

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

Дзержинский филиал ННГУ

УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета ННГУ
протокол от «31» мая 2023 г. № 6

Рабочая программа дисциплины

ИНТЕРНЕТ- РЕКЛАМА

(наименование дисциплины (модуля))

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки / специальность

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность образовательной программы

**РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СИСТЕМЕ
УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЕЙ**

Форма обучения

ОЧНАЯ, ЗАОЧНАЯ

Год набора: 2022

Дзержинск

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.01 Интернет-реклама относится к части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 (дисциплина по выбору) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиль: Реклама и связи с общественностью в системе управления компанией.

Дисциплина предназначена для освоения.

- студентами очной формы обучения - в 7 семестре,
- студентами заочной формы – в 7 семестре.

Цель освоения дисциплины: овладение принципами и методами формирования рекламной стратегии в Интернет и управления рекламной политикой предприятия в электронной коммерции, приобретение навыков применения различных техник и приемов по созданию и поддержанию эффективной рекламной коммуникации Интернет-ресурса.

Задачи дисциплины:

- сформировать понимание принципов интернет-рекламы;
- дать системное представление о понятийном аппарате теории рекламы;
- обучить алгоритмам рекламной деятельности в интернет-среде

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	
ПКР-7. Способен участвовать в планировании, разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;	ПКР-7.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью;	Знать особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; Уметь использовать особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; Владеть практическими навыками реализации основных методов планирования, подготовки и проведения коммуникационных	<i>Контрольные вопросы Тесты Задания/задачи для оценки сформированности компетенции Реферат</i>

		кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;	
	ПКР-7.2. Готовит в рамках исполнения должностных обязанностей документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	<p>Знать основные методы подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Уметь применять на практике знания по подготовке проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Владеть навыками непосредственной практической деятельности по подготовке и составлению проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) в сфере рекламы и связей с общественностью;</p>	<p><i>Контрольные вопросы</i> <i>Задания/задачи для оценки сформированности компетенции</i> <i>Реферат</i></p>
	ПКР-7.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.	<p>Знать особенности и приемы работы над проектом с области рекламы и связей с общественностью;</p> <p>иметь представление о методах его реализации;</p> <p>- основные приемы и технологии написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;</p> <p>Уметь использовать в практической деятельности</p>	<p><i>Контрольные вопросы</i> <i>Тесты</i> <i>Задания/задачи для оценки сформированности компетенции</i> <i>Реферат</i></p>

		<p>приемы работы над проектом с области рекламы и связей с общественностью, а также методы его реализации;</p> <p>- использовать в практической деятельности приемы создания аналитических справок, обзоров и прогнозов;</p> <p>Владеть навыками практического участия в работе над созданием проектов, а также в процессе их реализации и продвижения;</p>	
ПКР-11. Владеет навыками создания рекламного и PR-текста с учетом жанрово-стилевой и тематической специфики, а также требований разных типов СМИ;	ПКР-11.1. Создает рекламный и PR-текст, учитывая жанрово-стилевую и тематическую специфику коммуникационного продукта;	<p>Знать специфику создания рекламного и PR-текста, жанрово-стилевые и тематические аспекты создания коммуникационного продукта;</p> <p>Уметь применять в практической деятельности теоретические основы создания рекламного и PR-текста;</p> <p>Владеть практическими навыками создания рекламного и PR-текста;</p>	<p><i>Контрольные вопросы</i></p> <p><i>Тесты</i></p> <p><i>Задания/задачи для оценки сформированности компетенции</i></p> <p><i>Реферат</i></p>
	ПКР-11.2. Адаптирует рекламный и PR-текст с учетом требований разных типов СМИ.	<p>Знать технологии адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ;</p> <p>Уметь применять в практической деятельности технологии адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ;</p> <p>Владеть практическими навыками адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ;</p>	<p><i>Контрольные вопросы</i></p> <p><i>Тесты</i></p> <p><i>Задания/задачи для оценки сформированности компетенции</i></p> <p><i>Реферат</i></p>

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная форма обучения	очно-заочная форма обучения	заочная форма обучения
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ		3 ЗЕТ
Часов по учебному плану	108		108
в том числе			

аудиторные занятия (контактная работа):	44		14
- занятия лекционного типа	16		4
- занятия семинарского типа	26		8
- КСРИФ	2		2
самостоятельная работа	28		85
Промежуточная аттестация – экзамен	36		9

3.2. Содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Всего (часы)			в том числе														
				Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы												Самостоятельная работа обучающегося, часы		
				из них														
	Очная	Очно-заочная	Заочная	Занятия лекционного типа			Занятия семинарского типа			Занятия лабораторного типа			Всего					
Очная				Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	
Тема 1. Реклама как элемент комплекса маркетинга и инструмент коммуникации Структура рекламного сообщения	17	0	24	4		1	6		2				10	0	3	7		21
Тема 2. Рекламный блок: его составляющие	17	0	24	4		1	6		2				10	0	3	7		21
Тема 3. Структура рекламного текста. Подходы к написанию заголовков и слоганов.	18	0	24	4		1	7		2				11	0	3	7		21
Тема 4. Тренды интернет-маркетинга	18	0	25	4		1	7		2				11	0	3	7		22
Контроль	2		2										2		2			

самостоятельной работы																		
Промежуточная аттестация - экзамен	36		9															
Итого	108	0	108	16	0	4	26	0	8	0	0	0	44	0	14	28	0	85

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках занятий семинарского типа.

Промежуточная аттестация проходит в традиционной форме (экзамен).

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа является важнейшим элементом в системе обучения студента, поскольку способствует самоорганизации, развитию навыка управления временем и самостоятельного решения задач. Основными формами самостоятельной работы студентов являются: подготовка к семинарским занятиям, составление конспекта, подготовка к выступлению на семинаре, подготовка доклада, написание контрольной работы (эссе), подготовка к тестированию, подготовка к ролевой игре.

Подготовка к семинарским занятиям. Данный тип самостоятельной работы предполагает освоение той литературы, которая указана в планах семинарских занятий. Освоение литературы происходит согласно сформулированным к семинарским занятиям вопросам, которые являются своего рода ориентирами при отборе из прочитанного главного.

Составление конспекта. Конспект представляет собой сжатое изложение основных идей, изложенных в учебной литературе. Задачей, стоящей перед студентом при написании конспекта, является формулирование собственных идей на основе прочитанного. Цитирование уместно лишь тогда, когда нужно привести слова автора, например, когда дается определение, приводятся цифры или факты, предлагается аргументация положений. Объем конспекта – 6-7 страниц. Обязательны поля. Ключевые слова желательно подчеркивать маркером. Таким образом должен быть подготовлен каждый вопрос семинарского занятия.

Подготовка к выступлению на семинаре. Выступление должно быть по существу затронутых вопросов. При этом важно ссылаться на источники и литературу, из которых заимствовался материал. Желательно прокомментировать заимствованное из прочитанной литературы, раскрыть его сильные стороны. Ответ должен быть емким и не превышать пяти минут. В заключении важно обобщить сказанное, используя речевые клише.

Подготовка доклада. Выступление с докладом на семинаре – одна из форм, давно и успешно апробированных преподавательской практикой. Она позволяет одновременно решить целый комплекс задач: прежде всего она позволяет студенту основательно изучить интересующий его вопрос; затем предоставляет возможность изложить материал в компактном и доступном виде; далее – привнести в текст полемическую заостренность; наконец, приобрести начальные навыки презентации.

Доклад должен быть рассчитан на 10 минут выступления. Он должен содержать в себе три основные части: *вступление, основная часть, заключение*. Во вступлении необходимо обосновать важность и актуальность рассматриваемого вопроса. При этом нужно не забыть об ярких, запоминающихся примерах, фактах, цифрах, которые помогут заинтересовать публику, привлечь внимание слушателей. В основной части следует раскрыть тему доклада. Важным

является сопровождение рассматриваемых положений своими комментариями. В заключении следует сделать краткие выводы.

Подготовка презентации. Доклад обучающегося может сопровождаться презентацией. Для подготовки презентации студенту необходимо выделить наиболее важные моменты сообщения и выстроить их в логической последовательности. Технически для подготовки презентации рекомендуется использовать программу Power Point. Особое внимание следует уделить принципам подготовки презентации: информационной наполненности слайдов, цветовому сопровождению материала и т.д. не стоит забывать о принципах публичного выступления и коммуникативных приемах.

Написание контрольной работы (эссе). Эссе – прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендующее на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета. Требования к оформлению работы. Общий объем самостоятельной работы – до 6 страниц рукописного текста. В правом верхнем углу листа следует указать свою фамилию, номер группы, дату написания работы. Далее в центре листа написать тему эссе.

Подготовка к тестированию. При подготовке к тестированию необходимо обратить внимание на термины, понятия, имена выдающихся мыслителей.

Тест предполагает проверку знаний, полученных в ходе изучения конкретной темы. Для подготовки к нему целесообразно перечитать конспекты лекций и семинарских занятий, освоить всю информацию, включенную в учебно-методические пособия и учебники по конкретной теме. Время на подготовку к тесту – 2-4 часа.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в 5.2.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используется электронный курс «Интернет-реклама», созданный в системе электронного обучения ННГУ - <https://e-learning.unn.ru>.

Учебно-методические документы, регламентирующие самостоятельную работу

1. Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся при реализации образовательных программ высшего образования в ННГУ (Приказ от 29.12.2017 №630-ОД);
2. Положение о фонде оценочных средств, (Приказ от 10.06.2015 №247-ОД);
3. Положение об электронной информационно-образовательной среде ННГУ (Приказ от 20.11.2019 №601-ОД);
4. Положение о порядке организации и освоения факультативных и элективных дисциплин (модулей) в ННГУ (Приказ от 19.09.2017 № 427-ОД);
5. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов: учебно-метод. пособие/Е.И. Яковлева, А.В. Крымов, П.Ю. Иванов, Ю.В. Родионова, Е.В. Себина. – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2018. – 62 с.

5. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	Шкала оценивания сформированности 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 незначительных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.	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.	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными незначительными недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения, решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие владения материалом. 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 некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без недочетов.	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка	Уровень подготовки
--------	--------------------

зачтено	Превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно»
	Отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
	Очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
	Хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
	Удовлетворительно	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	Неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
	Плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения.

5.2.1 Контрольные вопросы

Вопросы к экзамену

Вопросы	Код формируемой компетенции
1. Понятие, сущность и задачи интернет-рекламы	ПКР-7,ПКР-11
2. Виды рекламы	ПКР-7,ПКР-11
3. Коммерческая интернет-реклама	ПКР-7,ПКР-11
4. Социальная интернет-реклама	ПКР-7,ПКР-11
5. Политическая интернет-реклама	ПКР-7,ПКР-11
6. Рекламный процесс в сети Интернет и его участники	ПКР-7,ПКР-11

7. Психологические факторы рекламного воздействия	ПКР-7,ПКР-11
8. Паблик рилейшнз и реклама	ПКР-7,ПКР-11
9. Реклама и массовая культура: соотношение понятий	ПКР-7,ПКР-11
10. Элитарная культура. Соотношение культуры массовой и элитарной»	ПКР-7,ПКР-11
11. Психология света, цвета и формы в рекламе	ПКР-7,ПКР-11
12. Психологическая эффективность в рекламе	ПКР-7,ПКР-11
13. Рекламное творчество и искусство: пути пересечения в XIX - XX веке (основные формы, стили, мастера рекламы)	ПКР-7,ПКР-11
14. Рекламный плакат – история, особенности жанра, основные представители.	ПКР-7,ПКР-11
15. Русский рекламный плакат начала XX века	ПКР-7,ПКР-11
16. Особенности рекламного рынка России. Реклама и национальные ценности	ПКР-7,ПКР-11
17. Зарубежная реклама на российском рынке. Своеобразие российского менталитета и зарубежная реклама	ПКР-7,ПКР-11
18. Разработка и технологии производства рекламного продукта в сети Интернет	ПКР-7,ПКР-11
19. Графический дизайн и интернет-реклама	ПКР-7,ПКР-11
20. Понятие, сущность и задачи интернет-рекламы	ПКР-7,ПКР-11
21. Виды рекламы	ПКР-7,ПКР-11
22. Коммерческая интернет-реклама	ПКР-7,ПКР-11
23. Социальная интернет-реклама	ПКР-7,ПКР-11
24. Политическая интернет-реклама	ПКР-7,ПКР-11
25. Рекламный процесс в сети Интернет и его участники	ПКР-7,ПКР-11

5.2.2. Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенции ПКР-7,ПКР-11

Тест.

1. Основное предназначение социальной интернет-рекламы

- А) стимулировать спрос и сбыт
- Б) достижение благотворительных целей
- В) организация вовлекающего и развлекающего действия

2. Для политической интернет-рекламы характерна:

- А) борьба за голоса избирателей
- Б) ориентация на стимулирование спроса
- В) попытка обратить внимание на социальные проблемы общества

3. К функциям интернет-рекламы не относится:

- А) интенсификация и стимуляция производства Б)
- воздействие на психику потребителей В)
- информирование потребителей о товарах Г)
- создание художественных образов

4. Рекламный процесс не включает в себя:

- А) средства распространения рекламы
- Б) рекламных посредников
- В) процесс производства товара
- Г) рекламодателей
- Д) потребителей рекламы

5. Целевая аудитория интернет-рекламы - это

- А) группа лиц, на которую направлены рекламное сообщение и рекламные мероприятия
- Б) рекламодатели
- В) средства распространения рекламы
- Г) некоммерческие благотворительные фонды

6. К периоду средневековья как историческому этапу развития рекламы не относится

- А) появление витрин
- Б) конфессиональная реклама
- В) цеховые эмблемы
- Г) крики улиц

5.2.3. Типовые задания/задачи для оценки сформированности компетенции ПКР-7,ПКР-11

Заполните сравнительную таблицу:

«Виды интернет-рекламы»

Основные характеристики	Коммерческая реклама	Политическая реклама	Социальная реклама
Цель			
Целевая аудитория			
Предмет рекламы			

5.2.4. Темы курсовых работ, эссе, рефератов

Темы рефератов

1. Интернет-технологии в деятельности специалиста по связям с общественностью и рекламе
2. PR – продвижение по средствам Интернет технологий
3. Особенности PR в интернете
4. Видеореклама в интернете
5. Социальные сети internet как инструмент в Public Relations
6. Реклама в сети интернет
7. Постклик-анализ
8. Виды рекламы в интернете
9. Ослеживание эффективности интернет-рекламы
10. Вирусный маркетинг

11. Создание, ведение и продвижение корпоративного Твиттера
12. Продвижение в социальных сетях
13. Распространение информации на тематических сообществах ЖЖ
14. Создание, ведение и продвижение корпоративного блога
15. Скрытый маркетинг на форумах
16. Медийная реклама в социальных сетях
17. Поисковая оптимизация (SEO)
18. Преимущества интернет-рекламы
19. Медийная реклама на местных ресурсах
20. Медийная реклама на федеральных Ресурсах
21. Медийная реклама на тематических ресурсах

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) Основная литература

1. Абабков, Ю. Н. Реклама в туризме : учебник / Ю. Н. Абабков, М. Ю. Абабкова, И. Г. Филиппова ; под ред. Е. И. Богданова. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 170 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-004905-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1072132>
2. Васильев, Г.А. Основы рекламы: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям 080100 «Экономика», 080300 «Коммерция», 080500 «Менеджмент» / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 719 с. - ISBN 978-5-238-01059-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028601>
3. Васильев, Г. А. Технологии производства рекламной продукции : учебное пособие / Г. А. Васильев, В. А. Поляков, А. А. Романов. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2019. - 272 с. - ISBN 978-5-9558-0155-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/100209>
4. Мудров, А. Н. Основы рекламы : учебник / А.Н. Мудров. —3-е изд., перераб. и доп. — М. : Магистр : ИНФРА-М, 2018. — 416 с. : ил. - ISBN 978-5-9776-0212-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/969593>

б) Дополнительная литература:

1. Реклама социальных проектов : методическое пособие / А. Л. Абаев, Г. Г. Вельская, А. Г. Жилиев [и др.] ; под общ. ред. Г. Г. Вельской. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 94 с. - ISBN 978-5-394-04242-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1232460>
2. Пятнадцать главных трендов интернет-маркетинга в 2019 году [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://myacademy.ru/baza-znani/stati/trendi-internet-marketing-2019.html>
3. Яшин, В. Н. Информационные технологии и оценка эффективности рекламы в сети Интернет [Электронный ресурс]: статья / В. Н. Яшин. — Режим доступа: <http://www.creativeconomy.ru/articles/25957/>

в) Программное обеспечение и ресурсы Интернет

1. АКАР (Ассоциация коммуникационных Агентств России) [электронный ресурс] Режим доступа <http://www.akarussia.ru/> — Загл. с экрана.
2. Портал специалистов по рекламе, маркетингу, PR [электронный ресурс] // Режим доступа www.sostav.ru, . — Загл. с экрана. Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] Режим доступа // www.advertology.ru. — Загл. с экрана.
3. Фонд образовательных электронных ресурсов ННГУ Электронный ресурс [Электронный ресурс]. <http://www.unn.ru/books/resources.html> - Загл. с экрана.

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: ученические столы и стулья, мелованная доска, набор учебно-наглядных пособий, рабочее место преподавателя: стол, стул, кафедра.

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

Специальные условия организации обучения по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Организация обучения по дисциплине инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья при наличии таких обучающихся путем создания специальных условий для получения образования.

Профессорско-преподавательский состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии).

В соответствии с Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса, утв. Минобрнауки РФ 08.04.2014 АК-44/05вн при изучении дисциплины предполагается использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При освоении дисциплины используются различные сочетания видов учебной работы с методами и формами активизации познавательной деятельности обучающихся для достижения запланированных результатов обучения и формирования компетенций. Форма проведения промежуточной аттестации для обучающихся-инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей. По личной просьбе обучающегося с ограниченными возможностями здоровья, изложенной в форме письменного заявления, по дисциплине предусматриваются:

- замена устного ответа на письменный ответ при сдаче зачета или экзамена;
- увеличение продолжительности времени на подготовку к ответу на зачете или экзамене;
- при подведении результатов промежуточной аттестации студентов выставляется максимальное количество баллов за посещаемость аудиторных занятий.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Автор (ы): к.э.н., доцент **А.С. Шеншин**

Программа одобрена Методической комиссией Дзержинского филиала ННГУ от 31.05.2023 года, протокол № 13..