

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет  
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт филологии и журналистики

---

УТВЕРЖДЕНО

решением президиума Ученого совета ННГУ

протокол № 1 от 16.01.2024 г.

**Рабочая программа дисциплины**

Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

---

Уровень высшего образования

Бакалавриат

---

Направление подготовки / специальность

42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

---

Направленность образовательной программы

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

---

Форма обучения

очная, заочная

---

г. Нижний Новгород

2024 год начала подготовки

## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.О.17 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью относится к обязательной части образовательной программы.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	<p>УК-6.1: Знает основные принципы самовоспитания и самообразования, профессионального и личностного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда.</p> <p>УК-6.2: Умеет планировать свое рабочее время и время для саморазвития, формулировать цели личностного и профессионального развития и условия их достижения, исходя из тенденций развития области профессиональной деятельности, индивидуально-личностных особенностей.</p>	<p>УК-6.1: Умеет использовать в практической деятельности основные принципы самовоспитания и самообразования, профессионального и личностного развития.</p> <p>Знать основные принципы самовоспитания и самообразования, профессионального и личностного развития.</p> <p>Владеет практическим опытом получения дополнительного образования, изучения дополнительных образовательных программ.</p> <p>УК-6.2: Уметь планировать свое рабочее время и время для саморазвития. формулировать цели личностного и профессионального развития и условия их достижения, исходя из тенденций развития области профессиональной деятельности,</p>	Практическое задание	<p>Зачёт: Контрольные вопросы</p> <p>Экзамен: Контрольные вопросы</p>

		<p>индивидуально-личностных особенностей.</p> <p>Знать основные принципы самовоспитания и самообразования, профессионального и личного развития.</p> <p>Владеть навыками учебной и трудовой дисциплины, способностью структурировать и организовывать собственную учебную и трудовую деятельность, а также другие сферы деятельности, связанные с приобретением дополнительных профессиональных, коммуникативных и других (связанных с трудовой деятельностью) навыков и умений.</p>		
<p>ОПК-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>ОПК-2.1: Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития.</p> <p>ОПК-2.2: Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.</p>	<p>ОПК-2.1:</p> <p>Уметь ориентироваться в системе общественных и государственных институтов, механизмах их функционирования и тенденциях развития.</p> <p>Знать основные категории и понятия государственного и муниципального управления, систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития.</p> <p>Владеть навыками применения в профессиональной деятельности знаний о системе общественных и государственных институтов, механизмов их функционирования и тенденций развития.</p>	<p>Творческое задание</p>	<p>Зачёт: Контрольные вопросы</p> <p>Экзамен: Контрольные вопросы</p>

		<p><b>ОПК-2.2:</b>  <i>Уметь учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов;</i>  - осуществлять профессиональные функции в рамках деятельности отдела рекламы и отдела по связям с общественностью в различных структурах.</p> <p><i>Знать основные категории и понятия государственного и муниципального управления, систему государственных и общественных институтов, а также тенденции их развития;</i>  - специфику организации и функционирования отдела рекламы и отдела по связям с общественностью в различных структурах.</p> <p><i>Владеть практическим опытом создавать тексты рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом основных тенденций развития общественных и государственных институтов;</i>  - анализа и самоанализа в системе реализации профессиональных функций в процессе деятельности отдела рекламы и отдела по связям с общественностью в различных структурах.</p>		
--	--	---	--	--

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	<b>очная</b>	<b>заочная</b>
--	--------------	----------------

<b>Общая трудоемкость, з.е.</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
<b>Часов по учебному плану</b>	<b>180</b>	<b>180</b>
в том числе		
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>		
- занятия лекционного типа	<b>40</b>	<b>8</b>
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	<b>28</b>	<b>14</b>
- КСР	<b>3</b>	<b>3</b>
<b>самостоятельная работа</b>	<b>73</b>	<b>142</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>36</b> Экзамен, Зачёт	<b>13</b> Экзамен, Зачёт

### 3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)		в том числе							
			Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них						Самостоятельная работа обучающегося, часы	
	Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы		Всего					
ОФ	ЗФ	ОФ	ЗФ	ОФ	ЗФ	ОФ	ЗФ	ОФ	ЗФ	
Тема №1. Функции и задачи отделов по рекламе и связям с общественностью в структуре компании	14	17	4	1	4	2	8	3	6	14
Тема №2. Концепция отделов по рекламе и связям с общественностью	14	16	4	1	4	1	8	2	6	14
Тема 3. Структура отделов по рекламе и связям с общественностью	12	16	4	1	2	1	6	2	6	14
Тема № 4. Специфика творческой работы сотрудников	12	16	4	1	2	1	6	2	6	14
Тема №5. Работа творческого блока по созданию виртуального представительства организации и наполнению его контентом	12	16	4	1	2	1	6	2	6	14
Тема №6. Аналитический блок в структуре отделов по рекламе и связям с общественностью	12	16	4	1	2	1	6	2	6	14
Тема №7. Стратегическое и тактическое планирование	16	16	4	1	2	1	6	2	10	14
Тема №8. Мониторинг эффективности работы отделов по рекламе и связям с общественностью	18	17	4	1	4	2	8	3	10	14
Тема №9. Функции и задачи начальников отделов по рекламе и связям с общественностью	14	16	4		2	2	6	2	8	14
Тема №10. Выстраивание коммуникации между отделами по рекламе и связям с общественностью и топ-менеджментом организации	17	18	4		4	2	8	2	9	16
Аттестация	36	13								
КСР	3	3					3	3		

Итого	180	180	40	8	28	14	71	25	73	142
-------	-----	-----	----	---	----	----	----	----	----	-----

### Содержание разделов и тем дисциплины

Тема №1. Функции и задачи отделов по рекламе и связям с общественностью в структуре компании  
Эта тема рассматривает роль и важность отделов по рекламе и PR в общей структуре компании, их функции и задачи, а также влияние на репутацию и имидж организации.

Тема №2. Концепция отделов по рекламе и связям с общественностью

В этой теме изучаются основные концепции, принципы и стратегии, лежащие в основе работы отделов по рекламе и связям с общественностью.

Тема №3. Структура отделов по рекламе и связям с общественностью

Студенты узнают о типичной структуре отделов по рекламе и PR, организации команды и распределении обязанностей внутри отдела.

Тема №4. Специфика творческой работы сотрудников

В этой теме обсуждаются особенности творческого процесса в работе отделов по рекламе и PR, методы стимулирования творческого мышления и развития идей.

Тема №5. Работа творческого блока по созданию виртуального представительства организации и наполнении его контентом

Студенты изучают процесс создания и поддержания виртуального имиджа компании, создания контента для различных онлайн-платформ и социальных сетей.

Тема №6. Аналитический блок в структуре отделов по рекламе и связям с общественностью

В этой теме обсуждаются методы анализа рынка, конкурентов и целевой аудитории, а также оценка эффективности проводимых мероприятий.

Тема №7. Стратегическое и тактическое планирование

Студенты изучают методы разработки стратегических и тактических планов в рамках отделов по рекламе и PR для достижения поставленных целей компании.

Тема №8. Мониторинг эффективности работы отделов по рекламе и связям с общественностью

В этой теме рассматриваются методы и инструменты мониторинга и оценки эффективности деятельности отделов по рекламе и PR.

Тема №9. Функции и задачи начальников отделов по рекламе и связям с общественностью

Студенты изучают роли и ответственность руководителей отделов по рекламе и PR, их стратегическое мышление и управленческие навыки.

Тема №10. Выстраивание коммуникации между отделами по рекламе и связям с общественностью и топ-менеджментом организации

В этой теме обсуждаются методы построения эффективной коммуникации и сотрудничества между различными отделами компании для достижения общих целей.

Практические занятия /лабораторные работы организуются, в том числе, в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

На проведение практических занятий / лабораторных работ в форме практической подготовки отводится: очная форма обучения - 28 ч.

#### 4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Болдина К.А. Организация работы отдела по рекламе и связям с общественностью: учебно-методическое пособие / К.А. Болдина. – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2019. – 29 с.

## **5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)**

### **5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:**

#### **5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции УК-6:**

**Типовое задание по разделу 3 «Структура отделов по рекламе и связям с общественностью».**

Практическая работа – Сформировать структуру отдела по связям с общественностью для информационного интернет-портала об образовании.

#### **Критерии оценивания (оценочное средство - Практическое задание)**

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Студент имеет глубокие знания учебного материала по теме практического задания, показывает усвоение взаимосвязи основных понятий используемых в работе, смог ответить на все уточняющие и дополнительные вопросы. Студент демонстрирует знания теоретического и практического материала по теме практической работы, определяет междисциплинарные связи по условию задания
отлично	Студент показывает глубокое овладение лекционным материалом, знание соответствующей литературы, способен выразить собственное отношение к данной проблеме, проявляет умение самостоятельно и аргументированно излагать материал, анализировать явления и факты, делать самостоятельные обобщения и выводы
очень хорошо	Студент показывает достаточно глубокое овладение лекционным материалом, знание соответствующей литературы, способен выразить собственное отношение к данной проблеме, проявляет умение самостоятельно и аргументированно излагать материал, анализировать явления и факты, делать самостоятельные обобщения и выводы, но имеет место недостаточная аргументированность при изложении материала
хорошо	Студент демонстрирует знания теоретического и практического материала по теме практической работы, допуская незначительные неточности при решении поставленных задач, имея неполное понимание междисциплинарных связей при правильном выборе алгоритма выполнения задания
удовлетворительно	Студент в целом овладел схемой выполнения задания по указанной теме, обнаруживает знание лекционного материала и учебной литературы, пытается анализировать факты и события, делать выводы и решать задачи. Но дает

Оценка	Критерии оценивания
	неполные ответы на вопросы, допускает грубые ошибки при освещении теоретического материала или 3-4 логических ошибок при решении специальных задач
неудовлетворительно	Студент обнаружил несостоятельность осветить вопрос, вопросы освещены неправильно, бессистемно, с грубыми ошибками, отсутствуют понимания основной сути вопросов, выводы, обобщения, обнаружено неумение решать учебные задачи
плохо	Практическое задание не выполнено

### 5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Творческое задание) для оценки сформированности компетенции ОПК-2:

Типовое задание по разделу 4 «Специфика творческой работы сотрудников».

Творческое задание – Написание лэндинга для виртуального представительства организации объемом не более 5000 знаков без пробелов.

#### Критерии оценивания (оценочное средство - Творческое задание)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Студент имеет глубокие знания учебного материала по теме творческого задания, показывает усвоение взаимосвязи основных понятий используемых в работе, смог ответить на все уточняющие и дополнительные вопросы. Студент демонстрирует знания теоретического и практического материала по теме творческой работы, определяет междисциплинарные связи по условию задания
отлично	Студент показывает глубокое овладение лекционным материалом, знание соответствующей литературы, способен выразить собственное отношение к данной проблеме, проявляет умение самостоятельно и аргументированно излагать материал, анализировать явления и факты, делать самостоятельные обобщения и выводы
очень хорошо	Студент показывает достаточно глубокое овладение лекционным материалом, знание соответствующей литературы, способен выразить собственное отношение к данной проблеме, проявляет умение самостоятельно и аргументированно излагать материал, анализировать явления и факты, делать самостоятельные обобщения и выводы, но имеет место недостаточная аргументированность при изложении материала
хорошо	Студент демонстрирует знания теоретического и практического материала по теме творческой работы, допуская незначительные неточности при решении поставленных задач, имея неполное понимание междисциплинарных связей

Оценка	Критерии оценивания
	при правильном выборе алгоритма выполнения задания
удовлетворительно	Студент в целом овладел схемой выполнения задания по указанной теме, обнаруживает знание лекционного материала и учебной литературы, пытается анализировать факты и события, делать выводы и решать задачи. Но дает неполные ответы на вопросы, допускает грубые ошибки при освещении теоретического материала или 3-4 логических ошибок при решении специальных задач
неудовлетворительно	Студент обнаружил несостоятельность осветить вопрос, вопросы освещены неправильно, бессистемно, с грубыми ошибками, отсутствуют понимания основной сути вопросов, выводы, обобщения, обнаружено неумение решать учебные задачи
плохо	Творческое задание не выполнено

## 5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

### Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено			зачтено			
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельным и несущест	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов

			не в полном объеме	в полном объеме, но некоторые с недочетами	некоторые с недочетами	енными недочетам и, выполнены все задания в полном объеме	
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

### Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	<b>превосходно</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	<b>отлично</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	<b>очень хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	<b>хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	<b>удовлетворительно</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	<b>неудовлетворительно</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	<b>плохо</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

**5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:**

**5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции УК-6**

Цели и задачи отделов по рекламе и связям с общественностью в структуре коммерческой организации.

Роль отделов по рекламе и связям с общественностью в формировании и реализации коммуникационной и информационной политики организации.
Коммуникационный менеджмент: контакты с внешней и внутренней аудиторией
Основные направления работы отделов по рекламе и связям с общественностью.
Вспомогательные направления работы отделов по рекламе и связям с общественностью.
Концепция отделов по рекламе и связям с общественностью как внутренний документ организации. Структура и основные параграфы документа.
Типовые схемы структуры отделов по рекламе и связям с общественностью, варианты подчиненности внутри отделов и отделов внутри организации.
Ключевые сотрудники отделов по рекламе и связям с общественностью: их функции и направления работы.
Журналист в структуре отдела по рекламе и связям с общественностью. Специфика работы журналиста в пресс-службе, сопоставление с журналистом СМИ.
Копирайтер в структуре отдела по рекламе и связям с общественностью. Специфика копирайтинговой деятельности.

### **5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ОПК-2**

Event-менеджер в структуре отдела по рекламе и связям с общественностью: основные функции и направления работы. Организация и проведение специальных мероприятий компании.
Графический дизайнер в структуре отдела по рекламе и связям с общественностью: функции, задачи, необходимые для работы инструменты и технические средства.
PR-специалист в структуре отдела по рекламе и связям с общественностью: креативные функции.
Вспомогательный персонал отдела по рекламе и связям с общественностью, их функции и основные направления работы.
Специфика работы творческого блока отделов по рекламе и связям с общественностью.
Организация условий труда творческих сотрудников.
Инструменты стимулирования креативной активности творческих сотрудников.
Традиционные и новые виды рекламных и пиар-материалов в деятельности отделов. Компетенции, необходимые сотрудникам творческого блока для генерации этих материалов.
PESO-модель и ее производные в работе творческих сотрудников.

Аналитический блок отдела по рекламе и связям с общественностью. Направления аналитической работы.

### **Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)**

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, ответы без ошибок
не зачтено	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки в ответе

### **5.3.3 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции УК-6**

Прогнозирование и оценка результатов работы в практике специалиста-аналитика.

Аналитическая работа сотрудников в сфере Government Relations. Компетенции и квалификация сотрудника, отвечающего за связи с государственными организациями.

Мониторинг и СМИ и общественного мнения как специальные направления работы аналитического блока отдела рекламы и связей с общественностью.

Специалист по мониторингу СМИ: основные направления деятельности и необходимые для работы технические средства.

Мониторинг эффективности работы отделов. Разработка критериев оценки эффективности.

Функции и задачи начальников отделов по рекламе и связям с общественностью.

Роль начальника отдела по рекламе и связям с общественностью в стратегическом и тактическом планировании развития компании.

Личные и профессиональные качества начальника отдела по рекламе и связям с общественностью. Компетенции, необходимые руководителям отделов по рекламе и связям с общественностью для осуществления управленческих функций.

Управленческие и этические принципы работы начальников отделов по рекламе и связям с общественностью.

Выстраивание отношений между руководителями отделов и высшим менеджментом организации.

### **5.3.4 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ОПК-2**

Цикл Деминга как модель организации рабочего процесса отдела по рекламе и связям с

общественностью.
КРІ – ключевые показатели эффективности, их внедрение и оценка в практике сотрудников отдела по рекламе и связям с общественностью.
Тимбилдинг как элемент внутрикорпоративного менеджмента.
Тимспирит и Тимфан как альтернатива Тимбилдингу: плюсы и минусы данных внутрикорпоративных активностей.
Организация работы внештатных сотрудников отдела по рекламе и связям с общественностью.
Модель «хоум-офис» при организации труда сотрудников отдела по рекламе и связям с общественностью.
Связи с общественностью на аутсорсинге: плюсы и минусы такой организации связей с общественностью.
Современные цифровые технологии в практике специалистов отделов по рекламе и связям с общественностью.
Современные тенденции при формировании отделов по рекламе и связям с общественностью в структуре государственной организации.
Современные тенденции при формировании отделов по рекламе и связям с общественностью в структуре коммерческой организации.

### **Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)**

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Очень высокий уровень знаний, что позволяет решать поставленные задачи и выполнять соответствующие задания максимально продуктивно и эффективно
отлично	Уровень знаний значительно выше среднего по группе (значительно выше ожидаемого), что позволяет решать поставленные задачи и выполнять соответствующие задания значительно продуктивнее и эффективнее, чем это делают большинство обучающихся
очень хорошо	Уровень знаний немного выше среднего по группе (немного выше ожидаемого), что позволяет решать поставленные задачи и выполнять соответствующие задания немного продуктивнее и эффективнее, чем это делают большинство обучающихся
хорошо	Средний уровень полученных знаний относительно группы (развитие способности соответствует ожидаемому), достаточный для решения поставленных задач и выполнения соответствующих заданий

Оценка	Критерии оценивания
удовлетворительно	Уровень знаний незначительно ниже среднего по группе (незначительно ниже ожидаемого), требуется, достаточный для решения поставленных задач и выполнения соответствующих заданий, однако есть недочеты и требуется дополнительная работа по освоению знаний
неудовлетворительно	Уровень знаний значительно ниже среднего по группе (значительно ниже ожидаемого), требуется повторное специальное обучение
плохо	Уровень знаний недостаточный для решения поставленных задач и выполнения соответствующих заданий, специальная работа по развитию способностей

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Жильцова О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. - Москва : Юрайт, 2023. - 233 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-9916-9889-4. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=846837&idb=0>.
2. Семенова Валерия Валерьевна. Управление персоналом: инновационные технологии : Учебное пособие. - 4. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2022. - 82 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-04408-3., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=875694&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Белковский Сергей Васильевич. Учебно-методический комплекс по курсу "Организация работы пресс-службы" : учебно-методическое пособие / С. В. Белковский ; ННГУ им. Н. И. Лобачевского. - Нижний Новгород : Изд-во ННГУ, 2005. - 27 с. - Текст : электронный., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=824580&idb=0>.
2. Потапов Ю. А. Современная пресс-служба : учебник / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2022. - 294 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/494465> (дата обращения: 14.08.2022). - ISBN 978-5-534-12233-6 : 1179.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=821391&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

1. Портал для специалистов по связям с общественностью. Международный пресс-клуб [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://pr-club.com>
4. Adobe Reader // Программное обеспечение для чтения PDF-файлов.
5. Microsoft Word // Программное обеспечение для чтения и редактирования текстовых файлов.

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Автор(ы): Болдина Ксения Александровна, кандидат политических наук.

Заведующий кафедрой: Савинова Ольга Николаевна, доктор политических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 12.01.2024, протокол № 12.