

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

Институт международных отношений и мировой истории

---

УТВЕРЖДЕНО

решением президиума Ученого совета ННГУ

протокол № 1 от 16.01.2024 г.

**Рабочая программа дисциплины**

Рекламные технологии в бизнесе и политике

---

Уровень высшего образования

Магистратура

---

Направление подготовки / специальность

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью

---

Направленность образовательной программы

Медиаменеджмент в политике и бизнесе

---

Форма обучения

очная

---

г. Нижний Новгород

2024 год начала подготовки

## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.04 Рекламные технологии в бизнесе и политике относится к части, формируемой участниками образовательных отношений 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
ПК-2: Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ПК-2.1: Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике ПК-2.2: Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-2.1: Знать аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта. Уметь применять их на практике.  ПК-2.2: Владеть навыками проведения анализа ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью	Задания	Экзамен: Проект
ПК-3: Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-3.1: Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации ПК-3.2: Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции	ПК-3.1: Знать, как получать, интерпретировать и представлять результаты исследования. Уметь на основе исследования составлять практические рекомендации и прогнозировать тенденции коммуникационной сферы  ПК-3.2: Владеть методами качественного и	Задания	Экзамен: Доклад

	коммуникационной сферы	количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации		
--	------------------------	---	--	--

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	<b>очная</b>
<b>Общая трудоемкость, з.е.</b>	<b>4</b>
<b>Часов по учебному плану</b>	<b>144</b>
в том числе	
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>	
- занятия лекционного типа	<b>16</b>
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	<b>32</b>
- КСР	<b>2</b>
<b>самостоятельная работа</b>	<b>58</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>36</b> <b>Экзамен</b>

#### 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	
	о ф о	о ф о	о ф о	о ф о	о ф о
Тема 1. Структура рекламных кампаний	22	4	8	12	10
Тема 2. Маркетинговые и коммуникативные стратегии: проблема выбора.	15	2	4	6	9
Тема 3. Понятие KPI – key performance 2indicators. Основные подходы к оценке эффективности рекламных кампаний	15	2	4	6	9
Тема 4. Особенности структуры рекламных кампаний в сфере политики	15	2	4	6	9
Тема 5 Использование печатных СМИ для организации рекламных кампаний в системе государственного управления и политике.	15	2	4	6	9
Тема 6 Организация рекламных кампаний в сфере культуры	24	4	8	12	12
Аттестация	36				

КСР	2			2	
Итого	144	16	32	50	58

### **Содержание разделов и тем дисциплины**

Тема 1. Структура рекламных кампаний

Тема 2. Маркетинговые и коммуникативные стратегии: проблема выбора.

Тема 3. Понятие KPI – key performance 2indicators. Основные подходы к оценке эффективности рекламных кампаний

Тема 4. Особенности структуры рекламных кампаний в сфере политики

Тема 5 Использование печатных СМИ для организации рекламных кампаний в системе государственного управления и политике.

Тема 6 Организация рекламных кампаний в сфере культуры

#### **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.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

- электронный курс "РТвБИА" (<https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=11234>).

Иные учебно-методические материалы: [http://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?](http://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=892211&idb=0)

[Action=FindDocs&ids=892211&idb=0](http://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=892211&idb=0)

#### **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 - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-2:**

Задание 1.

Стратегия социальной ответственности и ее воплощение в рекламных проектах.

Задание 2.

Стратегия создания образа профессионала в рекламных проектах.

Задание 3.

Роль эпатажа в рекламных и PR-проектах.

Задание 4.

Анализ рынка наружной рекламы в Нижнем Новгороде.

Задание 5.

Анализ рынка Интернет- рекламы в Нижнем Новгороде.

Задание 6.

Виды продвижения продуктов и услуг в сети Интернет. Использование Интернет-продвижения в рекламных и PR-проектах.

##### **5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПК-3:**

Задание 1.

Проблема выборов каналов коммуникации в рекламных и PR-проектах.

Задание 2.

Медиапланирование на основе анализа портрета потребителя /адресата.

Задание 3.

Основные показатели в медиапланировании.

Задание 4.

Основные подходы к составлению медиаплана проекта.

Задание 5.

Основные методики оценки эффективности рекламного проекта.

Задание 6.

Виды контроля в PR и рекламной кампаниях.

### Критерии оценивания (оценочное средство - Задания)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Средний и высокий уровень развития способности относительно группы (развитие способности соответствует ожидаемому), достаточный для решения поставленных задач и выполнения соответствующих заданий
не зачтено	Уровень развития способности недостаточный для решения поставленных задач и выполнения соответствующих заданий, специальная работа по развитию способностей

## 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 несуществ	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	превосходно	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
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «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».
	плохо	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 - Проект) для оценки сформированности компетенции ПК-2

В соответствии с планом создать рекламный проект по теме практической части исследования магистерской диссертации

### Критерии оценивания (оценочное средство - Проект)

Оценка	Критерии оценивания
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»
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»

### 5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Доклад) для оценки сформированности компетенции ПК-3

1. Феномен коммуникации
2. Основные подходы к понятию «Реклама» в России и за рубежом.
3. Модели коммуникаций в рекламе и их с общественностью.
4. Основные проблемы рекламы на современном этапе.
5. PR и реклама: общее и различное.
6. Особенности рекламы в сфере политики
7. Особенности рекламы в сфере культуры
8. Эволюция и анализ современного состояния рекламы в России.
9. Эволюция и анализ современного состояния рекламы за рубежом.
10. PR-персона (портрет пресс-секретаря или PR практика).
11. 11. В чем суть концепции интегрированных коммуникаций? Кто стоит у ее истоков?
12. 12. Что такое запланированные и незапланированные маркетинговые коммуникации?
13. 13. Каковы подходы к определению BTL в работах отечественных и зарубежных специалистов? В чем, на ваш взгляд, преимущества BTL перед рекламой?
14. 14. Вспомните примеры вирусного маркетинга, которые успешно «выстрелили» и помогли компании увеличить свою узнаваемость и/или создать положительный имидж?
15. 15. Что можно считать преимуществами и недостатками PR, рекламы?

### Критерии оценивания (оценочное средство - Доклад)

Оценка	Критерии оценивания
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»
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»

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

Основная литература:

1. Бичурин О. М. Информационное общество и международные отношения : учебное пособие / Бичурин О. М., Синцова Е. А., Бичурин В. А. - Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2021. - 168 с. - Книга из коллекции ИЭО СПбУТУиЭ - Социально-гуманитарные науки. - ISBN 978-5-94047-854-6., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=805107&idb=0>.
2. Борщевский Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум / Г. А. Борщевский. - Москва : Юрайт, 2022. - 267 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/492969> (дата обращения: 14.08.2022). - ISBN 978-5-534-04736-3 : 1089.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=821554&idb=0>.
3. Связи с общественностью в органах власти / под ред. Ачкасовой В.А., Быкова И.А. - Москва : Юрайт, 2022. - 163 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/494288> (дата обращения: 05.01.2022). - ISBN 978-5-534-07448-2 : 579.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=787543&idb=0>.
4. Шарков Феликс Изосимович. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование : Учебник / Московский государственный институт международных

отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации; Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2018. - 486 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-01185-6., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=632750&idb=0>.

5. Гойхман Оскар Яковлевич. Организация и проведение мероприятий : Учебное пособие / Российский новый университет. - 2-е изд. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2012. - 136 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-16-004998-4., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=596332&idb=0>.

6. Войтик Н. В. Речевая коммуникация / Войтик Н. В. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2022. - 125 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/491925> (дата обращения: 05.01.2022). - ISBN 978-5-534-09922-5 : 329.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт", <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=786615&idb=0>.

#### Дополнительная литература:

1. Василенко И.А. Связи с общественностью в органах власти : учебник / Василенко И.А.; Василенко Е.В. - Москва : Международные отношения, 2017. - 296 с. - ISBN 978-5-7133-1585-6., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=838225&idb=0>.

2. Болгов Р.В. Информационное общество и международные отношения : Учебник. - СПб : Издательство Санкт-Петербургского государственного университета, 2014. - 384 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-288-05510-2., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=621418&idb=0>.

3. Медиариелейшнз на 100%: Искусство взаимодействия с прессой / Назайкин А. - Москва : Альпина Паблишер, 2016., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=639576&idb=0>.

4. Вартанова Е.Л. Энциклопедия мировой индустрии СМИ : учебное пособие / Вартанова Е.Л. - Москва : Аспект-Пресс, 2019. - 480 с. - ISBN 978-5-7567-1059-5., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=773069&idb=0>.

5. Гойхман Оскар Яковлевич. Речевая коммуникация : Учебник / Российский новый университет. - 3. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023. - 286 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-16-012074-4. - ISBN 978-5-16-104783-5., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=837211&idb=0>.

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

Ашманов И., Иванов А. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах [электронный ресурс] // <http://freebooks.net.ua/12424-optimizacija-i-prodvizhenie-sajtov-v-poiskovykh.html>

Квалификационные характеристики работников, занятых в сфере PR. Приложение к постановлению Минтруда России от 28. 07 2003 г. № 59 [электронный ресурс] // [www.imagecontact.ru/151\\_1083142585.shtml](http://www.imagecontact.ru/151_1083142585.shtml)

Международный пресс-клуб. Чумиков PR и консалтинг - российское PR-агентство [электронный ресурс] // [www.pr-club.com](http://www.pr-club.com)

Портал журнала «Советник» [электронный ресурс] // [www.sovetnik.ru](http://www.sovetnik.ru)

Портал специалистов по рекламе, маркетингу, PR [электронный ресурс] // [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru),

Сайт Российской Ассоциации по Связям с Общественностью (РАСО) [электронный ресурс] //

[www.raso.ru](http://www.raso.ru),

Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] //

[www.advertology.ru](http://www.advertology.ru).

Федеральный Закон РФ о рекламе от 13.03.2006 N 38-ФЗ [электронный ресурс] /

<http://www.consultant.ru/popular/advert/>

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

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения, специализированным оборудованием: Аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспеченные доступом в электронную информационно-образовательную среду ННГУ. Демонстрационное оборудование для презентаций на аудиторных занятиях.

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 ФГОС ВО по направлению подготовки/специальности 42.04.01 - Реклама и связи с общественностью.

Автор(ы): Кузнецова Наталия Алексеевна, кандидат политических наук, доцент.

Заведующий кафедрой: Фортунатов Антон Николаевич, доктор философских наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 29.11.2023, протокол № 15.