

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

Проектная деятельность в сфере 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 политике и коммерции

Форма обучения

очная, заочная

г. Нижний Новгород

2024 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.20 Проектная деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью 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
УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1: Знает различные приемы и способы социализации личности и социального взаимодействия.	УК-3.1: Знать: различные приемы и способы социализации личности и социального взаимодействия. Уметь: применять различные приемы и способы социализации личности и социального взаимодействия. Владеть: различными приемами и способами социализации личности и социального взаимодействия	Коллоквиум	Зачёт: Тест
УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1: Знает основные принципы самовоспитания и самообразования, профессионального и личностного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда	УК-6.1: Знать: основные принципы самовоспитания и самообразования, профессионального и личностного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда. Уметь: применять основные принципы самовоспитания и самообразования, профессионального и личностного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда. Владеть: основными принципами самовоспитания и самообразования, профессионального и личностного развития, исходя	Коллоквиум	Зачёт: Тест

		из этапов карьерного роста и требований рынка труда.		
--	--	--	--	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная	заочная
Общая трудоемкость, з.е.	2	2
Часов по учебному плану	72	72
в том числе		
аудиторные занятия (контактная работа):		
- занятия лекционного типа	8	2
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	24	6
- КСР	1	1
самостоятельная работа	39	59
Промежуточная аттестация	0 Зачёт	4 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. Рекламные и PR- проекты в деятельности организации: типология и структура	8	10	1	2	3	1	4	3	4	7
Тема 2. Исследование сбыта и рекламы. Роль в планировании.	8	8	1		3	1	4	1	4	7
Тема 3. Выбор целевой аудитории.	8	8	1		3	1	4	1	4	7
Тема 4. Виды креативных стратегий в рекламе и PR.	8	8	1		3	1	4	1	4	7
Тема 5. Разработка креативного рекламного продукта и сценария мероприятия	8	8	1		3	1	4	1	4	7
Тема 6. Медиапланирование в рекламной и PR-кампании.	8	8	1		3	1	4	1	4	7
Тема 7. Составление сметы рекламного/PR проекта.	8	7	1		3		4	0	4	7
Тема 8. Методы оценки эффективности рекламного/PR проекта	15	10	1		3		4	0	11	10

Аттестация	0	4								
КСР	1	1					1	1		
Итого	72	72	8	2	24	6	33	9	39	59

Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Рекламные и PR- проекты в деятельности организации: типология и структура.

Тема 2. Исследование сбыта и рекламы. Роль в планировании.

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 "Управление проектами в рекламно-информационной деятельности" (<https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=4957>).

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 - Коллоквиум) для оценки сформированности компетенции УК-3:

1. Понятие «проект». Виды проектов в рекламе.
2. Структура рекламного и PR проекта
3. Основные этапы в организации рекламной и PR-кампании.
4. Методы анализа внешней и внутренней среды организации на основе вторичных источников.
5. Методы анализа внешней и внутренней среды организации на основе первичных источников.
6. Виды целевых аудиторий в рекламной и PR-кампании
7. Основные подходы к выбору целевой аудитории в рекламной и PR-кампании.
8. Сегментирование.
9. Методы изучения целевой аудитории. Составление портрета потребителя.
10. Принципы выбора креативной стратегии.
11. Роль эпатажа в рекламных PR-проектах.

12. Роль юмора в рекламных и PR-проектах.

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Коллоквиум) для оценки сформированности компетенции УК-6:

1. Проблема выборов каналов коммуникации в рекламных PR-проектах.
2. Медиапланирование на основе анализа портрета потребителя /адресата.
3. Основные показатели в медиапланировании.
4. Виды продвижения продуктов и услуг в сети Интернет. Использование Интернет-продвижения в рекламных и PR-проектах.
5. Основные тенденции на российском рынке рекламы за прошедший год.
6. Проблема выбора каналов коммуникации, времени и частоты выхода рекламного сообщения.
7. Основные подходы к составлению медиаплана проекта.
8. Анализ стоимости рекламы в столице и регионе.
9. Основные подходы к составлению бюджета рекламного/PR проекта.
10. Основные методики оценки эффективности рекламного проекта.
11. Основные подходы к оценке эффективности PR-проекта
12. Виды контроля в PR и рекламной кампаниях.
13. Проблема контроля в рекламной кампании

Критерии оценивания (оценочное средство - Коллоквиум)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки . Допущено несколько негрубых ошибок.
не зачтено	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.

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	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 и несущественными 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 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 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 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 - Тест) для оценки сформированности компетенции УК-3

1. Как называется способ выделения средств на рекламу, в соответствии с которым деньги распределяются в количестве, соответствующем затратам главных конкурентов? а. Конкурентный паритет б. Процент прибыли с. Долевое участие в рынке
2. Во сколько раз рекламный бюджет должен превышать рыночную долю, ожидаемую через два года (согласно методу долевого участия в рынке)? Ответ дайте числом.
3. Верно ли утверждение: изложенный в письменном виде план маркетинга сродни туристской карте? Выберите один ответ: Верно Неверно

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции УК-6

1. Мостик между заголовком, подзаголовками и коммерческими идеями, выраженными в тексте - это а. кода б. внутренний абзац с. вводный абзац
2. Верно ли утверждение: вопросительные заголовки могут быть опасными? Выберите один ответ: Верно Неверно
3. Просьба сделать заказ. которая содержится внутри абзаца текстового объявления - это Ответ

Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки . Допущено несколько

Оценка	Критерии оценивания
	негрубых ошибок.
не зачтено	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.

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

Основная литература:

1. Шмырева Н. А. Проектная деятельность в образовательном процессе: от теории к практике : учебное пособие. Ч. 2. Проектная деятельность в образовательном процессе: от теории к практике / Шмырева Н. А., Губанова М. И. - Кемерово : КемГУ, 2019. - 139 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции КемГУ - Психология. Педагогика. - ISBN 978-5-8353-2357-9., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=709000&idb=0>.
2. Володина Л. В. Теория и практика коммуникационной кампании в коммерческой сфере : учебное пособие / Володина Л. В. - Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2021. - 97 с. - Книга из коллекции СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича - Экономика и менеджмент., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=829971&idb=0>.
3. Шишова Наталья Васильевна. Теория и практика рекламы : Учебное пособие. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019. - 299 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-16-004794-2. - ISBN 978-5-16-101903-0., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=631110&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Бареев В. А. Консалтинг в связях с общественностью: Электронное учебное пособие : учебное пособие / Бареев В. А. - Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2008. - 284 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции ИЭО СПбУТУиЭ - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-94047-647-4., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=714411&idb=0>.
2. Коноваленко В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. - Москва : Юрайт, 2022. - 383 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/489018> (дата обращения: 14.08.2022). - ISBN 978-5-534-14728-5 : 1189.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт", <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=820542&idb=0>.
3. Белковский Сергей Васильевич. Теория и практика рекламы : учебно-методическое пособие / С. В. Белковский ; ННГУ им. Н. И. Лобачевского. - Нижний Новгород : Изд-во ННГУ, 2014. - 32 с. - Текст : электронный., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=850465&idb=0>.

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

ЭУК в системе электронного обучения

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

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

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 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Автор(ы): Щавелева Марина Борисовна, кандидат исторических наук, доцент.

Рецензент(ы): Дорофеев Федор Александрович, кандидат исторических наук.

Заведующий кафедрой: Фортунатов Антон Николаевич, доктор философских наук.

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