

ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института
Институт социально-
гуманитарных наук

27.07.2017 Е. В. Пономарева

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
к ОП ВО от 28.06.2017 №007-03-1566**

дисциплины Б.1.31 Экономика организации рекламы и связей с общественностью
для направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
уровень бакалавр **тип программы** Академический бакалавриат
профиль подготовки Реклама и связи с общественностью в новых медиа
форма обучения очная
кафедра-разработчик Журналистика и массовые коммуникации

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 11.08.2016 № 997

Зав.кафедрой разработчика,
д.филол.н., доц.
(ученая степень, ученое звание)

21.04.2017
(подпись)

Л. П. Шестеркина

Разработчик программы,
д.филол.н., доц., профессор
(ученая степень, ученое звание,
должность)

21.04.2017
(подпись)

Л. К. Лободенко

1. Цели и задачи дисциплины

Цель данного курса - сформировать у студента понимание сущности экономических проблем и тенденций развития современного рынка рекламы и PR, раскрыть основные черты и специфику управленческих процессов в рекламе и связях с общественностью. Задачи дисциплины: исследовать экономические особенности развития рынка маркетинговых коммуникаций в России и за рубежом; изучить особенности менеджмента в сфере рекламы и связей с общественностью; изучить специфику функционирования рекламных и PR-агентств (служб) в условиях рыночной экономики; понять основы и сущность финансовой деятельности рекламных и PR-агентств (служб); изучить структуры и функции рекламных и PR – агентств (служб).

Краткое содержание дисциплины

Дисциплина «Экономика организации рекламы и связей с общественностью» предназначена для формирования у студента общих представлений о принципах экономического функционирования рекламного (PR) агентства, современном состоянии сферы рекламы и связей с общественностью в России и за рубежом, экономических особенностях различных сегментов рынка маркетинговых коммуникаций, основных видах рекламных и PR-предприятий и моделях их развития, специфических особенностях менеджмента в сфере рекламы и связей с общественностью.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУНы)
ОПК-2 владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью	Знать: теоретические основы организации и практический опыт работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
	Уметь: воспроизводить теоретические основы организации и практический опыт работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью.
	Владеть: применять теоретические основы организации и практический опыт работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью.
ПК-1 способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	Знать: правила участия в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, правила оперативного планирования и контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, по оценке эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью.
	Уметь: воспроизводить правила участия в управлении и организации работы рекламных

	служб и служб по связям с общественностью, правила оперативного планирования и контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, по оценке эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью.
	Владеть: применять правила участия в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, правила оперативного планирования и контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, по оценке эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью.
ПК-13 способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	Знать: правила организации рекламных кампаний и мероприятий.
	Уметь: воспроизводить правила организации рекламных кампаний и мероприятий.
	Владеть: применять правила организации рекламных кампаний и мероприятий.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Б.1.28 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, Б.1.24 Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью), Б.1.06 Экономика, Б.1.29 Правовое регулирование в рекламе и связях с общественностью	Преддипломная практика (8 семестр)

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

Нет

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч.

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		7
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108

Аудиторные занятия	48	48
Лекции (Л)	32	32
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	16	16
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа (СРС)	60	60
Экономические проблемы и тенденций развития современного рынка рекламы и PR.	4	4
Современный рынок рекламы и PR: история, структура, перспективы.	4	4
Ресурсы предприятия. Ресурсы рекламного и PR-агентства.	4	4
Трудовые ресурсы рекламного и PR-агентства.	4	4
Основные финансовые показатели деятельности рекламного и PR агентства.	4	4
Ценообразование в сфере рекламы и PR.	8	8
Бизнес-планирование.	8	8
Маркетинговое планирование деятельности рекламного и PR агентства (службы).	6	6
Основы менеджмента в сфере рекламы и PR.	6	6
Структурирование организации.	6	6
Организация административно-управленческой деятельности.	6	6
Вид итогового контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	экзамен

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Экономические проблемы и тенденций развития современного рынка рекламы и PR.	2	2	0	0
2	Современный рынок рекламы и PR: история, структура, перспективы.	4	2	2	0
3	Ресурсы рекламного и PR-агентства (службы).	6	4	2	0
4	Трудовые ресурсы рекламного и PR-агентства.	4	2	2	0
5	Основные финансовые показатели деятельности рекламного и PR агентства. Разработка рекламных и PR услуг.	6	4	2	0
6	Ценообразование в сфере рекламы и PR.	4	2	2	0
7	Бизнес-планирование.	8	4	4	0
8	Маркетинговое планирование деятельности рекламного и PR-агентства (службы).	4	4	0	0
9	Основы менеджмента в сфере рекламы и PR.	4	4	0	0
10	Структурирование организации.	4	2	2	0
11	Организация административно-управленческой деятельности.	2	2	0	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во
----------	-----------	---	--------

			часов
1	1	Экономические проблемы и тенденций развития современного рынка рекламы и PR.	2
2	2	Современный рынок рекламы и PR: история, структура, перспективы.	2
3	3	Ресурсы рекламного и PR-агентства (службы).	4
4	4	Трудовые ресурсы рекламного и PR-агентства.	2
5	5	Основные финансовые показатели деятельности рекламного и PR агентства. Разработка рекламных и PR услуг.	4
6	6	Ценообразование в сфере рекламы и PR	2
7	7	Бизнес-планирование	4
8	8	Маркетинговое планирование деятельности рекламного и PR-агентства (службы)	4
9	9	Основы менеджмента в сфере рекламы и PR	4
10	10	Структурирование организации	2
11	11	Организация административно-управленческой деятельности	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	2	Современный рынок рекламы и PR: история, структура, перспективы: Анализ структуры и тенденций развития	2
2	3	Ресурсы рекламного и PR-агентства (службы): рассчитать важнейшие показатели эффективного использования основных средств рассчитать показатели оборачиваемости оборотных средств	2
3	4	Трудовые ресурсы рекламного и PR-агентства: рассчитать среднесписочную численность работников; рассчитать заработную плату работников различных категорий	2
4	5	Основные финансовые показатели деятельности рекламного и PR агентств. Создание рекламной продукции (услуг); рассчитать уровень рентабельности агентства	2
5	6	Ценообразование в сфере рекламы и PR: рассчитать себестоимость единицы продукции; рассчитать цену рекламной и PR-услуги	2
6,7	7	Бизнес-планирование: составление бизнес-плана рекламного и PR агентства и выделение его составляющих	4
8	10	Структурирование организации: разработка организационно-управленческой структуры предприятия; разработка штатного расписания агентства	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС		
Вид работы и содержание задания	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц)	Кол-во часов
Изучение и конспектирование монографий, учебных пособий	Васильев, Г.А. Основы рекламы: учеб. Пособие/ Г.А.Васильев, в.А.Поляков. – М., 2012. –С. 462-495.	11

Подготовка к практическим занятиям	Васильев, Г.А. Основы рекламы: учеб. Пособие/ Г.А.Васильев, в.А.Поляков. – М., 2012. –С. 462-495.	12
Написание и подготовка докладов, рефератов.	Васильев Г.Л., Полякова В.А. Рекламный маркетинг: Учебное пособие. – М.: Издательство: Вузовский учебник, 2008. – 276 с.	10
Выполнение исследовательских заданий.	Васильев, Г.А. Основы рекламы: учеб. Пособие/ Г.А.Васильев, в.А.Поляков. – М., 2012. –С. 404-462.	20
Подготовка к экзамену	Васильев, Г.А. Основы рекламы: учеб. Пособие/ Г.А.Васильев, в.А.Поляков. – М., 2012. –С. 516-550.	7

6. Инновационные образовательные технологии, используемые в учебном процессе

Инновационные формы учебных занятий	Вид работы (Л, ПЗ, ЛР)	Краткое описание	Кол-во ауд. часов
Деловая игра, ролевая игра	Практические занятия и семинары	имитация рабочего процесса, моделирование, упрощенное воспроизведение реальной производственной ситуации. Перед участниками игры ставятся задачи, аналогичные тем, которые они будут решать в ежедневной профессиональной деятельности.	6
Разбор конкретных ситуаций	Практические занятия и семинары	Разбор конкретных ситуаций экономики организации рекламы и PR	6
Применение обучающих фильмов	Практические занятия и семинары	Просмотр и обсуждение фильмов	4

Собственные инновационные способы и методы, используемые в образовательном процессе

Инновационные формы обучения	Краткое описание и примеры использования в темах и разделах
Деловая игра, ролевая игра	Практические занятия и семинары: раздел 4 "Трудовые ресурсы рекламного и PR-агентства", раздел 7 "Бизнес-планирование"
Разбор конкретных ситуаций	Практические занятия: раздел 3. "Ресурсы рекламного и PR-агентства (службы): рассчитать важнейшие показатели эффективного использования основных средств рассчитать показатели оборачиваемости оборотных средств", раздел 10. "Структурирование организации".
Применение обучающих фильмов	Практические и семинарские занятия: раздел 5 "Создание рекламной продукции (услуг)". раздел 6 "Ценообразование в сфере рекламы и PR".

Использование результатов научных исследований, проводимых университетом, в рамках данной дисциплины: Международный конгресс "Связи с общественностью и реклама : теория и практика". Педагогическая мастерская "Креатив в профессии" Текст тез. докл., - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2015. - 180 с.

7. Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

Наименование разделов дисциплины	Контролируемая компетенция ЗУНы	Вид контроля (включая текущий)	№№ заданий
Экономические проблемы и тенденций развития современного рынка рекламы и PR.	ПК-13 способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	Контрольная работа "Тенденции развития современного рынка рекламы и PR."	Задания по теме
Современный рынок рекламы и PR: история, структура, перспективы.	ОПК-2 владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью	Контрольная работа "Перспективы развития рынка рекламы и PR"/	Задания по теме.
Ресурсы рекламного и PR-агентства (службы).	ОПК-2 владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью	Контрольная работа "Ресурсы рекламного и PR-агентства (службы)".	Задания по теме.
Трудовые ресурсы рекламного и PR-агентства.	ОПК-2 владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью	Контрольная работа "Трудовые ресурсы рекламного и PR-агентства".	Задания по теме.
Основные финансовые показатели деятельности рекламного и PR агентства. Разработка рекламных и PR услуг.	ПК-1 способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	Контрольная работа "Разработка рекламных и PR услуг".	Задания по теме
Ценообразование в сфере рекламы и PR.	ПК-1 способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	Контрольная работа "Ценообразование в сфере рекламы и PR".	Задания по теме
Бизнес-планирование.	ПК-1 способностью принимать участие в управлении и	Контрольная работа "Составление бизнес-	Задания по теме

	организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	плана".	
Маркетинговое планирование деятельности рекламного и PR-агентства (службы).	ПК-13 способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	Контрольная работа "Маркетинговое планирование деятельности рекламного и PR-агентства (службы)"	Задания по теме
Основы менеджмента в сфере рекламы и PR.	ПК-13 способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	Контрольная работа "Управление в сфере рекламы и PR"	Задания по теме
Структурирование организации.	ОПК-2 владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью	Контрольная работа "Анализ структуры организации".	Задания по теме.
Организация административно-управленческой деятельности.	ОПК-2 владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью	Контрольная работа "Организация управленческой деятельности".	Задания по теме.
Все разделы	ПК-1 способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	Экзамен	30 вопросов (2 вопроса в билете, практическое задание).

7.2. Виды контроля, процедуры проведения, критерии оценивания

Вид контроля	Процедуры проведения и оценивания	Критерии оценивания
Контрольная работа "Тенденции развития современного рынка рекламы"	Контрольная работа	Отлично: 3 правильно выполненных задания Хорошо: 2 правильно выполненных задания Удовлетворительно: 1 правильно

и PR."		выполненное задание Неудовлетворительно: 0 ответов
Контрольная работа "Перспективы развития рынка рекламы и PR"/	Контрольная работа	Отлично: 3 правильно выполненных задания Хорошо: 2 правильно выполненных задания Удовлетворительно: 1 правильно выполненное задание Неудовлетворительно: 0 ответов
Контрольная работа "Ресурсы рекламного и PR-агентства (службы)".	Контрольная работа	Отлично: 3 правильно выполненных задания Хорошо: 2 правильно выполненных задания Удовлетворительно: 1 правильно выполненных задания Неудовлетворительно: 0 ответов
Контрольная работа "Трудовые ресурсы рекламного и PR- агентства".	Контрольная работа	Отлично: 3 правильно выполненных задания Хорошо: 2 правильно выполненных задания Удовлетворительно: 1 правильно выполненное задание Неудовлетворительно: 0 ответов
Контрольная работа "Разработка рекламных и PR услуг".	Контрольная работа	Отлично: 3 правильных ответа Хорошо: 2 правильных ответа Удовлетворительно: 1 правильный ответ Неудовлетворительно: 0 ответов
Контрольная работа "Ценообразование в сфере рекламы и PR".	Контрольная работа	Отлично: 3 правильных ответа Хорошо: 2 правильных ответа Удовлетворительно: 1 правильный ответ Неудовлетворительно: 0 ответов
Контрольная работа "Составление бизнес-плана".	Контрольная работа	Отлично: 3 правильных ответа Хорошо: 2 правильных ответа Удовлетворительно: 1 правильный ответ Неудовлетворительно: 0 ответов
Контрольная работа "Маркетинговое планирование деятельности рекламного и PR-агентства (службы)"	Контрольная работа	Отлично: 3 правильных ответа Хорошо: 2 правильных ответа Удовлетворительно: 1 правильный ответ Неудовлетворительно: 0 ответов
Контрольная работа "Управление в сфере рекламы и PR"	Контрольная работа	Отлично: 3 правильных ответа Хорошо: 2 правильных ответа Удовлетворительно: 1 правильный ответ Неудовлетворительно: 0 ответов
Контрольная работа "Анализ структуры организации".	Контрольная работа	Отлично: 3 правильно выполненных задания Хорошо: 2 правильно выполненных задания Удовлетворительно: 1 правильно выполненное задание Неудовлетворительно: невыполнение или неправильное выполнение задания
Контрольная работа "Организация управленческой деятельности".	Контрольная работа	Отлично: 3 правильных задания Хорошо: 2 правильных задания Удовлетворительно: 1 правильное задание Неудовлетворительно: невыполнение или неправильное выполнение задания
Экзамен	Устный ответ на 2 вопроса билета, выполнение практического задания	Отлично: Полный аргументированный ответ с примерами на 2 вопроса билета, выполнение практического задания без ошибок Хорошо: Полный ответ с незначительными недочетами (отсутствие примеров, пропуск

		некоторых пунктов темы) на 2 вопроса, выполнение практического задания не более 3 ошибок. Удовлетворительно: Полный аргументированный ответ на 1 вопрос билета, более 3 ошибок в практическом задании. Неудовлетворительно: Неудовлетворительный ответ на 2 вопроса билета, грубые ошибки, много ошибок в практическом задании.
--	--	--

7.3. Типовые контрольные задания

Вид контроля	Типовые контрольные задания
Контрольная работа "Тенденции развития современного рынка рекламы и PR."	Проблемы современного рынка рекламы. Проблемы современного рынка PR.
Контрольная работа "Перспективы развития рынка рекламы и PR"/	Перспективы развития рынка рекламы. Перспективы развития рынка PR.
Контрольная работа "Ресурсы рекламного и PR-агентства (службы)".	Задачи рекламной службы и PR-агентств. Структура, функции рекламного и PR-агентства. Взаимоотношения специалистов рекламной службы и PR-агентств.
Контрольная работа "Трудовые ресурсы рекламного и PR-агентства".	Оценка эффективности использования ресурсов рекламного и PR-агентства. Анализ трудовых показателей рекламного и PR-агентства. Трудовой потенциал рекламного и PR-агентства.
Контрольная работа "Разработка рекламных и PR услуг".	Этапы разработки рекламных PR услуг. Деятельность по созданию, распространению и размещению информации. Мероприятия по поддержанию интереса к лицу, товарам, товарным знакам, работам.
Контрольная работа "Ценообразование в сфере рекламы и PR".	Ценообразование в сфере рекламы и PR: понятие, этапы. Формирование цен на рекламную продукцию. Основные системы продаж рекламы на телевидении.
Контрольная работа "Составление бизнес-плана".	Бизнес-планирование: понятие, этапы. Структура бизнес-плана. Требования к разработке бизнес-планов. Информационное обеспечение бизнес-планирования.
Контрольная работа "Маркетинговое планирование деятельности рекламного и PR-агентства (службы)".	Источники финансирования рекламного и PR-агентства. Рентабельность и окупаемость рекламного и PR-агентства. Окупаемость рекламного и PR-агентства.
Контрольная работа "Управление в сфере рекламы и PR"	Классификация рекламодателей. Современные технологии управления в

	сфере рекламы и PR. Специфика управления в сфере рекламы и PR.
Контрольная работа "Анализ структуры организации".	Структурирование системы управления в сфере рекламы и PR. Специфика системы управления в сфере рекламы и PR.
Контрольная работа "Организация управленческой деятельности".	Цели, задачи, функции управленческой деятельности в сфере рекламы и PR. Управление проектами.
Экзамен	Перечень вопросов к экзамену

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Васильев, Г. А. Основы рекламы Текст Учеб. пособие для вузов по направлениям 080100 "Экономика", 080300 "Коммерция", 080500 "Менеджмент" Г. А. Васильев, В. А. Поляков. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004
2. Васильев, Г. А. Основы рекламы Текст учеб. пособие для вузов по специальности 032401 "Реклама" Г. А. Васильев, В. А. Поляков. - М.: Вузовский учебник, 2009. - 405, [1] с.
3. Панкратов, Ф. Г. Рекламная деятельность Учеб. для студентов вузов и сред. спец. учеб. заведений Информ.-внедрен. центр "Маркетинг"; Ф. Г. Панкратов, Т. К. Серегина, В. Г. Шахурин. - М.: Маркетинг, 1998. - 244 с.
4. Хромов, Л. Н. Рекламная деятельность: искусство, теория, практика Настол. кн. делового человека - менеджера и бизнесмена. - Петрозаводск: АО "Фолиум", 1994. - 308 с. ил.
5. Захарова, Е. В. Английский язык для менеджеров по PR и рекламе Текст учеб. пособие для вузов Е. В. Захарова, Л. В. Ульянищева. - 2-е изд., стер. - М.: Омега-Л, 2011. - 344 с. табл. 1 электрон. опт. диск
6. Музыкант, В. Л. Формирование брэнда средствами PR и рекламы Учеб. пособие для вузов по специальностям 061500 "Маркетинг", 350700 "Реклама" В. Л. Музыкант. - 2-е изд., с изм. - М.: Экономистъ, 2006. - 606, [1] с.
7. Синяева, И. М. PR в сфере коммерции Текст учебник для вузов по специальности 08011 "Маркетинг" И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под ред. И. М. Синяевой. - М.: Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2013. - 296 [2] с. ил. 1 электрон. опт. диск

б) дополнительная литература:

1. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью. Вводный курс Учеб. пособие для вузов по специальности "Связи с общественностью" С. М. Емельянов. - СПб. и др.: Питер, 2006. - 240 с.
2. 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.

3. Кривоносов, А. Д. Основы теории связей с общественностью Текст учебник для вузов по направлению (специальности) "Связи с общественностью" А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. - СПб. и др.: Питер, 2012. - 375, [1] с. ил.

4. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью Учеб. пособие для студентов упр. специальностей вузов А. Н. Чумиков; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, Фак. управления; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, Фак. управления. - 3-е изд., испр. и доп. - М.: Академия народного хозяйства при Правительстве Росси, 2001

5. Федотова, Л. Н. Реклама в коммуникационном процессе Учеб. для вузов по специальности "Связи с общественностью" Л. Н. Федотова. - М.: Камерон, 2005. - 462,[1] с.

6. Уэллс, У. Реклама: принципы и практика Текст У. Уэллс, Д. Бернет, С. Мориарти; пер.с англ. М. Артюх и др.; под ред. И. В. Крылова, А. В. Ульяновского. - 2-е изд., испр. - СПб.и др.: Питер, 2001. - 735 с. ил.

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

1. «Рекламный менеджмент»
2. «Рекламодатель»
3. «Лаборатория рекламы»
4. «Маркетинг в России и за рубежом»
5. «Рекламные технологии»

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. РПД Экономика рекламы и связей с общественностью

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

2. РПД Экономика рекламы и связей с общественностью

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование разработки	Наименование ресурса в электронной форме	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
1	Методические пособия для самостоятельной работы студента	Самсонова, Г.И. Экономика рекламного предприятия: методические рекомендации по изучению дисциплины/Г.И.Самсонова. – МГУЛ. - М., 2010.	Электронно-библиотечная система Издательства Лань	Интернет / Свободный

9. Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Office(бессрочно)
2. -1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних уч.заведениях(бессрочно)
3. Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно)

Перечень используемых информационных справочных систем:

1. -База данных polpred (обзор СМИ)(бессрочно)
2. -Информационные ресурсы ФИПС(бессрочно)
3. -Консультант Плюс(31.07.2017)
4. -Гарант(31.12.2017)

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Лекции	446 (1)	Компьютер, мультимедиапроектор, документкамера
Практические занятия и семинары	450 (1)	Компьютеры, подключенные к сети Интернет