>тыва-<br>ется в<br>ПА |
|---------|--------------|---------------------|----------------------------------------------------------------------------|-----|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|
| 1       | 6            | Текущий<br>контроль | Рекламные<br>технологии                                                    | 1   | 10            | Студенты посещают занятия и<br>участвуют в мероприятиях<br>Максимальный балл составляет 10.<br>Критерии оценивания:<br>"отлично" – 8-10 баллов<br>"хорошо" - 5-7 баллов<br>"удовлетворительно" - 3-4 балла<br>"неудовлетворительно" - 1-2 баллов<br>При оценивании работы учитываются<br>следующие факторы:<br>1) посещаемость<br>2) активное участие мероприятиях<br>курса - дискуссиях , круглом столе<br>2) своевременность представления<br>работы;<br>3) работа с разнообразными<br>источниками (словари, интернет –<br>ресурсы) | зачет                         |
| 2       | 6            | Текущий<br>контроль | Рекламная<br>кампания:<br>организация и<br>управление                      | 0,5 | 10            | Максимальный балл составляет 10.<br>Критерии оценивания:<br>"отлично" – 8-10 баллов<br>"хорошо" - 5-7 баллов<br>"удовлетворительно" - 3-4 балла<br>"неудовлетворительно" - 1-2 баллов<br>При оценивании работы учитываются<br>следующие факторы:<br>1) посещаемость<br>2) активное решение рейсов<br>2) своевременность представления<br>работы;<br>3) работа с разнообразными<br>источниками (словари, интернет –<br>ресурсы)                                                                                                        | зачет                         |
| 3       | 6            | Текущий<br>контроль | Механизмы<br>осуществления<br>рекламной<br>коммуникации в<br>жизни социума | 1   | 10            | Максимальный балл составляет 10.<br>Критерии оценивания:<br>"отлично" – 8-10 баллов<br>"хорошо" - 5-7 баллов<br>"удовлетворительно" - 3-4 балла<br>"неудовлетворительно" - 1-2 баллов<br>При оценивании работы учитываются<br>следующие факторы:<br>1) посещаемость<br>2) активное решение рейсов,<br>выполнение заданий<br>2) своевременность представления<br>работы;<br>3) работа с разнообразными<br>источниками (словари, интернет –<br>ресурсы)                                                                                 | зачет                         |
| 4       | 6            | Текущий             | Связи с                                                                    | 1   | 10            | Максимальный балл составляет 10.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | зачет                         |



|   |   |                          |                                          |   |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |         |
|---|---|--------------------------|------------------------------------------|---|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
|   |   | контроль                 | общественностью<br>и деятельность<br>СМК |   |    | Критерии оценивания:<br>"отлично" – 8-10 баллов<br>"хорошо" - 5-7 баллов<br>"удовлетворительно" - 3-4 балла<br>"неудовлетворительно" - 1-2 баллов<br>При оценивании работы учитываются следующие факторы:<br>1) посещаемость<br>2) активное решение рейсов, выполнение заданий<br>2) своевременность представления работы;<br>3) работа с разнообразными источниками (словари, интернет – ресурсы)                                                                                                                                                                              |         |
| 5 | 6 | Текущий контроль         | Влияние рекламы на общественные сферы    | 1 | 10 | Максимальный балл составляет 10.<br>Критерии оценивания:<br>"отлично" – 8-10 баллов<br>"хорошо" - 5-7 баллов<br>"удовлетворительно" - 3-4 балла<br>"неудовлетворительно" - 1-2 баллов<br>При оценивании работы учитываются следующие факторы:<br>1) посещаемость<br>2) активное решение рейсов, выполнение заданий<br>2) своевременность представления работы;<br>3) работа с разнообразными источниками (словари, интернет – ресурсы)                                                                                                                                          | зачет   |
| 6 | 6 | Промежуточная аттестация | зачет                                    | 5 | 40 | Критерии оценивания:<br>«Зачет» - 20-40 баллов<br>1) посещаемость – более 60% занятий<br>2) выполнение заданий во время семестра – более 60%<br>2) своевременность представления работ;<br>3) работа с разнообразными источниками (словари, интернет – ресурсы)<br>«Незачет» - 1-19 баллов<br>При оценивании работы учитываются следующие факторы:<br>1) посещаемость менее 60% занятий<br>2) выполнение заданий во время семестра – менее 60%<br>2) несвоевременность представления работы;<br>3) отсутствие работы с разнообразными источниками (словари, интернет – ресурсы) | зачет   |
| 7 | 7 | Текущий контроль         | Способы регуляции                        | 1 | 10 | Максимальный балл составляет 10.<br>Критерии оценивания:<br>"отлично" – 8-10 баллов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | экзамен |

|    |   |                  |                                        |   |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |         |
|----|---|------------------|----------------------------------------|---|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
|    |   |                  |                                        |   |    | <p>"хорошо" - 5-7 баллов<br/> "удовлетворительно" - 3-4 балла<br/> "неудовлетворительно" - 1-2 баллов<br/> При оценивании работы учитываются следующие факторы:<br/> 1) посещаемость<br/> 2) активное решение рейсов, выполнение заданий<br/> 3) своевременность представления работы;<br/> 4) работа с разнообразными источниками (словари, интернет – ресурсы)</p>                                                                                                      |         |
| 8  | 7 | Текущий контроль | Организация специальных событий        | 1 | 10 | <p>Максимальный балл составляет 10.<br/> Критерии оценивания:<br/> "отлично" – 8-10 баллов<br/> "хорошо" - 5-7 баллов<br/> "удовлетворительно" - 3-4 балла<br/> "неудовлетворительно" - 1-2 баллов<br/> При оценивании работы учитываются следующие факторы:<br/> 1) посещаемость занятий<br/> 2) активное решение рейсов, выполнение заданий<br/> 3) своевременность представления работы;<br/> 4) работа с разнообразными источниками (словари, интернет – ресурсы)</p> | экзамен |
| 9  | 7 | Текущий контроль | Жанры в рекламе                        | 1 | 10 | <p>Максимальный балл составляет 10.<br/> Критерии оценивания:<br/> "отлично" – 8-10 баллов<br/> "хорошо" - 5-7 баллов<br/> "удовлетворительно" - 3-4 балла<br/> "неудовлетворительно" - 1-2 баллов<br/> При оценивании работы учитываются следующие факторы:<br/> 1) посещаемость занятий<br/> 2) активное решение рейсов, выполнение заданий<br/> 3) своевременность представления работы;<br/> 4) работа с разнообразными источниками (словари, интернет – ресурсы)</p> | экзамен |
| 10 | 7 | Текущий контроль | Психологические аспекты в рекламе и PR | 1 | 10 | <p>Максимальный балл составляет 10.<br/> Критерии оценивания:<br/> "отлично" – 8-10 баллов<br/> "хорошо" - 5-7 баллов<br/> "удовлетворительно" - 3-4 балла<br/> "неудовлетворительно" - 1-2 баллов<br/> При оценивании работы учитываются следующие факторы:<br/> 1) посещаемость занятий<br/> 2) активное решение рейсов,</p>                                                                                                                                            | экзамен |

|    |   |                          |         |   |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |         |
|----|---|--------------------------|---------|---|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
|    |   |                          |         |   |    | выполнение заданий<br>3) своевременность представления работы;<br>4) работа с разнообразными источниками (словари, интернет – ресурсы)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |         |
| 11 | 7 | Промежуточная аттестация | Экзамен | 1 | 40 | Максимальный балл составляет 40.<br>Критерии оценивания:<br>Студенты посещают занятия, изучают литературу по курсу.<br>Критерии оценивания:<br>"отлично" – 30-40 баллов<br>"хорошо" - 20-29 баллов<br>"удовлетворительно" - 11-19 баллов<br>"неудовлетворительно" - 1-10 баллов<br><br>При оценивании работы учитываются следующие факторы:<br>1) выполнение всех заданий по курсу (контрольных точек) в соответствии с требованиями;<br>2) выполнение задания во время экзамена: составление медиаплана рекламной кампании, написание рекламного объявления, составление рекламного бюджета акции, поиск необходимой информации<br>3) посещаемость занятий более 60% | экзамен |

## 6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

| Вид промежуточной аттестации | Процедура проведения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Критерии оценивания                     |
|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| экзамен                      | Максимальный балл составляет 40. Критерии оценивания:<br>Студенты посещают занятия, изучают литературу по курсу.<br>Критерии оценивания: "отлично" – 30-40 баллов "хорошо" - 20-29 баллов "удовлетворительно" - 11-19 баллов "неудовлетворительно" - 1-10 баллов<br>При оценивании работы учитываются следующие факторы: 1) выполнение всех заданий по курсу (контрольных точек) в соответствии с требованиями; 2) выполнение задания во время экзамена: составление медиаплана рекламной кампании, написание рекламного объявления, составление рекламного бюджета акции, поиск необходимой информации 3) посещаемость занятий более 60% | В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения |
| зачет                        | Процедура проведения зачета по курсу «Практикум по виду профессиональной деятельности» 6 семестр Оценочные средства успеваемости: Максимальный балл составляет 40.<br>Критерии оценивания: «Зачет» - 20-40 баллов 1) посещаемость – более 60% занятий 2) выполнение заданий во время семестра – более 60% 2) своевременность представления работ; 3) работа с разнообразными источниками (словари, интернет – ресурсы) «Незачет» - 1-19 баллов<br>При оценивании работы учитываются следующие факторы: 1) посещаемость менее 60%                                                                                                          | В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения |

|  |                                                                                                                                                                                                 |  |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  | занятий 2) выполнение заданий во время семестра – менее 60%<br>2) несвоевременность представления работы; 3) отсутствие<br>работы с разнообразными источниками (словари, интернет –<br>ресурсы) |  |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

### 6.3. Оценочные материалы

| Компетенции | Результаты обучения                                                                                                                                                                          | № КМ |   |    |   |   |   |   |   |   |    |    |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|---|----|---|---|---|---|---|---|----|----|
|             |                                                                                                                                                                                              | 1    | 2 | 3  | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| ПК-1        | Знает: Правила планирования, подготовки и проведении коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.                                                                                      | ++   | + | +  | + | + | + | + | + | + | +  | +  |
| ПК-1        | Умеет: Применять правила планирования, подготовки и проведении коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.                                                                            | ++   | + | +  | + | + | + | + | + | + | +  | +  |
| ПК-1        | Имеет практический опыт: Планирования, подготовки и проведении коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.                                                                            |      |   | ++ | + | + | + | + | + | + | +  | +  |
| ПК-4        | Знает: Правила подготовки к выпуску, производства и распространения (онлайн и оффлайн) рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы             |      |   |    |   |   |   | + |   |   | ++ | +  |
| ПК-4        | Умеет: Применять правила подготовки к выпуску, производства и распространения (онлайн и оффлайн) рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы   |      |   |    |   |   |   | + |   |   | ++ | +  |
| ПК-4        | Имеет практический опыт: В подготовке к выпуску, производстве и распространении (онлайн и оффлайн) рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы |      |   |    |   |   |   |   |   |   | ++ | +  |

Фонды оценочных средств по каждому контрольному мероприятию находятся в приложениях.

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### Печатная учебно-методическая документация

#### а) основная литература:

1. Пескова, Е. Н. Риторика и речевое воздействие в рекламе [Текст] учеб.-метод. комплекс Е. Н. Пескова ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Массовая коммуникация ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2009. - 25, [1] с. электрон. версия
2. Пескова, Е. Н. Слоган и текст в рекламе [Текст] учеб.-метод. комплекс Е. Н. Пескова ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Массовая коммуникация ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2009. - 24, [1] с. электрон. версия
3. Экономическая политология. Отношения бизнеса с государством и обществом [Текст] учеб. пособие для вузов по направлениям "Реклама и связи с общественностью" А. А. Байков и др.; под ред. А. Д. Богатурова ; Моск. гос. ин-т междунар. отношений (Ун-т) МИД России, Каф. приклад. анализа междунар. проблем, Каф. экон. политики и гос.-частного партнерства. - М.: Аспект Пресс, 2012. - 237, [2] с.

4. Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации : подготовка и создание медиатекста [Текст] учебник для вузов по направлениям "Связи с общественностью" А. Г. Киселев. - СПб. и др.: Питер, 2011. - 399 с.
5. Хакимова, Е. М. Практикум по письменной речи специалистов по связям с общественностью и рекламе. Орфография [Текст] учеб. пособие для 1 курса по специальности "Связи с общественностью" Е. М. Хакимова ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Мас. коммуникация ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2009. - 64, [1] с. ил. электрон. версия
6. Федотова, Л. Н. Реклама в коммуникационном процессе [Текст] учеб. для вузов по специальности "Связи с общественностью" Л. Н. Федотова. - М.: Камерон, 2005. - 462, [1] с.
7. Четвертков, Н. В. Современная пресс-служба [Текст] учеб. пособие для вузов по специальности 030602.65 (350400) "Связи с общественностью" Н. В. Четвертков. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 190, [1] с. табл. 22 см
8. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью : теория и практика [Текст] учеб. пособие для вузов по специальности "Связи с общественностью" А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров ; Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Дело, 2006. - 551 с.

*б) дополнительная литература:*

1. Связи с общественностью в России: Законодательное регулирование, нормативные документы, практика Настол. справ. кн. Агентство "Деловые коммуникации"; Сост. и науч. ред. С. А. Большева. - Екатеринбург: РИО "Каменск-Урал. гор. тип.", 1998. - 494 с.
2. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникационные стратегии [Текст: непосредственный] учеб. пособие для вузов по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика" А. Ю. Горчева и др.; под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Аспект Пресс, 2018. - 219, [2] с. ил.
3. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью. Вводный курс [Текст] учеб. пособие для вузов по специальности "Связи с общественностью" С. М. Емельянов. - СПб. и др.: Питер, 2006. - 240 с.

*в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:*

1. Пресс-служба всерос. специализир. журн.: 16+ Издат. дом "Имидж-Медиа" журнал. - М., 2011-2016
2. Реклама. Теория и практика ежекв. журн.: 16+ ЗАО "Издат. дом Гребенникова" журнал. - М., 2006-2016
3. PR в России междунар. проф. журн. Изд. дом "Соврем. экономика" журнал. - М., 2001-2014

*г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:*

1. Практикум по виду профессиональной деятельности

*из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:*

**Электронная учебно-методическая документация**

| № | Вид литературы                                           | Наименование ресурса в электронной форме | Библиографическое описание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---|----------------------------------------------------------|------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Методические пособия для самостоятельной работы студента | Электронная библиотека Юрайт             | Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 552 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14843-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/482662">https://urait.ru/bcode/482662</a> (дата обращения: 09.11.2021). |

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Office(бессрочно)
2. Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -База данных polpred (обзор СМИ)(бессрочно)
2. ООО "ГарантУралСервис"-Гарант(бессрочно)
3. -Консультант Плюс(31.07.2017)

## 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

| Вид занятий                     | № ауд.  | Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий |
|---------------------------------|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Контроль самостоятельной работы | 446 (1) | компьютерная техника, Microsoft-Office(бессрочно), Corel-CorelDRAW (бессрочно)                                                                   |
| Экзамен                         | 446 (1) | компьютерная техника, Microsoft-Office(бессрочно)                                                                                                |
| Практические занятия и семинары | 446 (1) | компьютерная техника, Microsoft-Office(бессрочно), Corel-CorelDRAW (бессрочно)                                                                   |
| Зачет, диф. зачет               | 446 (1) | компьютерная техника, Microsoft-Office(бессрочно), Corel-CorelDRAW (бессрочно)                                                                   |
| Самостоятельная работа студента | 446 (1) | компьютерная техника, Microsoft-Office(бессрочно), Corel-CorelDRAW (бессрочно)                                                                   |