

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**

**ПЛАНИРОВАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ PR-КАМПАНИЙ**

---

*(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: 2023

Дзержинск

2023

## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.03 Планирование и организация PR компаний относится к части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 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 6 семестре,
- студентами заочной формы – в 6 семестре.

**Цель освоения дисциплины:** сформировать целостное, законченное представление о сущности и содержании комплексной рекламной и PR-кампании, её задачах и функциях, о характере и особенностях осуществления рекламных кампаний и мероприятий

**Задачи дисциплины:**

- дать системное представление о проведении рекламной и PR-кампании;
- обучить особенностям осуществления рекламных кампаний и мероприятий

## 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	
ПК-2. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.	ПК-2.1. Анализирует коммуникационные аспекты работы организации (проекта).	<b>Знать</b> особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; <b>Уметь</b> использовать особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; <b>Владеть</b> практическими навыками реализации основных методов планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;	<i>Контрольные вопросы Тест Задания/задачи для оценки сформированности компетенции</i>

	ПК-2.2. Владеет техниками организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.	<p><b>Знать</b> особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p><b>Уметь</b> использовать особенности и основные методы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p><b>Владеть</b> практическими навыками реализации основных методов планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;</p>	<p><i>Контрольные вопросы</i>  <i>Тест</i>  <i>Задания/задачи для оценки сформированности компетенции</i></p>
ПК-16. Способен участвовать в планировании, разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;	ПК-16.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью;	<p><b>Знать</b> типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p><b>Уметь</b> выстраивать внешние и внутренние коммуникации в рамках деятельности организации;</p> <p><b>Владеть</b> практическими навыками формирования внешних и внутренних коммуникаций в рамках деятельности организации;</p>	<p><i>Контрольные вопросы</i>  <i>Тест</i>  <i>Задания/задачи для оценки сформированности компетенции</i></p>
	ПК-16.2. Готовит в рамках исполнения должностных обязанностей документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	<p><b>Знать</b> коммуникационные аспекты деятельности организации;</p> <p><b>Уметь</b> готовить в рамках исполнения должностных обязанностей документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью;</p> <p><b>Владеть</b> практическими навыками формирования внешних и внутренних коммуникаций в рамках деятельности организации;</p>	<p><i>Контрольные вопросы</i>  <i>Тест</i>  <i>Задания/задачи для оценки сформированности компетенции</i></p>
	ПК-16.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного	<p><b>Знать</b> коммуникационные аспекты деятельности организации;</p> <p><b>Уметь</b> использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании;</p> <p><b>Владеть</b> практическими навыками формирования внешних и внутренних коммуникаций в</p>	<p><i>Контрольные вопросы</i>  <i>Тест</i>  <i>Задания/задачи для оценки сформированности компетенции</i></p>

	продукта	рамках деятельности организации;	
ПК-5. Владеет навыками создания рекламного и PR-текста с учетом жанрово-стилевой и тематической специфики, а также требований разных типов СМИ;	ПК-5.1. Создает рекламный и PR-текст, учитывая жанровостилевую и тематическую специфику коммуникационного продукта;	<b>Знать</b> жанровостилевую и тематическую специфику коммуникационного продукта; <b>Уметь</b> выстраивать внешние и внутренние коммуникации в рамках деятельности организации; <b>Владеть</b> практическими навыками формирования внешних и внутренних коммуникаций в рамках деятельности организации;	<i>Контрольные вопросы Тест Задания/задачи для оценки сформированности компетенции</i>
	ПК-5.2. Адаптирует рекламный и PR-текст с учетом требований разных типов СМИ.	<b>Знать</b> особенности адаптации рекламного и PR-текста с учетом требований разных типов СМИ; <b>Уметь</b> выстраивать внешние и внутренние коммуникации в рамках деятельности организации; <b>Владеть</b> практическими навыками адаптации рекламного и PR-текста с учетом требований разных типов СМИ;	<i>Контрольные вопросы Тест Задания/задачи для оценки сформированности компетенции</i>

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная форма обучения	очно-заочная форма обучения	заочная форма обучения
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>5 ЗЕТ</b>		<b>5 ЗЕТ</b>
<b>Часов по учебному плану</b>	<b>180</b>		<b>180</b>
<b>в том числе</b>			
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>	<b>63</b>		<b>15</b>
- занятия лекционного типа	24		6
- занятия семинарского типа	36		6
- КСРИФ	3		3
<b>самостоятельная работа</b>	<b>63</b>		<b>156</b>
<b>Промежуточная аттестация – экзамен</b>	<b>54</b>		<b>9</b>

#### 3.2. Содержание дисциплины

	Всего	в том числе	
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них	Самостоятельная работа обучающегося

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	(часы)			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	Очная	Очно-заочная	Заочная
Тема 1. Сущность, содержание и виды комплексной рекламной и PRкампании	30	0	38	6			9		1				15	0	1	15		37
Тема 2. Цель, задачи и функции комплексной рекламной и PRкампании	31	0	40	6		2	9		1				15	0	3	16		37
Тема 3. Основные этапы разработки комплексной рекламной и PRкампании	31	0	40	6		2	9		1				15	0	3	16		37
Тема 4. Принципы комплексной рекламной и PRкампании и условия их эффективной реализации	31	0	50	6		2	9		3				15	0	5	16		45
Контроль самостоятельной работы	3		3										3		3			
<b>Промежуточная аттестация – экзамен</b> <b>Курсовая работа</b>	54		9															
<b>Итого</b>	180	0	180	24	0	6	36	0	6	0	0	0	63	0	15	63	0	156

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 «Планирование и организация PR компаний», 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	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	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки.  Допущено несколько несущественных	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу



	вследствие отказа обучающегося от ответа			ошибок	ых ошибок		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 несущественным 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 ошибок и 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. Основные тенденции развития PR за рубежом.	ПК-2, ПК-5, ПК-16
2. Современные направления развития СО: международная практика	ПК-2, ПК-5, ПК-16
3. Финансовый PR и его содержание	ПК-2, ПК-5, ПК-16
4. GR.	ПК-2, ПК-5, ПК-16
5. Медиапланирование в СО.	ПК-2, ПК-5, ПК-16
6. Специальные события в СО.	ПК-2, ПК-5, ПК-16
7. Документы СО: бэкграундер.	ПК-2, ПК-5, ПК-16
8. Документы СО: медиа-кит	ПК-2, ПК-5, ПК-16
9. Документы СО: факт-лист	ПК-2, ПК-5, ПК-16
10. Особенности устных выступлений в СО.	ПК-2, ПК-5, ПК-16
11. Политический PR. Особенности политического PR в России	ПК-2, ПК-5, ПК-16
12. Документы СО: годовой отчет	ПК-2, ПК-5, ПК-16
13. Медиаисследования в СО.	ПК-2, ПК-5, ПК-16

### 5.2.2. Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенции ПК-2, ПК-5, ПК-16

Тест.

1. Перевод, озвучание и замена визуальных элементов иностранного рекламного ролика. (Например — замена этикетки товара в визуальном ряде видеоролика, переозвучание другими актерами и т.д.) – это... А) Адаптация Б) Реконструкция В) Имитация
2. Ключевой клиент – это: А) Такой, который благодаря соответствующим закупкам обеспечивает фирме и менеджеру по рекламе выполнение значительной части плановых показателей объема рекламных услуг. Б) Представители крупных предприятий. В) Партнеры, сотрудничающие с фирмой и непосредственно с менеджером по рекламе не менее полутора лет.
3. Одно из основных средств рекламы, носители которого размещаются вне помещений, рассчитанное на пешеходов, шоферов, пассажиров (по целям, как правило, является апоминантной; основные рекламоносители: щиты, вывески, световые экраны, лайтбоксы, брендмауэры, баннеры и т. д.) – это. А) Наружная реклама Б) Печатная реклама В) BTL-реклама
4. Липкая рекламная аппликация, размещаемая в вагонах метро – это... А) Стикер Б) Вобблер В) Флаер

### 5.2.3. Типовые задания/задачи для оценки сформированности компетенции ПК-2, ПК-5, ПК-16

#### Практическое задание 1

Составьте презентацию примерами, в которой раскройте следующие вопросы: Цели и задачи рекламной коммуникационного процесса. Рекламодатель. Рекламное агентство. Изготовитель рекламного продукта. Средства распространения рекламы. Потребитель рекламного продукта. Прямые и косвенные участники рекламного процесса. Помехи в процессе рекламной коммуникации. Принципы работы с заказчиком рекламной продукции (рекламодателем). Работа рекламного отдела на предприятии. Типы покупательского поведения. Пассивный и активный покупатель.

#### Практическое задание 2

Десять рекламных заповедей. 1. Сформировать у потенциального потребителя образ товара, фирмы (его или продавца), перейти от незнания о товаре осведомлённости об их существовании. 2. Преодолеть барьер недоверия к предмету рекламы и сформировать у потребителя определённые знания о товаре (фирме). 3. Возбудить у потребителя положительные эмоции благожелательное отношение к товару (фирме). 4. Превратить благорасположение в предпочтение товара (фирмы). 5. Создать условия для перехода от предпочтения к вступлению в контакт с рекламодателем, к покупке, а затем и к повторной покупке. 6. Стремиться сделать многих потребителей своими покупателями (клиентами). 7. Стимулировать сбыт товаров (услуг), ускорение товарооборота, поиск выгодных партнёров. 8. Сформировать у других фирм мнение, что они могут иметь в вашем лице надёжного компаньона. Оказывать потребителю помощь в выборе товаров и услуг, а также выполнять социальные функции (некоммерческая реклама). 10.

Постоянно помнить, что ваши затраты на рекламу должны себя окупать через увеличение сбыта, прибыли, рост имиджа и т. д.

**Задания:** - Прокомментируйте каждый пункт рекламной заповеди.

- Дайте оценку каждому пункту: ваше согласие или несогласие.

- Попробуйте добавить свои пункты в рекламные заповеди.

#### **5.2.4. Темы курсовых работ, эссе, рефератов**

##### **Темы контрольных работ для оценки сформированности компетенции ПК-2, ПК-5, ПК-16**

1. Задачи и функции PR в современном обществе и рыночной экономике.
2. Специфика PR в политике, коммерческом секторе, общественных объединениях, государственных учреждениях.
3. Основные этапы развития PR в России.
4. Виды кодексов профессионального поведения PR-специалиста.
5. Законы и нормативные акты, регулирующие рекламную деятельность.
6. Коммуникация как социальное действие.
7. Роль социально-коммуникационных революций в развитии общества.
8. Основные теории массовых коммуникаций.
9. Технологии построения имиджей.
10. Концепция формирования бренда.
11. Основные характеристики и структура медиаплана.
12. Роль политической коммуникации в обществе и ее основные функции.
13. СМИ как неотъемлемый элемент политических коммуникаций и их манипулятивные возможности.
14. Развитие служб по связям с общественностью в современной России.
15. Структура и функции PR-службы.
16. Функции и задачи PR - специалиста.
17. Особенности связей с общественностью в государственных структурах.
18. Правила подготовки и распространения пресс-релиза.
19. Многотиражная газета как вид корпоративного документа.
20. Формы и средства бюджета при проведении PR-мероприятий

##### **Темы курсовых работ (для заочного отделения)**

1. Основные тенденции развития печатных СМИ в России и за рубежом
2. Специфика развития телевизионной индустрии в современной России
3. Специфика развития радиовещания в современной России
4. Интернет как площадка управления общественным мнением
5. Роль новых медиа в управлении информацией
6. Управление информацией в социальных сетях и блогах
7. Теория повестки дня
8. Технологии формирования повестки дня
9. Манипулирование общественным мнением в печатных СМИ
10. Манипулятивные технологии на телевидении
11. Манипулятивные технологии в Сети Интернет
12. Технология мониторинга СМИ
13. Детекст анализ
14. Контент-анализ СМИ
15. Массовая коммуникация и гиперреальность
16. Конвергенция СМИ: причины, результаты, прогнозы

#### **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

#### **а) Основная литература**

1. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515470>
2. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/5153194>.

#### **б) Дополнительная литература:**

1. Ковалева, А. В. Основы социальной рекламы : учебное пособие для вузов / А. В. Ковалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 155 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12757-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518935>
2. Морозова, Н. С. Менеджмент, маркетинг и реклама гостиничного предприятия: учебник для среднего профессионального образования / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 192 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15264-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520436>

#### **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](http://www.sostav.ru), . — Загл. с экрана. Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] Режим доступа // [www.advertology.ru](http://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 оснащённости 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 ФГОС ВО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Автор (ы): преп. Трескин П.А.

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