

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

Университет: Майкопский

faa404d1aeb2a023b5f4a331ee5ddc540496512d

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Майкопский государственный технологический университет»

Факультет экономики и управления

Кафедра Маркетинга, сервиса и туризма

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.07 Предпринимательство в сфере рекламы и PR

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

17.08.2022

(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)

Целью учебной дисциплины "Предпринимательство в сфере рекламы и PR" является изучение места рекламы в современном социуме наряду с другими коммуникационными потоками, роли рекламы в формировании системы связей с общественностью, освоение основных приемов создания рекламного сообщения, а также ознакомление будущих специалистов с возможностями связей с общественностью в современном бизнесе: технологиями формирования и продвижения имиджа фирмы, оптимизацией контактов с властными структурами, особенностями корпоративной стратегии, организацией управления в кризисных ситуациях и т.д.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- изучить предпосылки и факторы развития PR и рекламы в предпринимательской деятельности;
- выявить социально-психологические аспекты связей с общественностью и рекламы в бизнесе и коммерции;
- определить место и роль рекламы в бизнесе;
- рассмотреть особенности организации рекламы и связей с общественностью для разных сфер бизнеса;
- освоить методы организации рекламы и связей с общественностью в малой и средней фирме;
- изучить схемы организации служб управления общественными отношениями в коммерции, промышленности и финансах;
- овладеть навыками формирования и продвижения корпоративного имиджа;
- приобретение практических навыков создания рекламных продуктов на основе полученных знаний;
- изучить социально-психологические аспекты связей с общественностью и рекламы в бизнесе и коммерции.



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 места рекламы в предпринимательской деятельности наряду с другими коммуникационными потоками, роли рекламы в формировании системы связей с общественностью, . Она базируется на знаниях, полученных студентами при изучении таких дисциплин, как «Инновационные технологии в рекламе», «Рекламная деятельность в Интернете», «Организация рекламных и PR-компаний», «Разработка и технологии производства рекламных и PR-продуктов», «Проектный практикум», "Маркетинговые технологии проектного бизнеса" и др.

Знания, полученные в ходе изучения дисциплины «Предпринимательство в сфере рекламы и PR» применяются при изучении таких дисциплин, как "Современная пресс-служба", "Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья", а также при прохождении преддипломной практики и написание выпускной квалификационной работы.



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-4.1	Формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ
ПКУВ-4.2	Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
ПКУВ-4.3	Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
ПКУВ-5.1	Разрабатывает концепции продвижения товаров и услуг, формирует маркетинговые стратегии
ПКУВ-5.2	Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.
ПКУВ-5.3	Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами).
УК-9.1	Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели формы участия государства в экономике.
УК-9.2	Применяет методы планирования для достижения текущих и долгосрочных экономических и финансовых целей, использует финансовые инструменты и методы экономических расчётов для обоснования и принятия хозяйственных решений в различных областях жизнедеятельности, управляет финансовыми ресурсами и контролирует собственные экономические риски.
УК-9.3	Обосновывает экономически, финансово грамотное поведение индивида как гражданина вне зависимости от его профессиональной деятельности



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.
			Эк	Лек	Пр	КРАТ	Контроль		
Курс 4	Сем. 7	1	17	34	0.35	35.65	57	144	4

Объем дисциплины и виды учебной работы по заочной форме обучения.

		Формы контроля (количество)		Виды занятий					Итого часов	з.е.
		Эк	Контр	Лек	Пр	КРАТ	Контроль	СР		
Курс 4	Сем. 7	1	1	6	8	0.35	8.65	121	144	4



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 трудоемкость (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	Сущность и содержание предпринимательской деятельности	1-2	2		4				7		Блиц-опрос, тестирование
7	PR в бизнесе	3-4	2		4				7		Блиц-опрос, тестирование
7	Социально-психологические аспекты связей с общественностью и рекламы в бизнесе и коммерции	5-6	2		4				7		Блиц-опрос, тестирование
7	Место и роль рекламы в бизнесе	7-8	2		4				6		Блиц-опрос, тестирование
7	Реклама и связи с общественностью для разных сфер бизнеса	9-10	2		4				6		Блиц-опрос, тестирование
7	Организация рекламы и связей с общественностью в малой и средней фирме	11-12	2		4				6		Блиц-опрос, тестирование
7	Служба управления общественными отношениями в коммерции, промышленности и финансах.	13-14	2		4				6		Блиц-опрос, тестирование
7	Формирование и продвижение корпоративного имиджа.	15-16	2		4				6		Блиц-опрос, тестирование
7	Глобализация и международный PR.	17	1		2				6		Блиц-опрос, тестирование
7	Итоговая аттестация						0,35	35,65			Экзамен
	ИТОГО:		17		34		0.35	35.65	57		

5.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)								
		Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАТ	Контро ль	СР	СЗ	
1	2	4	5	6	7	8	9	10	11	
7	Сущность и содержание предпринимательской деятельности	2							14	
7	PR в бизнесе	2							14	
7	Социально-психологические аспекты связей с общественностью и рекламы в бизнесе и коммерции	1							14	
7	Место и роль рекламы в бизнесе	1							14	

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
7	Реклама и связи с общественностью для разных сфер бизнеса			2				13	
7	Организация рекламы и связей с общественностью в малой и средней фирме			2				13	
7	Служба управления общественными отношениями в коммерции, промышленности и финансах.			2				13	
7	Формирование и продвижение корпоративного имиджа.			1				13	
7	Глобализация и международный PR.			1				13	
7	Итоговая аттестация					0,35	8,65		
	ИТОГО:	6		8		0.35	8.65	121	

5.4. Содержание разделов дисциплины (модуля) «Предпринимательство в сфере рекламы и PR», 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	Сущность и содержание предпринимательской деятельности	2	2		<p>Определение понятие «предпринимательство». Содержание предпринимательской деятельности. Цели, функции предпринимательства. Объекты и субъекты предпринимательской деятельности. Физические и юридические лица как субъекты предпринимательской деятельности. Внутренняя и внешняя среда предпринимательства. Роль среды в развитии предпринимательства. Базовые составляющие внутренней и внешней среды. Виды предпринимательства, их взаимосвязь и особенности участия в бизнесе. Производственное, инновационное, коммерческое.</p>	ПКУВ-5.2; УК-9.1;	<p>Знать: понятия и сущность предпринимательства. Условия для развития предпринимательской деятельности в сфере гостеприимства и общественного питания. Уметь: определять место предпринимательства в системе сервисных услуг с учётом особенности сервисной и индустриальной экономики; Владеть: навыками планирования предпринимательской деятельности, методами планирования, организации, координации, контроля при организации предпринимательской деятельности в подразделениях предприятия.</p>	Слайд-лекция
7	PR в бизнесе	2	2		<p>Особенности PR-деятельности в сфере предпринимательства. PR и маркетинг: их общие черты и различия. Роль корпоративного имиджа организации. Общие правила коммуникационной политики фирмы. Главные сферы использования методов связей с</p>	ПКУВ-4.1; ПКУВ-4.2;	<p>Знать: понятия «бизнес», «маркетинг», «предпринимательство»; роль PR в бизнесе, особенности, функции. Направления PR в бизнесе (на потребителей, инвесторов, партнеров, органы государственного регулирования); цели бизнес-PR; Уметь: организовать свою</p>	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
					общественностью в современном бизнесе. Основные задачи организации при установлении и поддержании связей с общественностью.		самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы; Владеть: Культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке целей и выбору путей её достижения	
7	Социально-психологические аспекты связей с общественностью и рекламы в бизнесе и коммерции	2	1		Социально-психологические аспекты конструирования имиджа фирмы. Социально-ответственный бизнес и социальный маркетинг. Проблема нравственности в рекламе и деловых коммуникациях современной России. Бизнес-PR в инновационном обществе.	ПКУВ-4.3; ПКУВ-5.3;	Знать: социально-психологические аспекты связей с общественностью и рекламы в бизнесе и коммерции; Уметь: собирать, анализировать, адекватно воспринимать и обобщать информацию; воспринимать, обобщать и анализировать информацию, аргументировано и четко строить свою речь; Владеть: культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке целей и выбору путей её достижения.	Лекция-беседа
7	Место и роль рекламы в бизнесе	2	1		Особенности рекламной деятельности в различных экономических условиях. Роль рекламы в условиях рынка.. Бизнес и СМИ: эффективные контакты. Основные задачи предприятия. Выбор направления и тем рекламы. Предварительный план рекламной кампании. Рекламные агентства и их функции. Концепция рекламных обращений.	ПКУВ-4.2; УК-9.1;	Знать: методы организации и управления рекламной деятельностью на рынке товаров, работ и услуг. Задачи, решаемые рекламой на разных стадиях развития рынка товаров народного потребления; Уметь: выявлять товары (товарные группы), наиболее нуждающихся в рекламе. выбирать цели рекламных обращений, целевую аудиторию;	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
							Владеть: навыками осуществления рекламной кампании, контроля эффективности рекламной кампании.	
7	Реклама и связи с общественностью для разных сфер бизнеса	2			PR в гостиничном бизнесе, туризме, в ресторанном бизнесе, в Fashion-бизнесе. Связи с общественностью и реклама в инвестиционно-финансовой деятельности фирмы. Связи с общественностью и реклама в коммерческих банках и фирмах, на рынке недвижимости, в мире финансов. Продвижение банков в социальных сетях и социальных сетей банков.	ПКУВ-5.1; УК-9.2; УК-9.3;	Знать: содержание понятия «инвестор-рилейшнз». Деятельность связей с общественностью и рекламы в коммерческой фирме; Уметь: организовывать рекламу и связи с общественностью для разных сфер бизнеса; Владеть: навыками взаимодействия с потенциальными инвесторами и специфики оформления финансового отчета.	Слайд-лекция
7	Организация рекламы и связей с общественностью в малой и средней фирме	2			Связи с персоналом. Связи с клиентами. Связи с обществом в целом. Связи с поставщиками. Связи с прессой. Целевые семинары по вопросам бизнеса. Паблсити. Ловушки Паблсити. Инструменты PR для малого бизнеса.	ПКУВ-4.1; ПКУВ-4.3;	Знать: плюсы, даваемые паблсити. Общие принципы рекламы для малого бизнеса; Уметь: организовывать рекламу и связи с общественностью в малой и средней фирме; Владеть: инструментами «бесплатного PR» бизнес-организации.	Слайд-лекция
7	Служба управления общественными отношениями в коммерции, промышленности и финансах.	2			PR как инструмент достижения общественного согласия между работодателем и работником, производителем и потребителем. Роль PR в укреплении социального партнерства.. Информационно-аналитическое обеспечение PR-деятельности бизнес-организации.	ПКУВ-5.1; ПКУВ-5.2; ПКУВ-5.3;	Знать: роль PR в укреплении социального партнерства; Уметь: планировать, проводить и рассчитывать бюджет PR-кампании; Владеть: навыками информационно-аналитического обеспечения PR-деятельности бизнес-организации.	Слайд-лекция
7	Формирование и продвижение	2			Имидж фирмы. Спонсорство,	УК-9.2; УК-9.3;	Знать: особенности внутрикорпоративного PR	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
	корпоративного имиджа.				меценатство, благотворительность. Корпоративная и коммерческая реклама. Паблицити и мерчандайзинг. Бизнес-тренинги как способ управления имиджем компании. Корпоративная культура в общей стратегии PR-деятельности.		; корпоративный дизайн и фирменный стиль; Уметь: проводить сегментацию потребителей и выбор целевого рынка, использовать корпоративную культуру предприятия в формировании имиджа фирмы; Владеть: навыками формирования корпоративного имиджа и стиля предприятия.	
7	Глобализация и международный PR.	1			Бизнес и власть: как стать партнерами. Коммуникативный аудит и PR в маркетинге. Деятельность крупных мировых PR-агентств по организации эффективной коммуникации транснациональных корпораций на национальных рынках различных стран.	ПКУВ-5.1; УК-9.1;	Знать: деятельность крупных мировых PR-агентств по организации эффективной коммуникации транснациональных корпораций на национальных рынках различных стран; Уметь: организовывать рекламу и связи с общественностью в условиях глобализации на международном уровне; Владеть: инструментами коммуникативного аудита в связях с общественностью.	Слайд-лекция
	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	Сущность и содержание предпринимательской деятельности	Сущность и содержание предпринимательской деятельности	4		
7	PR в бизнесе	PR в бизнесе	4		
7	Социально-психологические аспекты связей с общественностью и рекламы в бизнесе и коммерции	Социально-психологические аспекты связей с общественностью и рекламы в бизнесе и коммерции	4		
7	Место и роль рекламы в бизнесе	Место и роль рекламы в бизнесе	4		
7	Реклама и связи с общественностью для разных сфер бизнеса	Реклама и связи с общественностью для разных сфер бизнеса	4	2	
7	Организация рекламы и связей с общественностью в малой и средней фирме	Организация рекламы и связей с общественностью в малой и средней фирме	4	2	
7	Служба управления общественными отношениями в коммерции, промышленности и финансах.	Служба управления общественными отношениями в коммерции, промышленности и финансах.	4	2	
7	Формирование и продвижение корпоративного имиджа.	Формирование и продвижение корпоративного имиджа.	4	1	
7	Глобализация и международный PR.	Глобализация и международный PR.	2	1	
	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
	Сущность и содержание предпринимательской деятельности	Подготовка ответов на вопросы. Подготовка рефератов и презентаций. Выполнение домашних заданий по теме, работа с конспектом и литературой.	1-2 неделя	7	14	
	PR в бизнесе	Подготовка ответов на вопросы. Подготовка рефератов и презентаций. Выполнение домашних заданий по теме, работа с конспектом и литературой.	3 - 4 неделя	7	14	
	Социально-психологические аспекты связей с общественностью и рекламы в бизнесе и коммерции	Подготовка ответов на вопросы. Подготовка рефератов и презентаций. Выполнение домашних заданий по теме, работа с конспектом и литературой.	5 - 6 неделя	7	14	
	Место и роль рекламы в бизнесе	Подготовка ответов на вопросы. Подготовка рефератов и презентаций. Выполнение домашних заданий по теме, работа с конспектом и литературой.	7 - 8 неделя	6	14	
	Реклама и связи с общественностью для разных сфер бизнеса	Подготовка ответов на вопросы. Подготовка рефератов и презентаций. Выполнение домашних заданий по теме, работа с конспектом и литературой.	9 - 10 неделя	6	13	
	Организация рекламы и связей с общественностью в малой и средней фирме	Подготовка ответов на вопросы. Подготовка рефератов и презентаций. Выполнение домашних заданий по теме, работа с конспектом и литературой.	11 - 12 неделя	6	13	
	Служба управления общественными отношениями в коммерции, промышленности и финансах.	Подготовка ответов на вопросы. Подготовка рефератов и презентаций. Выполнение домашних заданий по теме, работа с конспектом и литературой.	13 - 14 неделя	6	13	
	Формирование и продвижение корпоративного имиджа.	Подготовка ответов на вопросы. Подготовка рефератов и презентаций. Выполнение домашних заданий по теме, работа с конспектом и литературой.	15 - 16 неделя	6	13	
	Глобализация и международный PR.	Подготовка ответов на вопросы. Подготовка рефератов и презентаций. Выполнение домашних заданий по теме, работа с конспектом и литературой.	17 неделя	6	13	
	ИТОГО:			57	121	

5.9. Календарный график воспитательной работы по дисциплине

Модуль	Дата, место проведения	Название мероприятия	Форма проведения мероприятия	Ответственный	Достижения обучающихся
Модуль 8 Вовлечение обучающихся в предпринимательскую деятельность	Ноябрь, 2023; ФГБОУ ВО "МГТУ"	«Предпринимательские навыки в сфере рекламы и PR»	Мастер - класс	Галинская Н.Н.	ПКУВ-4.2; ПКУВ-5.1; ПКУВ-5.2; ПКУВ-5.3;

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

6.1. Методические указания (собственные разработки)

Название	Ссылка
Практикум по дисциплине «Основы предпринимательства» [Электронный ресурс] / Майкоп. гос. технол. ин-т, Каф. маркетинга и логистики; [сост. Н.Н. Галинская]. - Майкоп: Аякс, 2003. - 90 с.	http://lib.mkgtu.ru:8004/catalog/fo12?

6.2. Литература для самостоятельной работ

Название	Ссылка
Сабетова, Т.В. Реклама и рекламная деятельность [Электронный ресурс]: учебное пособие / Т.В. Сабетова. - Воронеж: Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2016. - 165 с.	http://www.iprbookshop.ru/72744.html
Марочкина, С.С. Введение в специальность. Реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие / Марочкина С.С., Азарова Е.В.; под ред. Дмитриева Л.М. - М.: ЮНИТИ- ДАНА, 2015. - 239 с.	http://znanium.com/catalog/product/872554
Кузьмина, О.Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Теория и практика рекламы [Электронный ресурс]: учебное пособие / О.Г. Кузьмина, О.Ю. Посухова. - М.: РИОР: ИНФРА-М, 2018. - 187 с.	доступна: http://znanium.com/catalog/product/953324

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-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 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-4.3 Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры			
46	46		Профессионально-творческая практика



Этапы формирования компетенции (номер семестр согласно учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
5	6		Инновационные технологии в рекламе
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
ПКУВ-5.1 Разрабатывает концепции продвижения товаров и услуг, формирует маркетинговые стратегии			
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	1		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	6		Инновационные технологии в рекламе
67	67		Стратегический маркетинг
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
8	9		Современная пресс-служба
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
7	8		Мировые информационные ресурсы
ПКУВ-5.2 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.			
46	46		Профессионально-творческая практика
8	9		Преддипломная практика
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
1	1		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
5	6		Инновационные технологии в рекламе
67	67		Стратегический маркетинг
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
8	9		Современная пресс-служба
8	9		Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением



Этапы формирования компетенции (номер семестр согласно учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
7	8		Социология массовых коммуникаций
7	8		Мировые информационные ресурсы
ПКУВ-5.3 Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами).			
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
7	8		Мировые информационные ресурсы
1	1		Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
67	67		Стратегический маркетинг
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
8	9		Современная пресс-служба
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	5		Организация продвижения продукции
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
3	5		Тренинг делового общения
3	5		Тренинг ораторского искусства
7	8		Технологии управления общественным мнением
7	8		Социология массовых коммуникаций
УК-9.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели формы участия государства в экономике.			
4	4		Экономика
6	7		Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-9.2 Применяет методы планирования для достижения текущих и долгосрочных экономических и финансовых целей, использует финансовые инструменты и методы экономических расчётов для обоснования и принятия хозяйственных решений в различных областях жизнедеятельности, управляет финансовыми ресурсами и контролирует собственные экономические риски.			
4	4		Экономика
6	7		Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
5	56		Модуль получения



Этапы формирования компетенции (номер семестр согласно учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-9.3 Обосновывает экономически, финансово грамотное поведение индивида как гражданина вне зависимости от его профессиональной деятельности			
4	4		Экономика
6	7		Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность
7	7		Предпринимательство в сфере рекламы и PR
5	56		Модуль получения квалификации "Агент коммерческий"
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
46	46		Профессионально-творческая практика

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
УК-9: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности					
УК-9.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели формы участия государства в экономике.					
Знать: экономические законы производства: спроса и предложения, рыночного ценообразования, положительные и отрицательные стороны рыночной и нерыночной экономики;- основы микроэкономики, теорию потребительского поведения, издержки производства,	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания, экзамен



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
<p>типы рыночных структур, рынки факторов производства; основы макроэкономической политики государства, основные макроэкономические показатели и принципы их расчета; механизм формирования валового внутреннего продукта и валового национального дохода, теорию макроэкономического равновесия, бюджетно-налоговую и денежно-кредитную политику, механизм регулирования инфляции и безработицы; основы функционирования мировой экономики.</p>					
<p>Уметь: оценивать постоянно изменяющуюся социально-экономическую ситуацию в организации и ее влияние на возникновение управленческих проблем и задач;- применять творческий, аналитический, прогностический, креативный и др. подходы к решению проблемы исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;- использовать экономический инструментарий анализа внешней и внутренней среды бизнеса (организации); адекватно воспринимать содержание, находить и анализировать</p>	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
экономическую информацию, имеющуюся в экономической литературе и используемую в СМИ для ориентирования в основных текущих проблемах экономики;- анализировать экономическую политику государства, формировать собственную позицию по отношению к ней и вырабатывать свою точку зрения на происходящие в стране экономические процессы					
Владеть: навыками решения простейших задач по дисциплине; навыками графического иллюстрирования вопросов экономики;- методами системного творческого решения проблемы исследования на базовом уровне исходя из поставленных задач и ожидаемых результатов; - навыками содержательной интерпретацией и адаптацией знаний экономической теории для решения профессиональных задач; способностью к обобщению, поиску и оценке альтернативных способов решения поставленных экономических задач	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-9: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности					
УК-9.2 Применяет методы планирования для достижения текущих и долгосрочных экономических и финансовых целей, использует финансовые инструменты и методы экономических расчётов для обоснования и принятия хозяйственных решений в различных областях жизнедеятельности, управляет финансовыми ресурсами и контролирует собственные экономические риски.					



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
Знать: основные принципы и содержание экономических законов и категорий, структуру экономических показателей; источники и способы анализа экономической информации, характеризующей денежную, валютную, кредитную, банковскую системы.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания, экзамен
Уметь: применять экономические модели и методы для описания процессов и явлений в различных сферах деятельности;- пользоваться различными инструментами сбора, анализа и обработки экономических данных;- организовывать собственную деятельность числе в области учёта расходов и доходов, приобретения финансовых продуктов услуг), выбирать методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество;- правильно использовать теоретические практической деятельности по использованию экономической информации;- результативно использовать современные финансовые инструменты;- решать типичные задачи в области семейного бюджета.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть:	Частичное	Несистематическо	В	Успешное и	



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
основами экономических знаний для описания, моделирования и анализа экономических процессов и явлений в различных сферах деятельности; методами сбора и анализа экономической информации	владение навыками	е применение навыков	систематическом применении навыков допускаются пробелы	систематическое применение навыков	
УК-9: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности					
УК-9.3 Обосновывает экономически, финансово грамотное поведение индивида как гражданина вне зависимости от его профессиональной деятельности					
Знать: финансовые инструменты для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания, экзамен
Уметь: использовать финансовые инструменты для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: методами рационального подхода к управлению личным и семейным бюджетом, на базе которого человек организует эффективное расходование своих средств;- навыками поддержания здорового баланса доходов и расходов в личном и семейном бюджете; навыками успешного использования инструментов инвестирования и сбережения, и избежание бессмысленных	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
трат и финансовых потерь.					
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, экзамен
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, методики, 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, экзамен
Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий;	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
структурировать свою работу в 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	
ПКУВ-4: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий					
ПКУВ-4.3 Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры					
Знать: основные методы и приемы политик формирования корпоративной идентичности и корпоративной культуры; особенности организации внутренних коммуникаций и	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания, экзамен



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры					
Уметь: участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создавать и поддерживать благоприятный психологический климат в коллективе; осуществлять организацию внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыком эффективного участия в организациях внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры; способностью работать в группе и коллективе в качестве исполнителя или руководителя младшего звена.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-5: Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)					
ПКУВ-5.1 Разрабатывает концепции продвижения товаров и услуг, формирует маркетинговые стратегии					
Знать: организацию системы сбыта и товародвижения; планирование оптовых и розничных продаж, маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента; технологии сегментирования рынка; позиционирования продуктов и компаний; оценку	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания, экзамен



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
конкурентоспособности продуктов и конкурентов.					
Уметь: использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии специализированные программные ресурсы; разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций; осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формированием коммуникационных целей и маркетинговых стратегий; выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации; согласования маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-5: Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)					
ПКУВ-5.2 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.					
Знать: основы планирования и организации коммуникационных	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания, экзамен



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
<p>кампаний и мероприятий, специфику, принципы, методики, 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;</p>					
<p>Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в 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;</p>	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
<p>Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в</p>	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
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					
ПКУВ-5: Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)					
ПКУВ-5.3 Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами).					
Знать: основные понятия культуры и этики речи; нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; функциональные стили современного языка; основы ораторского искусства и особенности аргументации; стили делового общения; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представлению информации; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания, экзамен
Уметь: ввести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами); вести обмен деловой информацией в устной и письменной	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
<p>формах на государственном языке; использовать знание языковых норм, знания о коммуникативных качествах речи в межличностном общении и профессиональной деятельности; составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договора.</p> <p>Владеть: современными информационно-коммуникативными средствами в процессе общения; навыками коммуникации в профессиональной области; методами совершенствования навыков грамотного письма и говорения. навыками межличностного делового общения на русском и иностранном (ых) языках, с применением профессиональных языковых форм, средств и современных коммуникативных технологий; навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов; навыками составления и заключения договора на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказания иных услуг, необходимых для анализа ситуации</p>	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
на рынке продукции СМИ					

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 (с презентацией)

1. Общие правила коммуникационной политики фирмы.
2. Главные сферы использования методов связей с общественностью в современном бизнесе.
3. Социально-психологические аспекты связей с общественностью и рекламы в бизнесе и коммерции.
4. Социально-психологические аспекты конструирования имиджа фирмы
5. Социально-ответственный бизнес и социальный маркетинг.
6. Проблема нравственности в рекламе и деловых коммуникациях современной России.
7. Бизнес-PR в инновационном обществе
8. Особенности рекламной деятельности в различных экономических условиях.
9. Задачи, решаемые рекламой на разных стадиях развития рынка товаров народного потребления.
10. Выявление товаров (товарных групп), наиболее нуждающихся в рекламе.
11. Бизнес и СМИ: эффективные контакты.
12. Организация и управление рекламной деятельностью на рынке товаров, работ и услуг.
13. Концепция рекламных обращений.
14. Осуществление рекламной кампании.
15. Контроль эффективности рекламной кампании.

Тестовые задания:

1. Разработку бренда следует начинать с:

- а) разработки логотипа и девиза
- б) разработки системы ценностей
- в) создания товара

2. Ваша компания имеет сильный бренд, вы сможете:

- а) устанавливать более высокую цену
- б) в большей степени контролировать каналы дистрибуции
- в) не зависеть от факторов внешней среды
- г) снизить затраты на привлечение новых покупателей

3. Понятию бренд, наиболее соответствуют утверждения:

- а) графическое обозначение названия товара/компании
- б) популярный товарный знак, который обрел известность благодаря удачным



маркетинговым процедурам

в) сложившаяся сумма всех впечатлений, получаемая потребителем и пользователем в результате отчетливого места, занимаемого в их уме

г) это известная личность

д) широко рекламируемая торговая марка

4. В развитых странах наиболее важным способом продвижения считается:

а) стимулирование сбыта

б) реклама в печатных изданиях

в) телевизионная реклама

г) прямой маркетинг

5. Прямая реклама не использует следующие формы:

а) рекламные ТВ-ролики

б) письма и открытки

в) каталоги, проспекты

г) календари

6. За формирование общественного мнения отвечает:

а) мерчендайзинг

б) корпоративная культура

в) реклама

г) директ-маркетинг

д) паблик релейшенз

7. В настоящее время на потребительских рынках имеется тенденция к:

а) доля затрат на маркетинг в общей стоимости товара не меняется

б) снижению доли затрат на маркетинг в общей стоимости товара

в) увеличению доли затрат на маркетинг в общей стоимости товара

8. Банк ставит целью увеличить восприятие потребителями себя как надежного банка.

Каким видом рекламы он должен воспользоваться:

а) рекламу прямого отклика

б) рекламу услуги

в) институциональную рекламу

г) связи с общественностью

9. Оцените, является ли целесообразным выделение маркетингового бюджета в размере

80000\$ при следующих условиях. Объем продаж в настоящее время составляет 100 000

единиц продукции при стоимости одной единицы в 100\$. При этом, прямая себестоимость

единицы продукции составляет 30\$, вмененные постоянные издержки составляют 500 000\$.

В случае выделения дополнительного бюджета, планируется что объем продаж вырастет на

30%. Имеет ли смысл выделять бюджет?

а) да, выделение дополнительного бюджета оправдывает себя

б) недостаточно информации

в) нет, выделение дополнительного бюджета не оправдывает себя

г) сложно считать/не помню формул

10. Реклама - это...

а) это передача информации о товарах, услугах или идеях с целью привлечения потребителей, создания спроса, популяризации

б) египетский папирус, где сообщается о продаже раба

в) двигатель торговли

г) особое направление деятельности для промышленности, торговли, сельского хозяйства, специалистов и предпринимателей в различных отраслях - обычно размещается в специализированных публикациях или профессиональных журналах либо направляется по почте непосредственно организациям, которые занимаются производством, оптовыми закупками, реализацией больших объемов продукции

11. По целевой аудитории, реклама классифицируется следующим образом:



- а) потребительская и деловая реклама
- б) товарная, нетоварная реклама и корпоративная
- в) зарубежная, общенациональная, региональная, местная
- г) статическую и динамическую (анимационную)

12. По функциям и целям, реклама классифицируется следующим образом:

- а) потребительская и деловая реклама
- б) товарная, нетоварная реклама и корпоративная
- в) зарубежная, общенациональная, региональная, местная
- г) статическую и динамическую (анимационную)

13. По охватываемой области распространения, реклама классифицируется следующим образом:

- а) потребительская и деловая реклама
- б) товарная, нетоварная реклама и корпоративная
- в) зарубежная, общенациональная, региональная, местная
- г) статическую и динамическую (анимационную)

14. Девиз - это...

- а) характерно оформленное наименование продукта или его изготовителя
- б) краткая, легко запоминающаяся фраза, "боевой клич" фирмы
- в) это передача информации о товарах, услугах или идеях с целью привлечения потребителей, создания спроса, популяризации
- г) зрительный образ торговой марки, один из основных элементов фирменного стиля

15. Цель девиза фирмы ...

- а) это передача информации о товарах, услугах или идеях с целью привлечения потребителей, создания спроса, популяризации
- б) зрительный образ торговой марки, один из основных элементов фирменного стиля

- в) единство постоянных художественных и текстовых элементов во всех рекламных разработках и средствах
- г) обеспечить последовательное проведение рекламных кампаний и коротко изложить ключевую тему или идею, ассоциирующуюся с товаром или названием фирмы

16. Составляющие зрительного образа фирмы:

- а) графические символы (логотип, товарный знак)
- б) набор шрифтов
- в) фирменный цвет
- г) товарный знак и девиз

17. Угол наилучшего зрения, при котором ясно виден предмет, равен ...

- а) 9°
- б) 18°
- в) 23°
- г) 34°

18. ... обычно имеет формат небольшой книжечки, содержит перечень товаров и услуг данной фирмы.

- а) буклет
- б) каталог
- в) пресс-релиз
- г) проспект

19. ... представляет чистую рекламу конкретного товара или услуги.

- а) коммерческое предложение
- б) рекламный лист
- в) информационный лист
- г) прайс-лист

20. Биллборд - это...

- а) реклама на щите
- б) быстрая и последовательная смена трех щитовых изображений
- в) реклама на транспорте
- г) реклама на дорожных указателях и табличках с номерами домов
- д) реклама на мостах, путепроводах и над проезжей



Вопросы к экзамену

1. Понятия «бизнес», «маркетинг», «предпринимательство».
2. Особенности PR-деятельности в сфере предпринимательства.
3. PR и маркетинг: их общие черты и различия.
4. Направления PR в бизнесе (на потребителей, инвесторов, партнеров, органы государственного регулирования);
5. Цели бизнес-PR (осуществление внутренней политики; воспитание гордости за свою фирму, производимую продукцию, предоставляемую услугу; осуществление внешней политики – создание коммуникации с властными структурами, клиентами, продавцами, потребителями; создание имиджа – работа с мнением самых широких кругов общественности);
6. Роль PR в бизнесе, особенности, функции.
7. Роль корпоративного имиджа организации.
8. Общие правила коммуникационной политики фирмы.
9. Главные сферы использования методов связей с общественностью в современном бизнесе.
10. Основные задачи организации при установлении и поддержании связей с общественностью.
11. Социально-психологические аспекты связей с общественностью и рекламы в бизнесе и коммерции.
12. Социально-психологические аспекты конструирования имиджа фирмы
13. Социально-ответственный бизнес и социальный маркетинг.
14. Проблема нравственности в рекламе и деловых коммуникациях современной России.
15. Бизнес-PR в инновационном обществе
16. Место и роль рекламы в бизнесе
17. Особенности рекламной деятельности в различных экономических условиях.
18. Задачи, решаемые рекламой на разных стадиях развития рынка товаров народного потребления.
19. Роль рекламы в условиях рынка.
20. Выявление товаров (товарных групп), наиболее нуждающихся в рекламе.
21. Бизнес и СМИ: эффективные контакты.
22. Организация и управление рекламной деятельностью на рынке товаров, работ и услуг.
23. Основные задачи предприятия.
24. Выбор целей рекламных обращений.



25. Выбор целевой аудитории.
26. Выбор направления и тем рекламы.
27. Предварительный план рекламной кампании.
28. Рекламные агентства и их функции.
29. Концепция рекламных обращений.
30. Осуществление рекламной кампании.
31. Контроль эффективности рекламной кампании.
32. Реклама и связи с общественностью для разных сфер бизнеса
33. PR в гостиничном бизнесе.
34. PR в туризме.
35. PR в ресторанном бизнесе.
36. PR в Fashion-бизнесе
37. Связи с общественностью и реклама в инвестиционно-финансовой деятельности фирмы.
38. Содержание понятия «инвестор-рилейшнз».
39. Взаимодействие с потенциальными инвесторами и специфика оформления финансового отчета
40. Связи с общественностью и реклама в коммерческих банках и фирмах.
41. PR на рынке недвижимости.
42. Организация связей с общественностью в мире финансов.
43. Связи с общественностью и реклама в коммерческих банках
44. Деятельность связей с общественностью и рекламы в коммерческой фирме.
45. Продвижение банков в социальных сетях и социальных сетей банков
46. Организация рекламы и связей с общественностью в малой и средней фирме.
47. Связи с персоналом. Связи с клиентами. Связи с обществом в целом. Связи с поставщиками. Связи с прессой.
48. Целевые семинары по вопросам бизнеса.
49. Паблисити. Ловушки Паблисити. Плюсы, даваемые паблисити.
50. Инструменты PR для малого бизнеса.
51. Общие принципы рекламы для малого бизнеса.
52. Инструменты «бесплатного PR» бизнес-организации.
53. Служба управления общественными отношениями в коммерции, промышленности и финансах.



54. PR как инструмент достижения общественного согласия между работодателем и работником, производителем и потребителем.

55. Роль PR в укреплении социального партнерства.

56. Планирование, проведение и бюджет PR-кампании.

57. Информационно-аналитическое обеспечение.

58. PR-деятельности бизнес-организации.

59. Формирование и продвижение корпоративного имиджа.

60. Особенности внутрикорпоративного PR.

61. Имидж фирмы. Корпоративный дизайн и фирменный стиль.

62. Сегментация потребителей и выбор целевого рынка.

63. Спонсорство, меценатство, благотворительность.

64. Корпоративная и коммерческая реклама.

65. Паблицити и мерчандайзинг.

66. Бизнес-тренинги как способ управления имиджем компании.

67. Корпоративная культура в общей стратегии PR-деятельности.

68. Глобализация и международный PR.

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. Использованы информационные технологии. На дополнительные вопросы даны неполные ответы.
«удовлетворительно»	Проблема раскрыта не полностью. Представленная информация не систематизирована или не последовательна. Использованы 1-2 профессиональных термина. Использованы 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 экзамене

Экзамен может проводиться в форме устного опроса по билетам (вопросам) или без билетов, с предварительной подготовкой или без подготовки, по усмотрению преподавателя. Экзаменатор вправе задавать вопросы сверх билета, а также, помимо теоретических вопросов, давать задачи по программе данного курса. Экзаменационные билеты (вопросы) утверждаются на заседании кафедры и подписываются заведующим кафедрой. В билете должно содержаться не более трех вопросов. Комплект экзаменационных билетов по дисциплине должен содержать 25—30 билетов. Экзаменатор может проставить экзамен без опроса или собеседования тем магистрантам, которые активно участвовали в семинарских занятиях.

Отметка «отлично» - студент глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Магистрант не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.

Отметка «хорошо» - студент твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий.

Отметка «удовлетворительно» - студент усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.

Отметка «неудовлетворительно» - студент не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы.



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

8.1. Основная литература

Название	Ссылка
Сабетова, Т.В. Реклама и рекламная деятельность [Электронный ресурс]: учебное пособие / Т.В. Сабетова. - Воронеж: Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2016. - 165 с.	http://www.iprbookshop.ru/72744.html
Марочкина, С.С. Введение в специальность. Реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие / Марочкина С.С., Азарова Е.В.; под ред. Дмитриева Л.М. - М.: ЮНИТИ- ДАНА, 2015. - 239 с.	http://znanium.com/catalog/product/872554

8.2. Дополнительная литература

Название	Ссылка
Практикум по дисциплине «Основы предпринимательства» [Электронный ресурс] / Майкоп. гос. технол. ин-т, Каф. маркетинга и логистики; [сост. Н.Н. Галинская]. - Майкоп: Аякс, 2003. - 90 с.	http://lib.mkgtu.ru:8004/catalog/fol2?
Кузьмина, О.Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Теория и практика рекламы [Электронный ресурс]: учебное пособие / О.Г. Кузьмина, О.Ю. Посухова. - М.: РИОР: ИНФРА-М, 2018. - 187 с.	доступна: http://znanium.com/catalog/product/953324

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/ трудоустройство
<p>Тема 1. Сущность и содержание предпринимательской деятельности</p> <p>Определение понятие «предпринимательство». Содержание предпринимательской деятельности. Цели, функции предпринимательства. Объекты и субъекты предпринимательской деятельности. Физические и юридические лица как субъекты предпринимательской деятельности. Внутренняя и внешняя среда предпринимательства. Роль среды в развитии предпринимательства. Базовые составляющие внутренней и внешней среды. Виды предпринимательства, их взаимосвязь и особенности участия в бизнесе. Производственное, инновационное, коммерческое.</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 – 5.2., УК – 9.1.</p>
<p>Тема 2. PR в бизнесе</p> <p>Особенности PR-деятельности в сфере предпринимательства. PR и маркетинг: их общие черты и различия. Роль корпоративного имиджа организации. Общие правила коммуникационной политики фирмы. Главные сферы использования методов связей с общественностью в современном бизнесе. Основные задачи организации при установлении и поддержании связей с общественностью.</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 – 4.1., ПКУВ – 4.2.</p>
<p>Тема 3. Социально-психологические аспекты связей с общественностью и рекламы в бизнесе и коммерции</p> <p>Социально-психологические аспекты конструирования имиджа фирмы. Социально-ответственный бизнес и социальный маркетинг. Проблема нравственности в</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,</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>ПКУВ – 4.3., ПКУВ – 5.3.</p>

рекламе и деловых коммуникациях современной России. Бизнес-PR в инновационном обществе.		обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)		
Тема 4. Место и роль рекламы в бизнесе Особенности рекламной деятельности в различных экономических условиях. Роль рекламы в условиях рынка. Бизнес и СМИ: эффективные контакты. Основные задачи предприятия. Выбор направления и тем рекламы. Предварительный план рекламной кампании. Рекламные агентства и их функции. Концепция рекламных обращений.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ – 4.2., УК – 9.1.
Тема 5. Реклама и связи с общественностью для разных сфер бизнеса PR в гостиничном бизнесе, туризме, в ресторанном бизнесе, в Fashion-бизнесе. Связи с общественностью и реклама в инвестиционно-финансовой деятельности фирмы. Связи с общественностью и реклама в коммерческих банках и фирмах, на рынке недвижимости, в мире финансов. Продвижение банков в социальных сетях и социальных сетей банков.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ – 5.1., УК – 9.2.
Тема 6. Организация рекламы и связей с общественностью в малой и средней фирме Связи с персоналом. Связи с клиентами. Связи с обществом в целом. Связи с поставщиками. Связи с прессой. Целевые семинары по вопросам бизнеса. Паблицити. Ловушки Паблицити. Инструменты PR для малого бизнеса.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ – 4.1., ПКУВ – 4.3.
Тема 7. Служба управления общественными отношениями в коммерции, промышленности и финансах. PR как инструмент достижения общественного согласия между работодателем и работником, производителем и потребителем. Роль PR в укреплении социального партнерства.. Информационно-аналитическое обеспечение PR-деятельности бизнес-организации.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ – 5.1., ПКУВ – 5.2., ПКУВ – 5.3.

<p>Тема 8. Формирование и продвижение корпоративного имиджа.</p> <p>Имидж фирмы. Спонсорство, меценатство, благотворительность. Корпоративная и коммерческая реклама. Паблисити и мерчандайзинг. Бизнес-тренинги как способ управления имиджем компании. Корпоративная культура в общей стратегии PR-деятельности.</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений и навыков</p>	<p>знаний)</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>Ук – 9.2., УК – 9.3.</p>
<p>Тема 9. Глобализация и международный PR.</p> <p>Бизнес и власть: как стать партнерами. Коммуникативный аудит и PR в маркетинге. Деятельность крупных мировых PR-агентств по организации эффективной коммуникации транснациональных корпораций на национальных рынках различных стран.</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 – 5.1., УК – 9.1.</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
1С Предприятие 8.3 - учебная версия Свободная лицензия
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

10.2. Перечень необходимых информационных справочных систем:

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

Название
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.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



Название
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
Znaniy.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО 'Научно-издательский центр Инфра-М'. – Москва, 2011 - - URL: http://znaniy.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://znaniy.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 населения России 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 (© 'ПИП-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)	1С Предприятие 8.3 - учебная версия Свободная лицензия7-Zip Свободная лицензияAdobe Reader DC Свободная лицензияMicrosoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095

