

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Задорожная Людмила Ивановна

Должность: Проректор по учебной работе

Дата подписания: 26.08.2022 15:14:48

Университетская программа: 0101

faa404d1aeb2a023b5f4a331ee5ddc540496512d

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Майкопский государственный технологический университет»

Факультет экономики и управления

Университетская программа: 0101

Кафедра Маркетинга, сервиса и туризма

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

_____ Л.И. Задорожная

« ____ » _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине

по направлению подготовки

по профилю подготовки (специализации)

квалификация (степень) выпускника

форма обучения

год начала подготовки

Б1.В.05 Консалтинг в связях с общественностью

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

бакалавр

Очная, Заочная,

2022

Майкоп



Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО и учебного плана МГТУ по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Составитель рабочей программы:

доцент, канд. экон. наук

(должность, ученое звание, степень)

Подписано простой ЭП

09.08.2022

(подпись)

Галинская Наталья

Николаевна

(Ф.И.О.)

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры:

Маркетинга, сервиса и туризма

(название кафедры)

Заведующий кафедрой:

24.08.2022

Подписано простой ЭП

24.08.2022

(подпись)

Кумпилова Анжелика

Руслановна

(Ф.И.О.)

Согласовано:

Руководитель ОПОП

заведующий выпускающей

кафедрой

по направлению подготовки

(специальности)

24.08.2022

Подписано простой ЭП

24.08.2022

(подпись)

Кумпилова Анжелика

Руслановна

(Ф.И.О.)



1. Цели и задачи учебной дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины - формирование у студентов умений и навыков, необходимых для работы в сфере консультационных услуг. В процессе изучения студенты должны проанализировать существующие отечественные и зарубежные источники по состоянию консалтинга в США, странах Западной Европы и в России; научиться проводить диагностику политической ситуации и уровня политической напряженности в обществе и в различных социально-политических структурах; овладеть методикой создания и поддержания имиджа политического лидера, формирования умений принимать управленческие решения в политической сфере, планировать политическую деятельность, включая избирательные кампании, политическое общение, поддержание политических связей и отношений.

Задачи изучения дисциплины:

- изучение эволюции взглядов на консультирование;
- получение студентами необходимых знаний о сути, содержании и формах консультирования в современном мире;
- формирование представления о консультировании как одной из современных форм бизнеса;
- обучение студентов планированию и проведению избирательных кампаний и целевых политических PR-акций;
- получение студентами знаний о теоретических и методических основах организационного, кадрового и управленческого консультирования;
- определение места и роли политического консалтинга в системе консультационных услуг;
- сравнительный анализ моделей политического консалтинга;
- обучение теории и практике проведения консультирования с использованием профессиональных консультантов;
- овладение приемами и методами убеждающего психологического воздействия на людей в процессе политического общения;
- закрепление знаний и развитие навыков по практическому консультированию.



2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП по направлению подготовки (специальности)

Дисциплина относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 и направлена на изучение теоретических, методологических, методических и прикладных аспектов консалтинга в связях с общественностью в их единстве, понимание его междисциплинарного характера, современную проблематику и технологию решения задач в сфере консультационной деятельности.

Дисциплина "Консалтинг в связях с общественностью" базируется на знаниях, полученных студентами при изучении таких дисциплин, как «Организация рекламных и PR-компаний», «Медиакарта региона», «Брендинг территорий» и др.

Дисциплина "Консалтинг в связях с общественностью" является предшествующей для таких дисциплин как: «Внутрикорпоративный PR», «Антикризисный PR» и др.



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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующей(их) компетенции(й):

ПКУВ-1.1	Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации
ПКУВ-1.2	Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью
ПКУВ-1.3	Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта
ПКУВ-4.1	Формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ
ПКУВ-4.2	Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии



4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы. Общая трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины и виды учебной работы по очной форме обучения.

		Формы контроля (количество)	Виды занятий				Итого часов	з.е.
			За	Лек	Пр	СРП		
Курс 4	Сем. 7	1	17	34	0.25	56.75	108	3

Объем дисциплины и виды учебной работы по заочной форме обучения.

		Формы контроля (количество)	Виды занятий				Итого часов	з.е.	
			За	Лек	Пр	КРАТ			Контроль
Курс 4	Сем. 8	1	6	8	0.25	3.75	90	108	3



5. Структура и содержание учебной и воспитательной деятельности при реализации дисциплины

5.1. Структура дисциплины для очной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Недел я семе стра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоёмкость (в часах)								Формы текущего/проме жуточного контроля успеваемости текущего (по неделям семестра), промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАТ	Контро ль	СР	СЗ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
7	Эволюция взглядов на консультирование. Предпосылки и состояние различных видов консалтинга в США, странах Западной Европы и в России.	1-2	2		4				8		Блиц-опрос. Тестирование
7	Политические технологии в консалтинговом процессе.	3-4	2		4				8		Блиц-опрос. Тестирование
7	Технология связей с общественностью в условиях политического конфликта.	5-6	2		4				8		Блиц-опрос. Тестирование
7	Модели политического консалтинга.	7-8	2		4				8		Блиц-опрос. Тестирование
7	Имидж публичного политика. Психологическая структура и пути оптимизации имиджа политика	9-10	2		4				8		Блиц-опрос. Тестирование
7	Этапы избирательной кампании и формирования электорального мнения и поведения.	11-14	4		8				8		Блиц-опрос. Тестирование
7	Принятие управленческих решений и стиль лидерства.	15-17	3		6				8.75		Блиц-опрос. Тестирование
7	Итоговая аттестация					0,25					Зачет
	ИТОГО:		17		34	0.25			56.75		

5.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоёмкость (в часах)								
		Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАТ	Контро ль	СР	СЗ	
1	2	4	5	6	7	8	9	10	11	
8	Эволюция взглядов на консультирование. Предпосылки и состояние различных видов консалтинга в США, странах Западной Европы и в России.	2							12	
8	Политические технологии в консалтинговом процессе.	2							13	
8	Технология связей с общественностью в условиях политического конфликта.	2							13	
8	Модели политического консалтинга.			2					13	
8	Имидж публичного политика. Психологическая структура и пути оптимизации имиджа политика			2					13	

Сем	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)								
		Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАТ	Контроль	СР	СЗ	
1	2	4	5	6	7	8	9	10	11	
8	Этапы избирательной кампании и формирования электорального мнения и поведения.			2					13	
8	Принятие управленческих решений и стиль лидерства.			2					13	
8	Итоговая аттестация					0,25	3,75			
	ИТОГО:	6		8		0.25	3.75	90		

5.4. Содержание разделов дисциплины (модуля) «Консалтинг в связях с общественностью», образовательные технологии

Лекционный курс

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
7	Эволюция взглядов на консультирование. Предпосылки и состояние различных видов консалтинга в США, странах Западной Европы и в России.	2	2		Понятие консультирования. Связь консультирования с другими видами деловых профессиональных услуг. Характерные черты консультирования. Цели и структура консалтинга в связях с общественностью. Рынок информационных технологий. Исторические особенности консультирования. Предпосылки и состояние различных видов консалтинга в США, странах Западной Европы и в России. Консалтинг как способ разрешения противоречий внутри социальной системы. Современное состояние и перспективы развития консалтинга.	ПКУВ-1.1; ПКУВ-1.3;	Знать: пути становления и развития российского рынка консультационных услуг; основные категории консалтинга; Уметь: создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации; Владеть: навыками использования нормативных правовых документов в своей деятельности;	, Слайд-лекция
7	Политические технологии в консалтинговом процессе.	2	2		Политический консалтинг в России и его место в общей системе общественных связей. Изучение политической системы общества, исследование ресурсов партийных блоков и лидеров как источник информации в системе политического консалтинга. Психологические характеристики лидера.	ПКУВ-1.2; ПКУВ-1.3;	Знать: систему отечественного законодательства; механизмы применения основных нормативно-правовых актов в связях с общественностью и рекламе, методы проектного планирования; Уметь: научно анализировать социально значимые проблемы и процессы, использовать методы политических, правовых и социально-экономических	, Слайд-лекция

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
							наук в различных видах профессиональной и социальной деятельности; Владеть: навыками анализа, оценки и умением организовать деятельность по проектированию коммуникационного продукта.	
7	Технология связей с общественностью в условиях политического конфликта.	2	2		Приемы и методы упреждающего психологического воздействия, применяемые в политическом общении. Политический консалтинг как комплекс консультационных услуг. Многогранное изучение политической сферы общества, региона. Применение социологических и психологических методов сбора данных при изучении политических структур, процессов и отношений. Особенности взаимодействия информационных технологий и консалтинга. Национальные модели политического консалтинга.	ПКУВ-4.2; ПКУВ-4.1;	Знать: инструментарий экономического анализа исследования консалтингового рынка; закономерности функционирования консалтингового рынка; отечественный и зарубежный опыт в области изучения консалтингового рынка; Уметь: применять выводы теории и концепции, относящиеся к сфере информации, коммуникации и формирования общественного мнения, методы и приемы исследования для анализа проблем, возникающих в ходе профессиональной деятельности PR-специалиста; Владеть: навыками установления необходимых связей со средствами массовой информации, информационными, рекламными агентствами, издательствами, заинтересованными фирмами, государственными и общественными структурами, партиями и движениями;	, Слайд-лекция

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
7	Модели политического консалтинга.	2			Разновидности политического консалтинга. Обзор существующих моделей политического консалтинга. Особенности применения на практике моделей экспертного, процессного и обучающего политического консалтинга. Политический консалтинг как модель формирования политического лидера.	ПКУВ-1.2; ПКУВ-4.2;	Знать: экономические основы функционирования консалтингового рынка; классификации и особенности отдельных видов консалтинга; Уметь: создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивать внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; Владеть: основами применения методов сбора информации о состоянии общественного мнения целевых групп общественности.	, Слайд-лекция
7	Имидж публичного политика. Психологическая структура и пути оптимизации имиджа политика	2			Имидж публичного политика. Методы и приемы формирования политического имиджа. Политическая имиджология и консалтинговая стратегия. Психологическая структура имиджа политического лидера и пути ее оптимизации. Роль психологии делового общения в деятельности политического лидера.	ПКУВ-1.1; ПКУВ-1.2; ПКУВ-4.1;	Знать: этические и правовые нормы, регулирующие взаимоотношения в обществе для дальнейшего учитывания их в профессиональной деятельности; Уметь: осуществлять качественный и количественный анализ различных явлений и процессов; Владеть: приемами и методами сбора, хранения и обработки информации, в том числе с использованием электронно-вычислительной техники; способностью участвовать в дискуссиях	, Лекция-беседа

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
							по профессиональным проблемам;	
7	Этапы избирательной кампании и формирования электорального мнения и поведения.	4			Подготовительный и предвыборный этапы. Политическая реклама и ее воздействие на политическое сознание и электоральные предпочтения аудитории. Планирование избирательной кампании. Особенности деятельности политического консультанта во время избирательной кампании. Стратегия и тактика избирательной кампании. Роль средств массовой информации в формировании политического сознания. «Информационные войны» в условиях избирательной кампании. Этапы и методы информационного воздействия СМИ на формирование политических предпочтений. Социологическое обеспечение избирательной кампании. Методы изучения механизмов формирования общественного мнения в политической сфере.	ПКУВ-1.1; ПКУВ-1.3; ПКУВ-4.1;	Знать: основные виды аналитических документов и правила их написания. Уметь: проводить комплексный анализ социально-политической ситуации или конкретного объекта необходимый для реализации консалтингового проекта; Владеть: навыками использования нормативных правовых документов в своей деятельности; основами применения методов сбора информации о состоянии общественного мнения целевых групп общественности.	Слайд-лекция
7	Принятие управленческих решений и стиль лидерства.	3			Организационное развитие как политическая деятельность и его место в политическом консалтинге. Принятие управленческих решений и стиль лидерства. Реализация системы	ПКУВ-1.3; ПКУВ-4.2;	Знать: систему отечественного законодательства; механизмы применения основных нормативно-правовых актов в связях с общественностью и рекламе; Уметь: анализировать социально-	, Слайд-лекция

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					<p>консалтинговых мер. Управленческое консультирование. Понятие процесса управленческого консультирования. Организация процессов управленческого консалтинга и их характеристика. Консультации по оптимизации структуры политической организации. Выявление соответствующих сегментов политического рынка и категорий клиентов. Технология социально-политического моделирования. Выработка рекомендаций по реорганизации политической структуры и политических процессов. Разработка концепции консультационной услуги в системе антикризисного политического управления и регулирования.</p>		<p>политическую информацию, проводить социологические исследования. Владеть: культурой мышления и публичного выступления; умением правильно и логично оформить свои мысли в устной и письменной форме;</p>	
	ИТОГО:	17	6					

5.5. Практические занятия, их наименование, содержание и объем в часах

Сем	№ раздела дисциплины	Наименование практических занятий	Объем в часах		
			ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6
7/8	Эволюция взглядов на консультирование. Предпосылки и состояние различных видов консалтинга в США, странах Западной Европы и в России.	Эволюция взглядов на консультирование. Предпосылки и состояние различных видов консалтинга в США, странах Западной Европы и в России.	4		
7/8	Политические технологии в консалтинговом процессе.	Политические технологии в консалтинговом процессе.	4		
7/8	Технология связей с общественностью в условиях политического конфликта.	Технология связей с общественностью в условиях политического конфликта.	4		
7/8	Модели политического консалтинга.	Модели политического консалтинга.	4	2	
7/8	Имидж публичного политика. Психологическая структура и пути оптимизации имиджа политика	Имидж публичного политика. Психологическая структура и пути оптимизации имиджа политика	4	2	
7/8	Этапы избирательной кампании и формирования электорального мнения и поведения.	Этапы избирательной кампании и формирования электорального мнения и поведения.	8	2	
7/8	Принятие управленческих решений и стиль лидерства.	Принятие управленческих решений и стиль лидерства.	6	2	
	ИТОГО:		34	8	

Симуляционные занятия, их наименование, содержание и объем в часах

Учебным планом не предусмотрено

5.6. Лабораторные занятия, их наименование и объем в часах

Учебным планом не предусмотрено

5.7. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Учебным планом не предусмотрено

5.8. Самостоятельная работа студентов

Содержание и объем самостоятельной работы студентов

Сем	Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения	Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения	Сроки выполнения	Объем в часах		
				ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6	7
7/8	Эволюция взглядов на консультирование. Предпосылки и состояние различных видов консалтинга в США, странах Западной Европы и в России.	Подготовить ответы на вопросы:1. Суть понятия «консультирование». Характерные черты консультирования.2. Исторические особенности консультирования.3. Цели и структура консалтинга в связях с общественностью.4. Консалтинг как способ разрешения противоречий внутри социальной системы.5. Современное состояние и перспективы развития консалтинга.	1-2 неделя	8	12	
7/8	Политические технологии в консалтинговом процессе.	Подготовить ответы на вопросы:1. Политические технологии и их место в консалтинговой структуре. 2. Когда начал складываться политический консалтинг как отдельная область консультационных услуг и системы политических знаний?3. Структура консалтингового проекта.4. Перечислите методы продвижения консалтинговых услуг.	3-4 неделя	8	13	
7/8	Технология связей с общественностью в условиях политического конфликта.	Подготовить ответы на вопросы:1. Технология связей с общественностью в условиях политического конфликта.2. Применение социологических и психологических методов сбора данных в изучении политических структур, процессов и отношений.4. Особенности взаимодействия информационных технологий и консалтинга.5. Национальные идеи политического консалтинга.	5-6 неделя	8	13	
7/8	Модели политического консалтинга.	Подготовить ответы на вопросы:1. Разновидности политического консалтинга.2. Основные модели политического консалтинга. 3. Перечислите методы сбора данных в изучении политических структур, процессов и отношений. 4. Какими методами можно изучать политическую систему общества?	7-8 неделя	8	13	
7/8	Имидж публичного политика. Психологическая структура и пути оптимизации имиджа политика	Подготовить ответы на вопросы:1. Методы и приемы формирования политического имиджа.2. Психологическая структура имиджа политического лидера и пути ее оптимизации.3. Роль психологии делового общения в деятельности политического лидера.	9-10 неделя	8	13	
7/8	Этапы избирательной кампании и формирования электорального мнения и поведения.	Подготовить ответы на вопросы:1. Подготовительный и предвыборный этапы.2. Политическая реклама и ее воздействие на политическое сознание и электоральные предпочтения аудитории.3. Планирование избирательной кампании. Стратегия и тактика избирательной кампании.4. Роль средств массовой информации в формировании политического сознания.5. Приемы и методы убеждающего воздействия на людей в процессе политического общения.6. Социологическое обеспечение избирательной кампании.	11-14 неделя	8	13	
7/8	Принятие управленческих решений и стиль лидерства.	Подготовить ответы на вопросы:1. Принятие управленческих решений с помощью политических консультантов, консалтинговых служб и фирм.2. Понятие процесса управленческого консультирования.3. Организация процессов управленческого консалтинга и их характеристика.4. Технология социально-политического моделирования.5. Разработка концепции консультационной услуги в системе антикризисного политического управления и регулирования.	15-17 неделя	9	13	
ИТОГО:				57	90	

Сем	Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения	Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения	Сроки выполнения	Объем в часах		
				ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6	7

5.9. Календарный график воспитательной работы по дисциплине

Учебным планом не предусмотрено

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).

6.1. Методические указания (собственные разработки)

Название	Ссылка
Методические рекомендации по изучению курса "Консалтинг в связях с общественностью" : для студентов очной формы обучения / Федер. агентство по образованию, Майкоп. гос. технол. ун-т, Фак. новых соц. технологий, Каф. коммуникации и связей с общественностью ; [сост. С.Р. Жане]. - Майкоп : МГТУ, 2008. - 90 с. - Прил.: с. 71-88. - Глоссарий: с. 31-70	http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=0000937&DOK=0043B2&BASE=000001&time=1659906343&sign=7f05835ad5ed0288c75580f9023c87a

6.2. Литература для самостоятельной работ

Название	Ссылка
Черепанов, В.Д. Реклама и связи с общественностью в кризисных ситуациях: Учебное пособие. - М: РУТ, 2018. - 170с.	https://znanium.com/read?id=415952
Гундприн, М.В. Книга руководителя отдела PR: практические рекомендации. - СПб: Питер, 2009. - 336с.	https://znanium.com/read?id=379660
Кривонос, А.Д., Филатова, О.Г., Шишкина М.А. Основы теории связей с общественностью: Учебник для вузов. - СПб: Питер, 2018. - 288с.	https://znanium.com/read?id=379274

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.



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

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласно учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
ПКУВ-1.3 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта			
5	7		Поведение потребителей
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	67		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
5	6		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
5	56		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	9		Антикризисный PR
8	9		Внутрикорпоративный PR
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
ПКУВ-1.1 Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации			
5	7		Поведение потребителей
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	67		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	9		Антикризисный PR
8	9		Внутрикорпоративный PR
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
ПКУВ-1.2 Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью			
8	9		Преддипломная практика



Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
6	7		Брендинг территории
6	7		Медиакарта региона
7	8		Медиарилейшнз
7	8		Имиджелогия
8	9		Антикризисный PR
8	9		Внутрикорпоративный PR
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
5	7		Поведение потребителей
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
56	67		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
ПКУВ-4.1 Формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ			
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
5	6		Инновационные технологии в рекламе
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
56	67		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
56	67		Организация рекламных и PR-кампаний
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR- продукта
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса
ПКУВ-4.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии			
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
5	6		Инновационные технологии в рекламе
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
7	8		Консалтинг в связях с общественностью
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
56	67		Модуль получения квалификации "Агент рекламный"
56	67		Организация рекламных и



Этапы формирования компетенции (номер семестр согласно учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			PR-кампаний
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR- продукта
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
67	67		Проектный практикум
67	67		Маркетинговые технологии проектного бизнеса

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-1: Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах					
ПКУВ-1.1 Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации					
Знать: технологии маркетинговых коммуникаций; принципы создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; внутренние и внешние коммуникации в том числе с государственным и органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; общеизвестные и нестандартные методики построения кампании в условиях кризиса, определение восприятия реальности, способы разрешения конфликтных ситуаций	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания, зачет
Уметь: обеспечивать внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственным и органами,	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; анализировать кризисные ситуации, оперативно принимать решения, использовать принцип решения управленческих задач, в основе которого заложен принцип согласования интересов					
Владеть: навыками создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации с внутренними и внешними коммуникациями, в том числе с государственным и органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; навыками формирования методов антикризисной деятельности с учетом особенностей менталитета, традиций и тенденций развития	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-1: Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах					
ПКУВ-1.2 Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью					
Знать: способы применения теории, инструментов и приемов маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания, зачет



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
;					
Уметь: Анализировать и систематизировать теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками использования теории, инструментов и приемов маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-1: Способен осуществлять профессиональные функции в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью в различных структурах					
ПКУВ-1.3 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта					
Знать: правила участия в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания, зачет
Уметь: определять участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками участия в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
продукта;					
ПКУВ-4: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий					
ПКУВ-4.1 Формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ					
Знать: основные методы формирования бюджета реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания, зачет
Уметь: разрабатывать бюджет реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ с использованием разных методов;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками формирования бюджета реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-4: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий					
ПКУВ-4.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии					
Знать: основы планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий, специфику, принципы, методик, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности коммуникационных кампаний, составляющих их PR операций и мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы PR-менеджера в организациях различного типа;	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания, зачет
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
соответствии с PR программой и информационно-коммуникативными стратегиями организации; практически использовать методологию социологического анализа при планировании коммуникационных кампаний и мероприятий; измерять эффекты и эффективность коммуникации в рамках специальных мероприятий					
Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационных задач коммерческих структур; навыками планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий с учетом результатов социологических исследований	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

7.3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы рефератов:

1. Становление и развитие политического консалтинга.
2. Политический консалтинг в общей системе консультационных услуг.
3. Социология политики как методологическая основа формирования концепции



политического консалтинга.

4. Изучение политической системы общества и исследование политических ресурсов партийных блоков и лидеров.

5. Методы сбора данных в изучении политических структур, процессов и отношений.

6. Модели политического консалтинга.

7. Политический консалтинг в системе анализа политической системы и изучения политических отношений в обществе.

8. Консультационные услуги как инструмент устранения и смягчения политических конфликтов.

9. Политический аудит как инструмент диагностики.

10. Социология политического конфликта.

11. Использование современных информационных технологий в качестве механизма регулирования политических конфликтов.

12. Организационное поведение в кризисных политических ситуациях.

13. Методика и техника проведения мониторинга социально-политических процессов.

14. Политический консалтинг в системе прогнозирования политических процессов и принятия политических решений.

15. Управленческие решения в политической сфере.

16. Планирование политической деятельности.

17. Организационное развитие как политическая деятельность и его место в политическом консалтинге.

18. Принятие управленческих решений с помощью политических консультантов, консалтинговых служб и фирм.

19. Управленческое консультирование в сфере оптимизации структуры политической организации. 20. Консалтинговые услуги по выявлению соответствующих сегментов политического рынка и категорий клиентов.

21. Применение политического консалтинга в системе общественных связей и в системе информационно-коммуникационных процессов.

22. Технология социально-политического моделирования.

23. Имидж политического лидера и политической структуры.

24. Методика оказания консультационных услуг по формированию и поддержанию имиджа политической структуры и лидера.

25. Планирование политических кампаний и PR-акций в России.

26. Исследование приемов политической борьбы.

27. Учет в политических кампаниях и акциях ценностей массового политического сознания.



28. Программы участников политических акций.

29. Приемы и методы убеждающего психологического воздействия на людей в процессе политического общения.

30. Стратегия и тактика избирательной кампании.

31. Медиапланирование. Структура и показатели медиаплана.

32. Медиапланирование политической рекламы: распределение рекламных бюджетов в различных средствах массовой информации и рекламы.

33. Технология социально-политического моделирования.

34. Политический менеджер: планирование переговорного процесса и различных акций.

35. Политическая реклама и ее воздействие на политическое сознание и электоральные предпочтения аудитории.

36. Этапы избирательной кампании и формирования электорального мнения и поведения.

37. Информационное воздействие средств массовой информации на формирование политических предпочтений.

38. Социологическое изучение механизмов формирования общественного мнения в политической сфере.

39. Изучение массовых информационных потоков в политической системе.

40. Исследование массовых политических коммуникаций в рамках политического консалтинга.

41. Консалтинговые услуги в области бренд-менеджмента.

42. Консалтинговые услуги в оптимизации внутрикорпоративных отношений.

43. PR-консалтинговые услуги по повышению инвестиционной привлекательности организации.

Тесты по дисциплине:

1. До тех пор пока терминология политического консалтинга не была выработана, функции политических консультантов выполняли:

- а) кофешенки, тафельдекеры;
- б) мажордомы, кухмистеры;
- в) секретари, мудрецы, советники, астрологи.

2. Профессиональное консультирование электоральных кампаний сформировалось:

- а) во Франции в конце XX века;
- б) в США в середине XX века;



в) В Великобритании в начале XX века;

3. Самым древним прикладным руководством политических консультантов, в котором намечены методологические подходы к стратегическому и тактическому планированию политической деятельности является:

а) Древнекитайские стратагемы;

б) труды Платона и Аристототеля «Политика», «Государство», «Законы»;

в) Махабхарата.

4. Современный информационный рынок включает следующие взаимодействующие области:

а) информацию; электронные сделки; электронные коммуникации;

б) интернет, электронные биржи, ценные бумаги;

в) мобильные банки, клиентские базы, интернет-посредники;

5. Периодом активного становления рынка информационных технологий в России можно считать:

а) 1991-1992 гг.;

б) 1994-1995 гг.;

в) 1992-1993 гг.

6. Что не является характерной чертой современных информационных технологий:

а) компьютерная обработка информации;

б) хранение больших объёмов информации на машинных носителях;

в) наличие спама и шпионских программ;

г) передача информации на любые расстояния в кратчайшие сроки.

7. Основателем Американской ассоциации политических консультантов является:

а) Рэймонд Стразер;

б) Джозеф Наполитан;

в) Роберт В. Фриденберг.

8. Становление консалтингового бизнеса во многом связано с распространением:

а) интегрированных информационных систем класса управления ресурсами предприятия;

б) теории политической коммуникативистики;

в) линейной модели коммуникации.



9. Что не относится к числу важнейших характеристик американской модели политического консультирования?

- а) приоритетная роль государства в информационно-коммуникационных процессах;
- б) высокий уровень институализации и легализации бизнеса;
- в) персонализация избирательных кампаний;
- г) доминирующая роль СМИ в политической коммуникации.

10. Что не относится к факторам, затрудняющим развитие профессионального политического консультирования в странах Западной Европы?

- а) партийные структуры в этом регионе оказались более устойчивыми;
- б) финансовое ограничение деятельности политических консультантов;
- в) идеологические разделительные линии гораздо прочнее отпечатались в сознании избирателей;
- г) законодательство большинства европейских стран устанавливало многочисленные ограничения на пути применения современных методов политической коммуникации
- д) небольшие размеры стран и малое количество избирательных кампаний.

11. В России парламентские выборы 1995 года обозначили начало процесса движения политического консалтинга от:

- а) заимствованной американской модели к российской модели политического консалтинга;
- б) от модели смешанного типа к западноевропейской модели политического консалтинга;
- в) доминирующей внешней модели к смешанному типу политического консалтинга.

12. Какой национальной модели политического консалтинга по типологии Петера Радунски не существует?

- а) американской;
- б) французской;
- в) английской;
- г) германской.

13. Какие факторы не влияют на формирование национальных моделей политического консалтинга (выберите два или более варианта ответа)?

- а) наличие фундаментальных знаний в области политического консультирования;
- б) уровень развития экономики;
- в) степень демократизации общества;
- г) уровень развития института права собственности;
- д) историко-культурные особенности развития общества и государства



е) степень участия и активность граждан в политической жизни.

14. Какие функции выполняет имидж политика (выберите два или более варианта ответа)?

- а) произведение запланированного впечатления;
- б) грамотная мотивация;
- в) быструю реакцию на изменение общественного мнения.
- г) правильное позиционирование.

15. К наиболее значимым психологическим характеристикам лидера относятся?

- а) агрессивность внешность;
- б) лидерство, коммуникабельность, способность вырабатывать и генерировать социальные идеи;
- в) психологические особенности, манеры, честность;
- г) политическая и национально-этническая принадлежность.

16. С точки зрения психологии в структуре политического имиджа обязательно должны выделяться:

- а) как достоинства, так и определенные недостатки своего «прообраза»;
- б) только достоинства своего «прообраза»;
- в) только недостатки своего «прообраза».

17. Что такое «имидж»?

- а) известность;
- б) внешний вид;
- в) желательная модель лучшего будущего;
- г) образ субъекта, воспринимаемый другими.

18. Какие из перечисленных технологий связей с общественностью применимы в условиях политического конфликта (выберите два или более варианта ответа):

- а) компромат и «информационные войны»;
- б) игнорирование информационной атаки;
- в) противодействие «черному PR»;
- г) «серый PR»;
- д) технология «Имей свою версию. Расскажи все. Расскажи быстро».

19. Какие два направления можно выделить в рамках информационно-аналитического обеспечения избирательной кампании (выберите два или более варианта ответа)?



- а) вхождение в политическое сообщество; вхождение в политическое сообщество;
- б) исследование округа накануне выборов, т.е. за несколько месяцев до их назначения;
- в) обеспечение информационно-аналитической поддержки планируемой избирательной кампании;
- г) укрепление известности в расчете на будущие выборы.

20. Социологическое обеспечение избирательной кампании поможет (выберите два или более варианта ответа):

- а) выявить проблемные моменты, на путях решения которых может быть сосредоточена предвыборная программа кандидата;
- б) выявить рейтинг кандидата и факторы, которые могли бы способствовать его росту;
- в) спрогнозировать результаты выборов.
- г) скорректировать мнение избирателей;

21. Сегментирование электората - это?

- а) выделение целевой группы избирателей по политическим убеждениям;
- б) формирование образа кандидата у целевой аудитории;
- в) выделение групп избирателей, ведущих себя одинаково по отношению к кандидату или политической партии.

22. Комплекс мероприятий информационного влияния на массовое сознание в условиях информационной открытости для изменения поведения людей и навязывания им целей, которые не входят в их интересы - это?

- а) информационная война;
- б) информационная блокада;
- в) формирование «повестки дня»;
- г) «серый PR».

23. Под стратегией избирательной кампании понимается:

- а) воздействие на выделенные группы субъектов политического консалтинга;
- б) информирование населения о кандидате, основных целях его программы, формирование у избирателей мнения, суждения, убеждения, оценки, установки, ориентирующие их на поддержку именно этого кандидата;
- в) общая направленность, содержание и порядок действий кандидата и его команды по достижению поставленных целей.

24. Что из перечисленного относится к приемам упреждающего психологического воздействия (выберите два или более варианта ответа)?

- а) смена темы беседы;
- б) маскировка;



в) управление поведением действительного или потенциального противника, в частности, его намерениями;

г) стремление показать свое безразличие, или псевдо-невнимательность.

25. Перспективным направлением политического консалтинга в России является:

а) инжиниринг;

б) фандрайзинг;

в) спиндоктринг;

в) лоббирование.

Вопросы к зачету:

1. Понятие консультирования.

2. Связь консультирования с другими видами деловых профессиональных услуг.

3. Характерные черты консультирования.

4. Цели и структура консалтинга в связях с общественностью.

5. Эволюция взглядов на консультирование.

6. Консалтинг как способ разрешения противоречий внутри социальной системы.

7. Спецификация консультирования в связях с общественностью.

8. Национальные модели консалтинга.

9. Современное состояние и перспективы развития консалтинга.

10. Технология связей с общественностью в условиях политического конфликта.

11. Политический консалтинг как комплекс консультационных услуг и многогранное изучение политической сферы общества, региона.

12. Изучение политической системы общества и исследование ресурсов партийных блоков и лидеров как источник информации в системе политического консалтинга.

13. Применение социологических и психологических методов сбора данных в изучении политических структур, процессов и отношений.

14. Особенности взаимодействия информационных технологий и консалтинга.

15. Типология политических технологий.

16. Различные виды консалтинга (финансовый, маркетинговый, организационный, кадровый, управленческий, политический).

17. Стадии консалтингового проекта.

18. Роль и ответственность консультанта.

19. Истоки, виды и формы российского политического консалтинга.



20. Анализ взаимодействия различных информационных ресурсов.
21. Разновидности политического консалтинга.
22. Обзор моделей политического консалтинга.
23. Особенности применения на практике моделей экспертного, процессного и обучающего политического консалтинга.
24. Политический консалтинг как модель формирования политического лидера.
25. Имидж публичного политика.
26. Методы и приемы формирования политического имиджа.
27. Политическая имиджелогия и консалтинговая стратегия.
28. Психологическая структура имиджа политического лидера и пути ее оптимизации.
29. Роль психологии делового общения в деятельности политического лидера.
30. Этапы избирательной кампании и формирования электорального мнения и поведения.
31. Подготовительный и предвыборный этапы избирательной кампании.
32. Политическая реклама и ее воздействие на политическое сознание.
33. Стратегия и тактика избирательной кампании.
34. Роль средств массовой информации в формировании политического сознания.
35. «Информационные войны» в условиях избирательной кампании.
36. Приемы и методы убеждающего воздействия на людей в процессе политического общения.
37. Психология делового общения в деятельности политического лидера.
38. Этапы и методы информационного воздействия СМИ на формирование политических предпочтений.
39. Социологическое обеспечение избирательной кампании. Методы изучения механизмов формирования общественного мнения в политической сфере.
40. Управленческие решения в политической сфере.
41. Планирование политической деятельности.
42. Принятие управленческих решений с помощью политических консультантов, консалтинговых служб и фирм.
43. Реализация системы консалтинговых мер.
44. Понятие процесса управленческого консультирования. Организация процессов управленческого консалтинга и их характеристики.
45. Консультации по оптимизации структуры политической организации.
46. Технология социально-политического моделирования.



47. Выработка рекомендаций по реорганизации политической структуры и политических процессов.

48. Разработка концепции консультационной услуги в системе антикризисного политического управления и регулирования.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию реферата

Реферат - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой письменное или устное сообщение по представлению полученных результатов определенной темы.

Цель подготовки реферата: сформировать научно-исследовательские навыки и умения у обучающегося; способствовать овладению методами научного познания; освоить навыки публичного выступления; научиться критически мыслить.

Текст реферата должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован и включать введение, основную часть, заключение.

Критерии оценивания реферата:	
«отлично»	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Представленная информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Широко использованы информационные технологии. Отсутствуют ошибки в представляемой информации. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений. Выводы обоснованы.
«хорошо»	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или не все обоснованы. Представленная информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов. Используются информационные технологии. На дополнительные вопросы даны неполные ответы.
«удовлетворительно»	Проблема раскрыта не полностью. Представленная информация не систематизирована или не последовательна. Используются 1-2 профессиональных термина. Используются информационные технологии частично. Допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствуют выводы.
«неудовлетворительно»	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.



Основные принципы тестирования, следующие:

– связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

– объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

– справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

– систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 50 % тестовых заданий;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Критерии оценки знаний студентов на зачете

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.



8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8.1. Основная литература

Название	Ссылка
Черепанов, В.Д. Реклама и связи с общественностью в кризисных ситуациях: Учебное пособие. - М: РУТ, 2018. - 170с.	https://znanium.com/read?id=415952
Гундприн, М.В. Книга руководителя отдела PR: практические рекомендации. - СПб: Питер, 2009. - 336с.	https://znanium.com/read?id=379660

8.2. Дополнительная литература

Название	Ссылка
Методические рекомендации по изучению курса "Консалтинг в связях с общественностью" : для студентов очной формы обучения / Федер. агентство по образованию, Майкоп. гос. технол. ун-т, Фак. новых соц. технологий, Каф. коммуникации и связей с общественностью ; [сост. С.Р. Жане]. - Майкоп : МГТУ, 2008. - 90 с. - Прил.: с. 71-88. - Глоссарий: с. 31-70	http://lib.mkgtu.ru:8002/libdata.php?id=0000937&DOK=0043B2&BASE=000001&time=1659906343&sign=7f05835ad5edd0288c75580f9023c87a
Кривонос, А.Д., Филатова, О.Г., Шишкина М.А. Основы теории связей с общественностью: Учебник для вузов. - СПб: Питер, 2018. - 288с.	https://znanium.com/read?id=379274

8.3. Информационно-телекоммуникационные ресурсы сети «Интернет»

Znanium.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО "Научно-издательский центр Инфра-М". - Москва, 2011 - - URL: <http://znanium.com/catalog> (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. <http://znanium.com/catalog/> IPRBooks. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания "Ай Пи Ар Медиа". - Саратов, 2010 - . - URL: <http://www.iprbookshop.ru/586.html> - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст электронный. Является распространенным образовательным электронным ресурсом для высших и средних специальных учебных заведений, научно-исследовательских институтов, публичных библиотек, приобретающих корпоративный доступ для своих обучающихся, преподавателей и т.д. ЭБС включает учебную и научную литературу по направлениям подготовки высшего и среднего профессионального образования. <http://www.iprbookshop.ru/586.html> Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. - Москва, 2004 - - URL: <https://нэб.рф/>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, - от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов. РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: <http://nlr.ru/>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. "... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации - служит российской культуре и науке, хранит



национальную память, способствует просвещению населяющих Россию народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени." (цитата с сайта РНБ: http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today) <https://нэб.пф/eLIBRARY.RU> : научная электронная библиотека : сайт. - Москва, 2000. - . - URL: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Платформа eLIBRARY.RU была создана в 1999 году по инициативе Российского фонда фундаментальных исследований для обеспечения российским ученым электронного доступа к ведущим иностранным научным изданиям. С 2005 года eLIBRARY.RU начала работу с русскоязычными публикациями и ныне является ведущей электронной библиотекой научной периодики на русском языке в мире. <https://elibrary.ru/defaultx.asp> ИНДУСТРИЯ РЕКЛАМЫ - ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫЙ ПОРТАЛ - <https://adindustry.ru/> Информационно-справочный портал индустрии рекламы представляет информацию по широкому кругу вопросов, связанных с теорией и практикой рекламной деятельности: справочные документы, тематические статьи, обзор ситуации на рынке рекламы, российский и международный опыт, исследования, стандарты, персоны, организации, ресурсы. Всё для изучения и развития рекламного дела. Рекламный рейтинг: Лучшие рекламные агентства России 2021-2022 : сайт - 2006. - URL: <https://www.alladvertising.ru/>. Режим доступа: свободный. Текст: электронный. Портал о рекламе Advertology.Ru - все о рекламе, маркетинге и PR (© "РИП-холдинг") : сайт - 1999. - URL: <http://www.advertology.ru/>. Режим доступа: свободный. Текст: электронный. Sostav.ru - новости рекламы и маркетинга (© Sostav.ru) : сайт - 1998. - URL: <https://www.sostav.ru/>. Режим доступа: свободный. Текст: электронный. КонсультантПлюс : справочно правовая система: [сайт]. - Москва, 1997. - 2021. - URL: <http://www.consultant.ru/about/>. - Режим доступа: с компьютеров университета (локальная версия). - Текст: электронный. Масштабные некоммерческие проекты КонсультантПлюс разработаны в помощь бухгалтерам и финансовым специалистам, юристам, студентам юридических и экономических специальностей. <https://adindustry.ru/> Периодические издания доступные обучающимся и сотрудникам ФГБОУ ВО МГТУ по подписке и на основании контрактов и лицензионных соглашений. </index.php/resursy/37-periodicheskie-izdaniya>



9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Раздел / Тема с указанием основных учебных элементов	Методы обучения	Способы (формы) обучения	Средства обучения	Формируемые компетенции/ трудовые функции
<p>Тема 1. Эволюция взглядов на консультирование. Предпосылки и состояние различных видов консалтинга в США, странах Западной Европы и в России.</p> <p>Понятие консультирования. Связь консультирования с другими видами деловых профессиональных услуг. Характерные черты консультирования. Цели и структура консалтинга в связях с общественностью.</p> <p>Рынок информационных технологий.</p> <p>Исторические особенности консультирования. Предпосылки и состояние различных видов консалтинга в США, странах Западной Европы и в России. Консалтинг как способ разрешения противоречий внутри социальной системы. Современное состояние и перспективы развития консалтинга.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ - 1.1., ПКУВ - 3.1.</p>
<p>Тема 2. Политические технологии в консалтинговом процессе.</p> <p>Политический консалтинг в России и его место в общей системе общественных связей. Изучение политической системы общества, исследование ресурсов партийных блоков и лидеров как источник информации в системе политического консалтинга. Психологические характеристики лидера.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ - 1.2, ПКУВ - 1.3.</p>

<p>Тема 3. Технология связей с общественностью в условиях политического конфликта.</p> <p>Приемы и методы упреждающего психологического воздействия, применяемые в политическом общении. Политический консалтинг как комплекс консультационных услуг. Многогранное изучение политической сферы общества, региона. Применение социологических и психологических методов сбора данных при изучении политических структур, процессов и отношений. Особенности взаимодействия информационных технологий и консалтинга. Национальные модели политического консалтинга.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная</p> <p>(изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ - 4.1., РКУВ - 4.2.</p>
<p>Тема 4. Модели политического консалтинга.</p> <p>Разновидности политического консалтинга.</p> <p>Обзор существующих моделей политического консалтинга. Особенности применения на практике моделей экспертного, процессного и обучающего политического консалтинга. Политический консалтинг как модель формирования политического лидера.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная</p> <p>(изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ - 1.2., ПКУВ - 4.2.</p>
<p>Тема 5. Имидж публичного политика. Психологическая структура и пути оптимизации имиджа политика</p> <p>Имидж публичного политика. Методы и приемы формирования политического имиджа.</p> <p>Политическая имиджелогия и консалтинговая стратегия. Психологическая структура имиджа политического лидера и пути ее оптимизации. Роль психологии делового общения в деятельности политического лидера.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная</p> <p>(изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ - 1.1., ПКУВ - 1.2., ПКУВ - 4.1.</p>
<p>Тема 6. Этапы избирательной кампании и формирования электорального мнения и поведения.</p> <p>Подготовительный и предвыборный этапы. Политическая реклама и ее воздействие на политическое сознание и электоральные предпочтения аудитории. Планирование избирательной кампании. Особенности деятельности политического консультанта во время избирательной кампании. Стратегия и тактика избирательной кампании. Роль средств массовой информации в формировании политического сознания. «Информационные войны» в</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная</p> <p>(изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ - 1.1., ПКУВ - 1.3., ПКУВ - 4.1.</p>

<p>условиях избирательной кампании. Этапы и методы информационного воздействия СМИ на формирование политических предпочтений. Социологическое обеспечение избирательной кампании. Методы изучения механизмов формирования общественного мнения в политической сфере.</p>				
<p>Тема 7. Принятие управленческих решений и стиль лидерства.</p> <p>Организационное развитие как политическая деятельность и его место в политическом консалтинге. Принятие управленческих решений и стиль лидерства. Реализация системы консалтинговых мер. Управленческое консультирование. Понятие процесса управленческого консультирования. Организация процессов управленческого консалтинга и их характеристика. Консультации по оптимизации структуры политической организации. Выявление соответствующих сегментов политического рынка и категорий клиентов. Технология социально-политического моделирования. Выработка рекомендаций по реорганизации политической структуры и политических процессов. Разработка концепции консультационной услуги в системе антикризисного политического управления и регулирования.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ - 1.3, ПКУВ - 4.2.</p>

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

10.1. Перечень необходимого программного обеспечения

Название
7-Zip Свободная лицензия
Adobe Reader DC Свободная лицензия
Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095
Офисный пакет Microsoft office 2016 Договор от 26.05.2020 № 32009117096 Договор от 17.01.2019 № 31908696765
Отладчик OllyDbg Свободная лицензия

10.2. Перечень необходимых информационных справочных систем:

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам:

Название
Znaniyum.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО 'Научно-издательский центр Инфра-М'. - Москва, 2011 - - URL: http://znaniyum.com/catalog (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. http://znaniyum.com/catalog/
Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. - Москва, 2004 - - URL: https://нэб.рф/ . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, - от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов.РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: http://nlr.ru/ . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. '... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации - служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населяющих Россию народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени.' (цитата с сайта РНБ: http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today) https://нэб.рф/
eLIBRARY.RU. : научная электронная библиотека : сайт. - Москва, 2000. - - URL: https://elibrary.ru/defaultx.asp . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Платформа eLIBRARY.RU была создана в 1999 году по инициативе Российского фонда фундаментальных исследований для обеспечения российским ученым электронного доступа к ведущим иностранным научным изданиям. С 2005 года eLIBRARY.RU начала работу с русскоязычными публикациями и ныне является ведущей электронной библиотекой научной периодики на русском языке в мире. https://elibrary.ru/defaultx.asp
ИНДУСТРИЯ РЕКЛАМЫ - ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫЙ ПОРТАЛ - https://adindustry.ru/ Информационно-справочный портал индустрии рекламы представляет информацию по широкому кругу вопросов, связанных с теорией и практикой рекламной деятельности: справочные документы, тематические статьи, обзор ситуации на рынке рекламы, российский и международный опыт, исследования, стандарты, персоны, организации, ресурсы. Всё для изучения и развития рекламного дела.Рекламный рейтинг: Лучшие рекламные агентства России 2021-2022 : сайт - 2006. - URL: https://www.alladvertising.ru/ . Режим доступа: свободный. Текст: электронный.Портал о рекламе Advertology.Ru - все о рекламе, маркетинге и PR (© 'РИП-холдинг') : сайт - 1999. - URL: http://www.advertology.ru/ . Режим доступа: свободный. Текст: электронный.Sostav.ru - новости рекламы и маркетинга (© Sostav.ru) : сайт - 1998. - URL: https://www.sostav.ru/ . Режим доступа: свободный. Текст: электронный.КонсультантПлюс : справочно правовая система: [сайт]. - Москва, 1997. - 2021. - URL: http://www.consultant.ru/about/ . - Режим доступа: с компьютеров университета (локальная версия). - Текст: электронный.Масштабные некоммерческие проекты КонсультантПлюс разработаны в помощь бухгалтерам и финансовым специалистам, юристам, студентам юридических и экономических специальностей. https://adindustry.ru/



Для обучающихся обеспечен доступ (удаленный доступ) к следующим современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам:

Название
Znaniium.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО 'Научно-издательский центр Инфра-М'. - Москва, 2011 - - URL: http://znaniium.com/catalog (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. http://znaniium.com/catalog/
Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. - Москва, 2004 - - URL: https://нэб.рф/ . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, - от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов.РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: http://nlr.ru/ . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. '... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации - служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населяющих Россию народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени.' (цитата с сайта РНБ: http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today) https://нэб.рф/
eLIBRARY.RU. : научная электронная библиотека : сайт. - Москва, 2000. - . - URL: https://elibrary.ru/defaultx.asp . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Платформа eLIBRARY.RU была создана в 1999 году по инициативе Российского фонда фундаментальных исследований для обеспечения российским ученым электронного доступа к ведущим иностранным научным изданиям. С 2005 года eLIBRARY.RU начала работу с русскоязычными публикациями и ныне является ведущей электронной библиотекой научной периодики на русском языке в мире. https://elibrary.ru/defaultx.asp
Периодические издания доступные обучающимся и сотрудникам ФГБОУ ВО МГТУ по подписке и на основании контрактов и лицензионных соглашений. /index.php/resursy/37-periodicheskie-izdaniya
ИНДУСТРИЯ РЕКЛАМЫ - ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫЙ ПОРТАЛ - https://adindustry.ru/ Информационно-справочный портал индустрии рекламы представляет информацию по широкому кругу вопросов, связанных с теорией и практикой рекламной деятельности: справочные документы, тематические статьи, обзор ситуации на рынке рекламы, российский и международный опыт, исследования, стандарты, персоны, организации, ресурсы. Всё для изучения и развития рекламного дела.Рекламный рейтинг: Лучшие рекламные агентства России 2021-2022 : сайт - 2006. - URL: https://www.alladvertising.ru/ . Режим доступа: свободный. Текст: электронный.Портал о рекламе Advertology.Ru - все о рекламе, маркетинге и PR (© 'РИП-холдинг') : сайт - 1999. - URL: http://www.advertology.ru/ . Режим доступа: свободный. Текст: электронный.Sostav.ru - новости рекламы и маркетинга (© Sostav.ru) : сайт - 1998. - URL: https://www.sostav.ru/ . Режим доступа: свободный. Текст: электронный.КонсультантПлюс : справочно правовая система: [сайт]. - Москва, 1997. - 2021. - URL: http://www.consultant.ru/about/ . - Режим доступа: с компьютеров университета (локальная версия). - Текст: электронный.Масштабные некоммерческие проекты КонсультантПлюс разработаны в помощь бухгалтерам и финансовым специалистам, юристам, студентам юридических и экономических специальностей. https://adindustry.ru/



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

Наименования специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типов (5-5-19). 385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского/ ул.Пролетарская, дом № 30/дом № 234 (385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского, дом №30/ ул.Пролетарская, дом №234, стр. 1), Учебный корпус № 5	Учебная мебель на 30 посадочных мест, доска, мультимедийное оборудование (проектор, экран)	
Помещения для самостоятельной работы (1-Читальный зал ФГБОУ ВО «МГТУ»). 385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Первомайская, дом № 191, Здание учебного корпуса	Мебель на 150 посадочных мест, компьютерное оснащение с выходом в Интернет на 30 посадочных мест, специализированная мебель (стулья, столы, шкафы, шкафы выставочные), мультимедийное оборудование, оргтехника (принтеры, сканеры, ксерокс)	7-Zip Свободная лицензия Adobe Reader DC Свободная лицензия Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095 Офисный пакет Microsoft office 2016 Договор от 26.05.2020 № 32009117096 Договор от 17.01.2019 № 31908696765 Отладчик OllyDbg Свободная лицензия

