МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный технический университет»

Факультет экономики и управления

УТВЕРЖДЕНО
Факультет экономики и управления

Декан Волков С.К.
г.

Реклама и связи с общественностью

рабочая программа дисциплины (модуля, практики)

Закреплена за кафедрой **Экономика и предпринимательство**

Учебный план Направление 38.03.02 Менеджмент

Профиль **Маркетинг и рыночная аналитика**

Квалификация **бакалавр**

Срок обучения **4 года**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **4 ЗЕТ**

Виды контроля в семестрах: экзамены 7

Семестр(Курс.Номер семестра на курсе)	**7(4.1)**		Итого	
	УП	ПП	УП	ПП
Лекции	16	16	16	16
Практические	32	32	32	32
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	48.35	48.35	48.35	48.35
Сам. работа	60	60	60	60
Часы на контроль	35.65	35.65	35.65	35.65
Практическая подготовка	0	0	0	0
Итого трудоемкость в часах	144	144	0	0

ЛИСТ ОДОБРЕНИЯ, СОГЛАСОВАНИЯ И АКТУАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Разработчик(и) программы:

доцент Заруднева Анна Юрьевна кэн

Рецензент(ы):
(при наличии)

Рабочая программа дисциплины (модуля, практики)
Реклама и связи с общественностью

разработана в соответствии с ФГОС ВО:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970)

составлена на основании учебного плана:
Направление 38.03.02 Менеджмент

Профиль: Маркетинг и рыночная аналитика

утвержденного учёным советом вуза от 26.05.2021 протокол № 10.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Экономика и предпринимательство

номер протокола 2021 г.
Зав. кафедрой Морозова Ирина Анатольевна

СОГЛАСОВАНО:
Факультет экономики и управления
Председатель НМС факультета: Евстратов А.В.

Протокол заседания НМС от
г. №

Рабочая программа дисциплины (модуля, практики) актуализирована 31.08.2023

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ). ВИД, ТИП ПРАКТИКИ, СПОСОБ И ФОРМА (ФОРМЫ) ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ.
Целью преподавания дисциплины «Реклама и связи с общественностью» является:
-формирование у студентов комплексного представления о средствах рекламы, основных принципах и правилах рекламной деятельности;
-формирование представления о современной рекламно-информационной деятельности;
-представить рекламу как особую маркетинговую коммуникацию;
-обеспечение студентов необходимыми теоретическими знаниями профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью.
Задачами изучения дисциплины являются:
□ изучение теоретических основ рекламной деятельности и мероприятий в области связей с общественностью ;
□ выявление роли и функций основных участников рекламного процесса;
□ изучение современных тенденций в применяемых формах и методах организации и реализации рекламных кампаний (отечественный и зарубежный опыт);
□ овладение методами предоставления рекламного продукта потребителю;
□ изучить методы составления рекламного бюджета.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В
2.1	**Требования к предварительной подготовке обучающегося:**
2.1.1	Экономическая теория
2.1.2	Маркетинг
2.1.3	Менеджмент
2.2	**Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**
2.2.1	Основы медиапланирования
2.2.2	Психология и социология массовых коммуникаций

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ)
УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
УК-4.1: Выбирает на государственном и иностранном (-ых) языках коммуникативно приемлемые стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами.
Результаты обучения: Студент знает, когда и какой стиль делового общения, вербальные и невербальные средства необходимо использовать при взаимодействии с партнерами. Студент умеет применять коммуникативно приемлемый стиль делового общения, вербальные и невербальные средства при взаимодействии с партнерами. Студент владеет навыками использования приемлемого стиля делового общения, вербальных и невербальных средств при взаимодействии с партнерами.
УК-4.2: Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках.
Результаты обучения: Студент знает особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках. Студент умеет вести деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках. Студент владеет навыками коммуникации через деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках.
УК-4.3: Демонстрирует умение выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык и обратно.
Результаты обучения: Студент знает правила перевода профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык и обратно. Студент умеет выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык и обратно. Студент владеет иностранными языками на профессиональном уровне.
ПК-1: Способен участвовать в сборе, анализе информации, проводить бизнес-анализ для формирования управленческих решений

ПК-1.1: Выполняет функциональные обязанности бизнес-аналитика в сфере маркетинга при реализации маркетингового проекта
Результаты обучения: Студент знает функциональные обязанности бизнес-аналитика в сфере маркетинга. Студент умеет выполнять функциональные обязанности бизнес-аналитика в сфере маркетинга при реализации маркетингового проекта. Студент владеет навыками бизнес-аналитика в сфере маркетинга при реализации маркетингового проекта.
ПК-1.2: Осуществляет планирование мероприятий в рамках маркетингоаого проекта, определяет взаимосвязи между индикаторами работы участников маркетинговой информационной системы
Результаты обучения: Студент знает методы планирования мероприятий в рамках маркетингового проекта. Студент умеет определять взаимосвязи между индикаторами работы участников маркетинговой информационной системы. Студент владеет навыками планирования мероприятий в рамках маркетингового проекта.
ПК-1.3: Способен применять необходимые информационные технологии при разработке и оценке эффективности управленческих решений
Результаты обучения: Студент знает информационные технологии, которые применяются при разработке и оценке эффективности управленческих решений Студент умеет применять необходимые информационные технологии при разработке и оценке эффективности управленческих решений. Студент владеет навыками использования информационных технологий при разработке и оценке эффективности управленческих решений.
ПК-2: Способен осуществлять моделирование маркетинговых проектов, проводить системный анализ ситуации, определять объемы и границы работ, необходимых для достижения намеченных результатов
ПК-2.1: Использует основные маркетинговые инструменты и информационные технологии для анализа рынков и управления маркетинговыми проектами
Результаты обучения: Студент знает маркетинговые инструменты и информационные технологии для анализа рынков и управления маркетинговыми проектами Студент умеет применять маркетинговые инструменты и информационные технологии для анализа рынков и управления маркетинговыми проектами Студент владеет навыками использования маркетинговых инструментов и информационных технологий для анализа рынков и управления маркетинговыми проектами
ПК-2.2: Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, проводит системный анализ ситуации, моделирует объемы и границы работ, необходимых для достижения намеченных результатов
Результаты обучения: Студент знает как организовать маркетинговые исследования и провести системный анализ Студент умеет моделировать объемы и границы работ, необходимых для достижения намеченных результатов Студент владеет навыками проведения маркетинговых исследований, а так же системного анализа ситуации
ПК-2.3: Осуществляет мониторинг обратной связи и контроль результатов маркетингоаых проектов, анализирует требования заинтересованных сторон с точки зрения критериев качества, оформляет результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными критериями и подходами
Результаты обучения: Студент знает как осуществляется мониторинг обратной связи и контроль результатов маркетинговых проектов. Студент умеет анализировать требования заинтересованных сторон с точки зрения критериев качества, а так же проводить обратной связи и контроль результатов маркетинговых проектов. Студент владеет навыками оформления результатов бизнес-анализа в соответствии с выбранными критериями и подходами.
ПК-3: Способен оценивать, прогнозировать риски и организовывать процессы управления ими в организации
ПК-3.1: Умеет грамотно выбирать и применять инструменты и методы выявления и анализа рисков.
Результаты обучения: Студент знает методы выявления и анализа рисков. Студент умеет грамотно выбирать и применять инструменты и методы выявления и анализа рисков. Студент владеет навыками применения инструментов и методов выявления и анализа рисков.
ПК-3.2: Оценивает методы управления рисками с учетом их результативности и экономической эффективности
Результаты обучения: Студент знает методы управления рисками с учетом их результативности и экономической эффективности. Студент умеет оценивать методы управления рисками с учетом их результативности и экономической эффективности. Студент владеет навыками оценки рисков с учетом их результативности и экономической эффективности ими управлять
ПК-3.3: Понимает важность совершенствования системы управления рисками в рамках отдельных бизнес-процессов и функциональных направлений
Результаты обучения: Студент знает значимость совершенствования системы управления рисками в рамках отдельных бизнес-процессов и функциональных направлений Студент умеет модифицировать систему управления рисками в рамках отдельных бизнес-процессов и функциональных направлений Студент владеет навыками модернизации системы управления рисками в рамках отдельных бизнес-процессов и функциональных направлений

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Форма контроля

1	**Раздел 1. Промежуточная аттестация**			
1.1	Экзамен /Тема/	7	0	
1.1.1	Подготовка к экзамену /Экзамен/	7	35.65	
1.1.2	Контактная работа с ППС /КоРа/	7	0.35	
2	**Раздел 2. Содержание курса**			
2.1	Сущность рекламы /Тема/	7	0	
2.1.1	Сущность рекламы /Лек/	7	4	
2.1.2	Понятие рекламы, связей с общественностью, функции рекламы и ее классификация. Рекламный процесс, его схема, участники. /Пр/	7	8	
2.1.3	Подготовка к текущему контролю успеваемости /Ср/	7	8	
2.2	Реклама как средство маркетинговых коммуникаций /Тема/	7	0	
2.2.1	Реклама как средство маркетинговых коммуникаций /Лек/	7	4	
2.2.2	Сейлз промоушн, директ маркетинг, паблисити, связи с общественностью. /Пр/	7	8	
2.2.3	Подготовка к текущему контролю успеваемости /Ср/	7	8	
2.3	ATL-реклама /Тема/	7	0	
2.3.1	ATL-реклама /Лек/	7	2	
2.3.2	Наружная реклама, теле и радиореклама, печатная реклама, интернет реклама, реклама на транспорте /Пр/	7	4	
2.3.3	Подготовка к текущему контролю успеваемости /Ср/	7	8	
2.4	BTL- реклама /Тема/	7	0	
2.4.1	BTL- реклама /Лек/	7	2	
2.4.2	Промо-акции, флеш-моб, вирусный маркетинг, спонсорство, мерчендайзинг. /Пр/	7	4	
2.4.3	Подготовка к текущему контролю успеваемости /Ср/	7	8	
2.5	Оценка эффективности рекламных кампаний /Тема/	7	0	
2.5.1	Оценка эффективности рекламных кампаний /Лек/	7	4	
2.5.2	Коммуникативная и экономическая эффективность /Пр/	7	8	
2.5.3	Подготовка к текущему контролю успеваемости /Ср/	7	8	
2.5.4	Выполнение и отчет контрольной работы /Ср/	7	20	

Примечание. Формы контроля: Эк – экзамен, К- контрольная работа, Ко- контрольный опрос, Сз- семестровое задание, З-зачет, ОП-отчет по практике.

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Оценочные средства планируемых результатов обучения представлены в виде фондов оценочных средств (ФОС), разработанных в соответствии с локальным нормативным актом университета. ФОС может быть представлен в Приложении к рабочей программе.

ФОС представлен в Приложении к рабочей программе.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ)

6.1. Рекомендуемая литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год.	Электронный адрес
Л.1	Дубова Ю. И., Евстратов А. В., Заруднева А. Ю.	Тенденции и перспективы развития современного рекламного рынка в России: монография	Волгоград: ВолгГТУ, 2015	

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Научная электронная библиотека elibrary.ru
Э2	Справочная правовая система КонсультантПлюс
Э3	Университетская информационная система (УИС Россия)
Э4	ЭБС "Лань"
Э5	ЭБС "Book.ru"
Э6	ЭБС ВолгГТУ
Э7	Springer

Э8	Журналы издательства Wiley
6.3 Перечень программного обеспечения	
6.3.1.1	СДО «Moodle» — система дистанционного обучения
6.3.1.2	Операционная система Windows
6.3.1.3	Adobe Acrobat Reader DC — бесплатное решение для просмотра файлов PDF
6.3.1.4	LibreOffice — офисный пакет
6.4 Перечень информационных справочных систем и электронных библиотечных систем (ЭБС)	
6.3.2.1	Библиотека (НТБ), http://library.vstu.ru/sci-nci
6.3.2.2	Электронная информационно-образовательная среда университета,http://eos.vstu.ru
6.3.2.3	ЭБС "Лань", https://e.lanbook.com/
6.3.2.4	ЭБС "Book.ru", https://www.book.ru/
6.3.2.5	Электронная библиотека "Grebennikon", https://grebennikon.ru/
6.3.2.6	

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ) /ОБОРУДОВАНИЕ	
7.1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (в соответствии с выделенным аудиторным фондом):
7.2	1. Учебная мебель.
7.3	2. Мультимедийное оборудование.
7.4	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду (специально выделенный аудиторный фонд, не участвующий в образовательном процессе):
7.5	1. Учебная мебель.
7.6	2. Компьютерная техника, оснащённая программным обеспечением, доступом в сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ)

Организация образовательного процесса по данной дисциплине регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий. При формировании своей индивидуальной образовательной траектории обучающийся имеет право на перезачет дисциплины (переаттестации ее части), если она была освоена в процессе предшествующего обучения. Перезачёт (переаттестации ее части) освобождает обучающегося от необходимости повторного освоения дисциплины (полностью или частично).
Учебный процесс при преподавании курса основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены лекциями и практическими занятиями. Инновационные образовательные технологии используются в виде широкого применения активных и интерактивных форм проведения занятий. Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в электронной информационной образовательной среде.
Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов учебного плана. На первой лекции лектор информирует студентов о рекомендуемой литературе и электронных источниках информации по дисциплине, с указанием, какой учебник (учебное пособие) является базовым.
Практические занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают основные разделы дисциплины.
Основной формой проведения практических занятий является разбор практических кейсов и теоретических тем.

Самостоятельная работа студентов включает изучение законспектированного на лекционных занятиях материала, дополнение его с учетом рекомендованной по данной теме литературы, самостоятельное выполнение и оформление заданий контрольной работы, аналогичных выполненным на занятиях.
Перечень методических указаний для освоения дисциплины представлен ниже:
Заруднева А.Ю. Методические указания по дисциплине «Реклама и связи с общественностью» / сост. А.Ю. Заруднева.: - Волгоград: ВолгГТУ, 2019.
http://dump.vstu.ru/storage/Kafiedry/ME/Ochnaya_forma/Napravlenie_bakalavriata_42.03.01_Reklama_i_svyazi_s_obshchestvennostyu - ФАЙЛОВОЕ ХРАНИЛИЩЕ, КАФЕДРА

В течение семестра для студентов проводятся групповые текущие консультации по учебной дисциплине.
Методические рекомендации по обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов
Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ), индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. N АК-44/05вн), в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.
Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ (при необходимости).
Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств. Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания.
При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.