

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Пекаревский Борис Владимирович  
Должность: Проректор по учебной и методической работе  
Дата подписания: 17.11.2022 13:32:19  
Уникальный программный ключ:  
3b89716a1076b80b2c167df0f27c09d01782ba84



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Санкт-Петербургский государственный технологический институт  
(технический университет)»  
(СПбГТИ(ТУ))

**Рабочая программа модуля**  
**ОРГАНИЗАЦИЯ РЕКЛАМНОЙ И PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**  
Направление подготовки  
**42.03.01 - РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Направленность образовательной программы:

**Реклама и связи с общественностью в медиапространстве**

Уровень подготовки  
**Бакалавриат**

Форма обучения  
**Очная**

Факультет **Экономики и менеджмента**  
Кафедра **Управления персоналом и рекламы**

Санкт-Петербург  
2019

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по модулю, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы .....	3
2. Место модуля в структуре образовательной программы .....	7
3. Объем модуля .....	8
4. Содержание модуля.....	9
4.1. Разделы модуля и виды занятий .....	9
4.2. Занятия лекционного типа. ....	9
4.3. Занятия семинарского типа. ....	11
4.3.1. Семинары, практические занятия. ....	11
4.3.2.Лабораторные работы. ....	13
4.4. Самостоятельная работа обучающихся.....	13
4.4.1. Содержание самостоятельной работы.....	14
4.5. Курсовое проектирование.....	16
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по модулю .....	17
6.Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации .....	17
7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения модуля .....	19
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения модуля .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
9. Методические указания для обучающихся по освоению модуля...	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по модулю .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
10.1. Информационные технологии.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
10.2. Лицензионное программное обеспечение.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
10.3. Информационные справочные системы.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по модулю .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
12. Особенности освоения модуля инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья. ....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>

**1. Перечень планируемых результатов обучения по модулю, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.**

**Соответствие профессиональных стандартов, обобщённых трудовых функций и трудовых функций профессиональной деятельности выпускника программ бакалавриата компетенциям ФГОС по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью»**

Профессиональный стандарт	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции			Компетенция	
	код	наименование	уровень квалификации	наименование	код	уровень (подуровень) квалификации	наименование	код
<i>06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации</i>	В	<i>Организация продвижения продукции СМИ</i>	6	<i>Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ</i>	<i>В/03.6</i>	6	Способностью участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-7
<i>06.013 Специалист по информационным ресурсам</i>	В	<i>Управление (менеджмент) информационным и ресурсами</i>	6	<i>Организация работ по созданию и редактированию контента</i>	<i>С/01.6</i>	6	Способностью участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-7

В результате освоения образовательной программы бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по модулю:

Коды компетенции	Результаты освоения ОПОП (наименование компетенций)	Код индикатора	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по модулю
<b>ОПК-2</b>	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1	Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	<p><b>Знает:</b> Основные понятия регулирования рекламного рынка История и источники правового регулирования рекламной деятельности в России Негосударственное регулирование РД Зарубежный опыт правового регулирования рекламы</p> <p><b>Умеет:</b> Работать с нормативно-правовой базой в сфере государственного регулирования рекламы и связей с общественностью</p> <p><b>Владеет:</b> Навыками работы с нормативно-правовой базой в сфере государственного регулирования рекламы и связей с общественностью</p>
		ОПК-2.2	Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	<p><b>Знает:</b> Законодательство "О рекламе". Регулирование отдельных видов и способов распространения рекламы Контроль и саморегулирование в рекламной деятельности Ответственность за нарушения законодательства в РД Договоры в рекламной деятельности Региональное и муниципальное регулирование рекламной деятельности Закон РФ "О средствах массовой информации" Закон о защите прав потребителей. Закон о конкуренции Законодательство о защите авторских прав и смежных прав</p> <p><b>Умеет:</b> Работать с нормативно-правовой базой в сфере государственного регулирования рекламы и связей с общественностью с учетом основных тенденций развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.</p> <p><b>Владеет:</b> навыками создания текстов рекламы и связей с</p>

Коды компетенции	Результаты освоения ОПОП (наименование компетенций)	Код индикатора	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по модулю
				общественностью и/или коммуникационных продуктов с учетом основных тенденций развития общественных и государственных институтов
ПК-7	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-7.1.	Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	<p><b>Знает:</b> Особенности рекламного менеджмента Управление рекламной деятельностью Сущность и структуры рекламного процесса Организация рекламной деятельности рекламодателя Организация рекламного агентства Оценка эффективности деятельности рекламных фирм Расчет рекламного бюджета Контроль рекламной деятельности</p> <p><b>Умеет:</b> осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью; проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок; оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.</p> <p><b>Владеет:</b> навыками планирования, проведения и оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью</p>
		ПК-7.2.	Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	<p><b>Знает:</b> Возникновение, этапы и современные тенденции развития PR. Технология и содержание PR деятельности Теория GR: основные понятия и концепции. Технологические субъекты GR. Основные GR-технологии Стратегии и модели использования СМИ в GR. Формирование общественной поддержки GR-коммуникации в современной интернет-среде</p>

Коды компетенции	Результаты освоения ОПОП (наименование компетенций)	Код индикатора	Наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по модулю
				<p>Теория лоббизма: основные понятия и концепции  Связи с общественностью в различных органах власти  Связи с общественностью в некоммерческих организациях.  Связи с общественностью в коммерческих организациях  Пресс-служба: структура и функции Стратегическое планирование и реализация PR-программ. Оценка эффективности рекламной и PR деятельности</p> <p><b>Умеет:</b>Осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p><b>Владеет:</b>Навыками тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p>
		<b>ПК-7.3.</b>	Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	<p><b>Знает:</b>Организация как функция менеджмента  организационные основы управления</p> <p><b>Умеет:</b>Эффективно организовывать работу и коммуникации в коллективе</p> <p><b>Владеет:</b>Навыками организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>

## **2. Место модуля в структуре образовательной программы**

Модуль «Организация рекламной и PR-деятельности» относится к обязательной части Блока 1 образовательной программы бакалавриата и изучается на 4 курсе в триместрах 10 и 11.

### 3. Объем модуля

Вид учебной работы	Всего, академических часов
	Очная форма обучения
<b>Общая трудоемкость модуля</b> (зачетных единиц/ академических часов)	<b>14/504</b>
<b>Контактная работа с преподавателем:</b>	<b>230</b>
<i>1.занятия лекционного типа, в т.ч.</i>	<b>60</b>
<i>1.1. занятия лекционного триместра 10</i>	28
<i>1.2.занятия лекционного типа триместра 11</i>	32
<b>2. занятия семинарского типа, в т.ч.</b>	<b>170</b>
2.1. семинары, практические занятия	<b>134</b>
<i>2.1.1 практические занятия триместра 10</i>	60
<i>2.1.2. практические занятия триместра 11</i>	74
2.2. лабораторные работы	<b>36</b>
<i>2.2.1. лабораторные работы триместра 10</i>	16
<i>2.2.2. лабораторные работы триместра 11</i>	20
курсовое проектирование (КР или КП)	нет
<b>контроль</b>	<b>18</b>
другие виды контактной работы	
<b>Самостоятельная работа, т.ч.</b>	<b>256</b>
<i>самостоятельная работатриместра 10</i>	112
<i>самостоятельная работатриместра 11</i>	144
<b>Форма текущего контроля</b> (опрос, индивидуальное задание, индивидуальное лабораторный практикум, групповая дискуссия)	<b>Работы по освоению компетенций</b>
<b>Форма промежуточной аттестации (экзамен)</b>	<b>Итоговое тестирование, защита курсовой работы</b>



#### 4. Содержание модуля

##### 4.1. Разделы модуля и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела модуля	Триместры	Занятия лекционного типа, акад. часы	Занятия семинарского типа, акад. часы		Самостоятельная работа, акад. часы	Формируемые компетенции/индикаторы
				Семинары и/или практические занятия	Лабораторные работы		
1.	Раздел 1 Основы рекламного менеджмента	10	14	20	8	64	ПК -7/ ПК -7.1
2.	Раздел 2 Нормативно-правовая база в сфере государственного регулирования рекламы и связей с общественностью	10/1 1	20	52	8	84	ОПК-2/ ОПК-2.1; ОПК-2.2
3.	Раздел 3. Реклама и PR в различных сферах деятельности	11	26	62	20	108	ПК – 7/ПК -7.2 ПК -7.3
	Итого		60	134	36	256	

##### 4.2. Занятия лекционного типа.

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
	<b>Раздел 1 Основы рекламного менеджмента</b>		
1/10	1. Организация как функция менеджмента.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
1/10	2. Особенности рекламного менеджмента.	2	
1/10	3. Сущность и структуры рекламного процесса.	2	
1/10	4. Организация рекламной деятельности рекламодателя.	2	
1/10	5. Организация рекламного агентства.	2	
1/10	6. Расчет рекламного бюджета.	2	
1/10	7. Контроль рекламной деятельности.	2	
	<b>ИТОГО по разделу 1 триместр 10</b>	<b>14</b>	
	<b>Раздел 2 Нормативно-правовая база в сфере государственного регулирования рекламы и связей с общественностью</b>		
2/10	8. Основные понятия регулирования рекламного рынка	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
2/10	9. История и источники правового регулирования рекламной деятельности в России	2	

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
2/10	10. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 28.07.2012) "О рекламе" (с изм. и доп. с 01.01.2013)	2	
2/10	11. Регулирование отдельных видов и способов распространения рекламы	2	
2/10	12. Контроль и саморегулирование в рекламной деятельности	2	
2/10	13. Договоры в рекламной деятельности	2	
2/10	14. Региональное и муниципальное регулирование рекламной деятельности	2	
2/11	15. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 28.07.2012) "О средствах массовой информации" (с изм. и доп. с 01.09.2012)	2	
2/11	16. Закон о защите прав потребителей. Закон о конкуренции.	2	
2/11	17. Законодательство о защите авторских прав и смежных прав.	2	
	<b>ИТОГО по разделу 2</b>	<b>20</b>	
	триместр 10	14	
	триместр 11	6	
	<b>Раздел 3. Реклама и PR в различных сферах деятельности</b>		
3/11	18. Возникновение, этапы и современные тенденции развития PR.	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
3/11	19. Технология и содержание PR деятельности	2	
3/11	20. Теория GR: основные понятия и концепции	2	
3/11	21. Технологические субъекты GR	2	
3/11	22. Основные GR-технологии	2	
3/11	23. Стратегии и модели использования СМИ в GR. Формирование общественной поддержки	2	
3/11	24. GR-коммуникации в современной интернет-среде	2	
3/11	25. Теория лоббизма: основные понятия и концепции	2	
3/11	26. Связи с общественностью в органах власти	2	
3/11	27. Связи с общественностью в некоммерческих организациях	2	
3/11	28. Связи с общественностью в коммерческих организациях	2	
3/11	29. Пресс-служба: структура и функции	2	
3/11	30. Стратегическое планирование и реализация PR-программ. Оценка эффективности рекламной и PR деятельности.	2	
	<b>ИТОГО по разделу 3 триместр 11</b>	<b>26</b>	
	<b>ИТОГО по модулю</b>	<b>60</b>	

### 4.3. Занятия семинарского типа.

#### 4.3.1. Семинары, практические занятия.

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Примечание
	<b>Раздел 1 Основы рекламного менеджмента</b>		
1/10	Практическая работа. Организация как функция менеджмента. Понятие организации. Виды организационных структур	4	Слайд-презентация, Групповая дискуссия
1/10	Практическая работа. Организация рекламной деятельности рекламодателя. Описание отдела рекламы и сопроводительных документов в организации	6	Отчет по практической работе
1/10	Практическая работа. Организация рекламного агентства. Описание структуры и сопроводительных документов рекламного агентства	6	
1/10	Практическая работа. Расчет рекламного бюджета для разного рода рекламных кампаний.	4	
	<b>ИТОГО по разделу 1 триместр 10</b>	<b>20</b>	
	<b>Раздел 2 Нормативно-правовая база в сфере государственного регулирования рекламы и связей с общественностью</b>		
2/10	Практическая работа. Основные понятия регулирования рекламного рынка	2	Обсуждение дискуссионных вопросов
2/10	Круглый стол. История и источники правового регулирования рекламной деятельности в России.	2	
2/10	Семинар. Негосударственное регулирование РД	2	Обсуждение дискуссионных вопросов и анализ ситуаций
2/10	Практическая работа. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 28.07.2012) "О рекламе" (с изм. и доп. с 01.01.2013). Рассмотрение ситуаций	6	
2/10	Практическая работа. Регулирование отдельных видов и способов распространения рекламы. Рассмотрение ситуаций	10	
2/10	Практическая работа. Контроль и саморегулирование в рекламной деятельности	10	
2/10	Практическая работа. Ответственность за нарушения законодательства в РД. Рассмотрение ситуаций	4	
2/10	Практическая работа. Составление договора	4	
2/11	Практическая работа. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1	4	Отчет по практической работе Обсуждение

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Примечание	
	(ред. от 28.07.2012) "О средствах массовой информации" (с изм. и доп. с 01.09.2012). Рассмотрение ситуаций		дискуссионных вопросов и анализ ситуаций	
2/11	Практическая работа. Закон о защите прав потребителей. Закон о конкуренции.	4		
2/11	Практическая работа. Законодательство о защите авторских прав и смежных прав.	4		
	<b>ИТОГО по разделу 2</b>	<b>52</b>		
	триместр 10	40		
	триместр 11	12		
	<b>Раздел 3. Реклама и PR в различных сферах деятельности</b>			
3/11	Практическая работа. Общественность в сфере управления общественными отношениями. Анализ ситуаций	4		
3/11	Практическая работа. Анализ стейкхолдеров. Построение карты стейкхолдеров.	6		Отчет по практической работе
3/11	Кейс «Применение технологий GR в работе консалтингового агентства. Механизм сбалансированного продвижения интересов правообладателей (на примере Антипиратской кампании 2011—2014 гг. в России)»	4		Обсуждение дискуссионных вопросов и анализ ситуаций
3/11	Кейс «GR-сопровождение тендера на сооружение АЭС “Белене” в Болгарии»	4	Обсуждение дискуссионных вопросов и анализ ситуаций	
3/11	Кейс «GR-сопровождение сооружения Тяньваньской АЭС в Китае»	4		
3/11	Практическая работа. GR-коммуникации в современной интернет-среде. Решение ситуационных задач	2		
3/11	Кейс «Лоббирование как инструмент продвижения регионального инвестиционного проекта»	4		
3/11	Практическая работа. Анализ избирательной кампании	4	Отчет по практической работе	
3/11	Круглый стол. Роль связей с общественностью в органах власти	4	Обсуждение дискуссионных вопросов и анализ ситуаций	
3/11	Практическая работа. Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления	4	дискуссионных вопросов и анализ ситуаций	
3/11	Практическая работа. Связи с общественностью в	4		

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Примечание
	различных органах власти		
3/11	Практическая работа. Пресс - секретари	4	Отчет по практической работе
3/11	Индивидуальное задание. Совершенствование отдела рекламы и связей с общественностью в организации. Разработка рекламных, PR и GR мероприятий.	14	Отчет по практической работе
	<b>ИТОГО по разделу 3</b> триместр 11	<b>62</b>	
	<b>ИТОГО по модулю,</b>	<b>134</b>	

#### 4.3.2.Лабораторные работы.

№ раздела модуля / триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Примечание
	<b>Раздел 1 Основы рекламного менеджмента</b>		
1/10	Лабораторная работа. Организация рекламного агентства.	4	Отчет по лабораторной работе
1/10	Лабораторная работа. Расчет рекламного бюджета для выбранной организации.	4	
	<b>ИТОГО по разделу 1</b> триместр 10	<b>8</b>	
	<b>Раздел 2 Нормативно-правовая база в сфере государственного регулирования рекламы и связей с общественностью</b>		Отчет по лабораторной работе
2/10	Лабораторная работа. Рассмотрение и анализ ситуаций нарушения законодательства в сфере рекламы и связей с общественностью.	4	
2/10	Лабораторная работа. Составление договора	4	
	<b>ИТОГО по разделу 2</b> триместр 10	<b>8</b>	
	<b>Раздел 3 Особенности рекламной и PR деятельности</b>		
3/11	Лабораторная работа. Пресс-служба: структура и функции. Сравнение пресс - служб в органах государственной власти и коммерческих организациях.	10	Отчет по лабораторной работе
3/11	Лабораторная работа. Стратегическое планирование и реализация PR-программ	10	
	<b>ИТОГО по разделу 3</b> триместр 11	<b>20</b>	
	<b>ИТОГО</b>	<b>36</b>	

#### 4.4. Самостоятельная работа обучающихся

#### 4.4.1. Содержание самостоятельной работы

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Форма контроля
	<b>Раздел 1 Основы рекламного менеджмента</b>		
1/10	Подготовка к практическому занятию. Организация как функция менеджмента. Понятие организации. Виды организационных структур	8	Устный опрос
1/10	Подготовка к практическому занятию. Особенности рекламного менеджмента. Составление итоговой таблицы.	8	
1/10	Подготовка к практическому занятию. Сущность и структуры рекламного процесса. Схема рекламного процесса.	8	
1/10	Практическая работа. Организация рекламной деятельности рекламодателя. Описание отдела рекламы и сопроводительных документов в организации	8	
1/10	Подготовка к практическому занятию. Организация рекламного агентства.	8	
1/10	Подготовка к практическому занятию. Оценка эффективности деятельности рекламных фирм.	8	
1/10	Подготовка к практическому занятию. Расчет рекламного бюджета.	8	
1/10	Подготовка к практическому занятию. Контроль рекламной деятельности.	8	
1/10	<b>ИТОГО по разделу 1</b> триместр 10	<b>64</b>	
	<b>Раздел 2 Нормативно-правовая база в сфере государственного регулирования рекламы и связей с общественностью</b>		
2/10	Подготовка к практическому занятию. Ответственность за нарушения законодательства в РД	6	
2/10	Подготовка к практическому занятию. Составление договора	6	Устный опрос
2/10	Подготовка к круглому столу. Региональное и муниципальное регулирование рекламной деятельности	6	
2/10	Подготовка к практическому занятию. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 28.07.2012) "О средствах массовой информации" (с изм. и доп. с 01.09.2012)	6	
2/10	Подготовка к практическому занятию. Закон о защите прав потребителей. Закон о конкуренции.	6	
2/10	Подготовка к практическому занятию.	6	

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Форма контроля
	занятию. Законодательство о защите авторских прав и смежных прав.		
2/10	Подготовка к практическому занятию. Ответственность за нарушения законодательства в РД	6	
2/10	Подготовка к практическому занятию. Договоры в рекламной деятельности	6	
2/11	Подготовка к практическому занятию. Региональное и муниципальное регулирование рекламной деятельности	8	
2/11	Подготовка к практическому занятию. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 28.07.2012) "О средствах массовой информации" (с изм. и доп. с 01.09.2012)	10	
2/11	Подготовка к практическому занятию. Закон о защите прав потребителей. Закон о конкуренции.	8	
2/11	Подготовка у круглого стола. Законодательство о защите авторских прав и смежных прав.	10	
	<b>ИТОГО по разделу 2</b>	<b>84</b>	
	триместр 10	48	
	триместр 11	36	
	<b>Раздел 3 Особенности рекламной и PR деятельности</b>		
3/11	Подготовка к практическому занятию. Общественность в сфере управления общественными отношениями.	8	Устный опрос
3/11	Подготовка к практическому занятию. Основы коммуникации в связях с общественностью	10	
3/11	Подготовка к практическому занятию. Психология восприятия рекламного продукта	8	
3/11	Подготовка к практическому занятию. Теоретические основы и роль связей с общественностью в органах власти	10	
3/11	Подготовка к практическому занятию. Информационная политика органов государственной власти и местного самоуправления	8	
3/11	Подготовка к практическому занятию. Связи с общественностью в различных органах власти	8	
3/11	Подготовка к практическому занятию. Пресс-служба: структура и функции	10	
3/11	Подготовка к практическому занятию. Стратегическое планирование и реализация PR-программ	10	
3/11	Подготовка к практическому занятию. Управление имиджем и репутацией	8	
3/11	Подготовка к практическому занятию. Организация и проведение общественных кампаний	8	

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Форма контроля
3/11	Подготовка к практическому занятию. Кризисные PR в государственном и муниципальном управлении	10	
3/11	Подготовка к практическому занятию. Совершенствование отдела рекламы и PR	10	
	<b>ИТОГО по разделу 3</b> триместр 11	<b>108</b>	
	<b>ИТОГО по модулю,</b>	<b>256</b>	

**4.5. Курсовое проектирование**  
Учебным планом не предусмотрено.



## 5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по модулю

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы по модулю и требования по выполнению изложены в СТП СПбГТИ 048-2009. КС УКВД. «Виды учебных занятий. Самостоятельная планируемая работа студентов. Общие требования к организации и проведению» и размещены в электронной информационно-образовательной среде СПбГТИ(ТУ) <https://technolog.bibliotech.ru/Account/OpenID>

## 6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Своевременное выполнение обучающимся мероприятий текущего контроля позволяет превысить (достигнуть) пороговый уровень («удовлетворительно») освоения предусмотренных элементов компетенций. Текущий контроль по учебному модулю проводится в форме опроса, контроля выполнения индивидуальных заданий и работ лабораторного практикума.

Результаты учебного модуля считаются достигнутыми, если для всех элементов компетенций превышен (достигнут) пороговый уровень освоения компетенции на данном этапе.

Промежуточная аттестация по учебному модулю проводится в форме итогового тестирования.

Итоговый тест предусматривают выборочную проверку освоения предусмотренных элементов компетенций и комплектуются вопросами (заданиями).

При сдаче промежуточной аттестации, обучающийся получает 30 вопросов из перечня вопросов, время работы студента с итоговым тестом - 90 мин.

Тест содержит вопросы по всем компетенциям, освоение которых необходимо подтвердить.

Ниже приводится пример варианта тестовых вопросов.

Примервопросовтеста:

### ПК-7

Слово «реклама» происходит

- а) от латинского «*reclamo*»
- б) от русского «*выкрикивать*»
- в) от английского «*advertisement*»
- г) все перечисленные

Целевые аудитории делятся на три «отряда»:

- **клиенты**
- **партнеры**
- **доноры (спонсоры)**
- **общественность**

Субъектами рекламного менеджмента являются:

- **высшее руководство фирмы - рекламодателя**
- **сотрудники рекламных подразделений**
- **потенциальные потребители**
- **торговые посредники**

### ОПК-2

\_\_\_\_\_ является функцией управления, которая заключается в установлении постоянных и временных взаимоотношений между всеми подразделениями организации, в определении порядка и условий функционирования организации:

- Контроль
- Мотивация
- **Организация**
- Планирование

Средство распространения рекламы, связанное с направлением рекламного обращения по почте конкретному представителю целевой аудитории, называется — ...

- 1) радиореклама
  - 2) **директ мейл**
  - 3) плакат
  - 4) презентация
- купон

**Фонд оценочных средств по модулю представлен в Приложении № 1**

## **7.Перечень учебной литературы, необходимой для освоения модуля**

### **Электронные учебные издания**

1. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 231 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02871-3. (ЭБС «Юрайт»)
2. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 502 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08548-8. (ЭБС «Юрайт»)
3. Щепилова, Г. Г. Реклама : учебник для академического бакалавриата / Г. Г. Щепилова, К. В. Щепилов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 381 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01220-0.. (ЭБС «Юрайт»)
4. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 233 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9889-4. (ЭБС «Юрайт»)
5. Горелов, Н. А. Оплата труда в коммерческих организациях : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. А. Горелов. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 174 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Модуль.). — ISBN 978-5-534-02410-4.. (ЭБС «Юрайт»)
6. Рыженков, А. Я. Трудовое право : учебное пособие для академического бакалавриата / А. Я. Рыженков, В. М. Мелихов, С. А. Шаронов. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 220 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-06726-2.. (ЭБС «Юрайт»)

## **8 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения модуля**

Официальный сайт СПбГТИ(ТУ) – <http://technolog.edu.ru>

Размещены:

- учебный план
- РПМ
- учебно-методические материалы

### **Электронно-библиотечные системы**

1. Электронная библиотека СПбГТИ(ТУ) (на базе ЭБС «БиблиоТех»). Принадлежность – собственная СПбГТИ(ТУ). Договор на передачу права (простой неисключительной лицензии) на использования результата интеллектуальной деятельности ООО «БиблиоТех» ГК№0372100046511000114\_135922 от 30.08.2011. Адрес сайта – <http://bibl.lti-gti.ru/>
  2. Электронная библиотечная система «Юрайт». Принадлежность – сторонняя. Договор № 130 (ЕП) 2020 от 01.12.2018. Адрес сайта – <https://urait.ru>
  3. E-library.ru – научная электронная библиотека. Принадлежность – сторонняя. Договор № SU-676/2021 от 02.12.2020. Адрес сайта – <http://elibrary.ru>
- 1.

### **Информационные справочные системы**

1. Справочная правовая система (СПС) в виде электронного банка правовых материалов «Гарант». Принадлежность – сторонняя. Договор №УЗ-14/12 от 28.08.2012. Адрес сайта – [www.garant.ru](http://www.garant.ru)
2. Справочно-поисковая система «Консультант-Плюс». Принадлежность – сторонняя. Договор об информационной поддержке от 01.01.2009. Адрес сайта – [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)

## *2. Рекомендуемые интернет-ресурсы*

1. Федеральный портал «Российское образование» – <http://www.edu.ru/>
2. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» – <http://window.edu.ru>
3. Библиотека электронных ресурсов Исторического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова – <http://www.hist.msu.ru/ER/index.html>
4. Хронос. Всемирная история в Интернете – <http://www.hrono.ru/>
5. Военная литература – <http://militera.lib.ru/>
6. Сервер органов государственной власти – <http://www.gov.ru>
7. Федеральный правовой портал «Юридическая Россия» – <http://www.law.edu.ru>
8. Государственная система распространения правовых актов – <http://www.pravo.msk.rsnet.ru>
9. Российская национальная библиотека – [www.nlr.ru](http://www.nlr.ru)

3.

### **9 Методические указания для обучающихся по освоению модуля**

Методическая модель преподавания модуля основана на применении активных методов обучения. Принципами организации учебного процесса являются:

- выбор методов преподавания в зависимости от различных факторов, влияющих на организацию учебного процесса;
- объединение нескольких методов в единый преподавательский модуль в целях повышения эффективности процесса обучения;
- приведение примеров применения изучаемого теоретического материала к реальным практическим ситуациям;
- активное участие обучающихся в учебном процессе;
- подготовка обучающимися учебно-исследовательских работ по темам, связанным с формируемыми в рамках модуля компетенциями.

Все виды занятий по модулю проводятся в соответствии с требованиями следующих СТП:

- СТП СПбГТИ 040-2002. КС УКДВ. Виды учебных занятий. Лекция. Общие требования;
- СТП СПбГТИ 018-2014. КС УКДВ. Виды учебных занятий. Семинары и практические занятия. Общие требования к организации и проведению.
- СТП СПбГТИ 048-2009. КС УКВД. Виды учебных занятий. Самостоятельная планируемая работа студентов. Общие требования к организации и проведению.
- СТП СПбГТИ 016-2015. КС УКДВ. Порядок организации и проведения зачетов и экзаменов.

**Лекции**, прослушанные студентами, дают систематизированные основы научных знаний и являются первым этапом теоретической подготовки. Они могут проводиться как в классической форме, так и с применением инновационных, интерактивных методов.

**Практические занятия** проводятся в форме семинаров. Целью их проведения является углубленное рассмотрение и закрепление материала, полученного на лекциях и в процессе самостоятельной работы над учебной и научной литературой. Семинары посвящаются обсуждению важнейших тем в форме устного опроса или групповой дискуссии, на них же осуществляется текущий контроль знаний.

**Самостоятельная работа** – совокупность всей самостоятельной деятельности обучающихся, как в отсутствие преподавателя, так и в контакте с ним. В ходе самостоятельной работы студент учится использовать различные источники информации (в частности – при написании эссе). Для более качественного освоения материала преподаватель предоставляет студентам сведения о методических указаниях, учебной и научной литературе и интернет-ресурсах по разделам модуля. Если в ходе изучения темы возникнут какие-либо трудности, которые сам студент не может преодолеть, ему необходимо обратиться к ведущему курс преподавателю.

Основными условиями правильной организации учебного процесса для обучающихся является: плановость в организации учебной работы; серьезное отношение к изучению материала; постоянный самоконтроль.

## **10 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по модулю**

### **10.1 Информационные технологии**

В учебном процессе по данному модулю предусмотрено использование информационных технологий:

- чтение лекций с использованием слайд-презентаций;
- взаимодействие с обучающимися посредством электронной информационно-образовательной среды (ЭИОС СПбГТИ(ТУ)).

### **10.2 Программнообеспечение**

MicrosoftOffice 2010(Microsoft Word, Microsoft PowerPoint).

ОперационнаясистемаMicrosoftWindows 7 Professional.

«1С:Предприятие», версия 8 (1С: Бухгалтерия предприятия)

### **10.3 Информационные справочные системы**

1. Справочная правовая система (СПС) в виде электронного банка правовых материалов «Гарант». Договор №УЗ-14/12 от 28.08.2012. Адрес сайта – [www.garant.ru](http://www.garant.ru)
2. Справочно-поисковая система «Консультант-Плюс». Принадлежность – сторонняя. Договор об информационной поддержке от 01.01.2009. Адрес сайта – [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)

## **11 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по модулю**

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Специальные помещения укомплектованы учебной мебелью, в том числе мебелью для преподавания модуля, учебной доской, и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (мультимедийный проектор, экран, компьютеры, звуковые колонки).

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Электронно-библиотечные системы и электронная информационно-образовательная среда, а также информационно-справочные системы обеспечивают одновременный доступ не менее 25 процентов обучающихся.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями обеспечиваются электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Для обеспечения оперативного информирования и обеспечения необходимой учебной и методической информацией создан интернет портал – [gtifem.ru](http://gtifem.ru). В рамках данного проекта реализована возможность социальной коммуникации между студентами и преподавателями, организован доступ к учебной литературе, к обсуждению и реализации разного рода проектов не только в рамках учебного процесса, но и в социально-общественной жизни студентов.

## **12 Особенности освоения модуля инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья**

Специальные условия обучения и направления работы с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья) определены на основании:

– Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

– Федерального закона от 24.11.1995 № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации»;

– приказа Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

– методических рекомендаций по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса, утвержденных Минобрнауки России 08.04.2014 № АК-44/05вн.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями учебный процесс осуществляется в соответствии с Положением об организации учебного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья СПбГТИ(ТУ), утвержденным ректором 28.08.2014 г.

Под специальными условиями для получения образования обучающихся с ограниченными возможностями здоровья понимаются условия обучения, воспитания и развития таких обучающихся, включающие в себя использование при необходимости адаптированных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего необходимую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания вуза и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ обучающихся с ограниченными возможностями здоровья.

Обучение в рамках учебного модуля обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется институтом с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Обучение по учебному модулю обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах.

В целях доступности обучения по модулю обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

– наличие альтернативной версии официального сайта института в сети «Интернет» для слабовидящих;

– весь необходимый для изучения материал, согласно учебному плану (в том числе, для обучающихся по индивидуальным учебным планам) предоставляется в электронном виде на диске.

– индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

– присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;

– обеспечение возможности выпуска альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

– обеспечение доступа обучающегося, являющегося слепым и использующего собаку-проводника, к зданию института.

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

– наличие микрофонов и звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования (аудиоколонки);

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, материально-технические условия должны обеспечивать возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения организации, а также пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и других приспособлений).

Перед началом обучения могут проводиться консультативные занятия, позволяющие обучающимся с ограниченными возможностями адаптироваться к учебному процессу.

В процессе ведения учебного модуля профессорско-преподавательскому составу рекомендуется использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи обучающимся с ограниченными возможностями здоровья в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создании комфортного психологического климата в учебной группе.

Особенности проведения текущей и промежуточной аттестации по модулю для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья устанавливаются с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и другое). При необходимости предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

