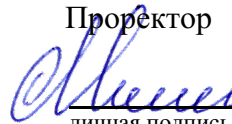


Аккредитованное образовательное частное учреждение высшего образования
«Московский финансово-юридический университет МФЮА»
Информация о владельце:
ФИО: Забелин Алексей Григорьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 09.09.2022 18:18:14
Уникальный программный ключ:
672b4d4e1ca30b0f66ad5b6309d064a94afcd927620ac07f8fdabb79
Рассмотрено и одобрено на заседании
учебно-методического совета

УТВЕРЖДАЮ

Проректор



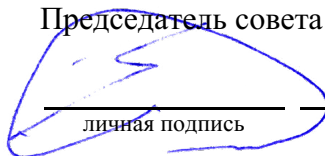
О.А. Минаева

личная подпись инициалы, фамилия

« 14 » марта 2022 г.

Протокол № 7 от 14.03.2022

Председатель совета



Г.С. Горшков

личная подпись

инициалы, фамилия

канд. техн. наук, доцент Подорожная Людмила Валентиновна

(уч. звание, степень, ФИО авторов программы)

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Рекламный менеджмент

(наименование дисциплины (модуля))

Направление подготовки (специальность): 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код, наименование без кавычек)

ОПОП: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
(наименование)

Форма освоения ОПОП: очная, очно-заочная, заочная
(очная, очно-заочная, заочная)

Общая трудоемкость: 4 (з.е.)

Всего учебных часов: 144 (ак. час.)

| Формы промежуточной аттестации | СЕМЕСТР | | |
|--------------------------------|---------|--------------|---------|
| | очная | очно-заочная | заочная |
| Экзамен | 7 | 8 | 8 |

Москва 2022 г.

Год начала подготовки студентов - 2022

1. Цель и задачи освоения дисциплины

| | |
|--------------------------|---|
| Цель освоения дисциплины | формирование знаний об управлении рекламной деятельностью в контексте международного опыта и отечественной практики, анализе, планировании, реализации и контроле деятельности субъектов рекламного рынка и умений применения знаний на практике. |
| Задачи дисциплины | освоение системы построения рекламного менеджмента; овладение способами принятия организационно-управленческих решений в рекламном бизнесе; приобретение практических навыков проведения исследований в рамках конкретного механизма управления рекламной деятельностью и организации рекламных кампаний. |

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

| | |
|---|---|
| Блок 1 «Дисциплины (модули)» | |
| Дисциплины и практики, знания и умения по которым необходимы как "входные" при изучении данной дисциплины | Логика Методы анализа данных Основы менеджмента Разработка и технология производства рекламного продукта Русский язык и культура речи |
| Дисциплины, практики, ГИА, для которых изучение данной дисциплины необходимо как предшествующее | Брендинг Дизайн рекламного обращения Продвижение рекламной продукции Социальная реклама |

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Степень сформированности компетенций

| Индикатор | Название | Планируемые результаты обучения | ФОС |
|---|---|---|---------------------|
| ПК3 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций | | | |
| ПК-3.1 | При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде | знает основные технологии медиарилейшнз и медиапланирования, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций | Тест |
| ПК-3.2 | При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде | умеет применять основные технологии и приемы копирайтинга, создавать рекламные заголовки и слоганы, ПР-тексты для разных целей и задач | Выполнение реферата |
| ПК-3.3 | Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами | владеет навыками применения основных технологий организации специальных мероприятий, презентаций, пресс-конференций, брифингов в работе с различными целевыми аудиториями | Выполнение реферата |

| | | | |
|--|--|---|---------------------|
| ПК-3.4 | Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций | владеет навыками формирования корпоративной культуры организации с помощью основных технологий внутренних коммуникаций | Кейс |
| ПК-3.5 | Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта | владеет навыками использования современных технических средств и основных технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта | Кейс |
| ПК4 Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами | | | |
| ПК-4.1 | Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью | знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью | Тест |
| ПК-4.2 | Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью | умеет формировать основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью | Выполнение реферата |
| ПК-4.3 | Использует результаты исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта | владеет навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта | Кейс |

4. Структура и содержание дисциплины

Тематический план дисциплины

| № | Название темы | Содержание | Литература | Индикаторы |
|----|--|---|---|----------------------------|
| 1. | Введение в рекламный менеджмент. Участники рекламного процесса | Предмет курса «Рекламный менеджмент», цели, принципы, сущность, основные задачи цели, принципы, сущность, основные задачи. Специфика рекламного менеджмента. История возникновения менеджмента: экскурс от древности до современности. Правовое регулирование рекламного менеджмента. Виды рекламы и особенности ее распространения в Российской Федерации, методы достижения качественного содержания рекламы. Правила деятельности в рекламном менеджменте. | 9.2.1, 9.1.1, 9.1.2, 9.2.2, 9.2.3, 9.1.3, 9.2.4, 9.2.5, 9.1.4, 9.1.5, 9.2.6 | ПК-3.1 ПК-3.3 ПК-3.4 |

| | | | | |
|----|------------------------------------|---|---|--|
| 2. | Объекты рекламного менеджмента | Объекты рекламного менеджмента. Рекламный рынок как организационная система. Конечный продукт. Структура основных составляющих рекламного менеджмента. Факторы регулирования. Типы рекламы, организация рекламных процессов. Организация взаимодействий основных участников рекламной деятельности. Основные концепции рекламного менеджмента. Системная модель рекламной деятельности. Матрица функций рекламной деятельности. Уровни каналов распределения. | 9.2.1, 9.1.1, 9.1.2, 9.2.2, 9.2.3, 9.1.3, 9.2.4, 9.2.5, 9.1.4, 9.1.5, 9.2.6 | ПК-3.3 ПК-4.3 ПК-4.2 ПК-4.1 |
| 3. | Управление в рекламном менеджменте | Механизм, организационная структура и управленческие процессы в рекламном менеджменте. Научные подходы в теории рекламного менеджмента. Принципы рыночной методологии современного управления. Этапы управления. Управляющие воздействия в рекламном менеджменте. Обратная связь. Административные, организационные, экономические, правовые методы управления. Функции управления в рекламном менеджменте. Анализ среды в рекламном менеджменте. Внутренняя и внешняя среда рекламы. Основные стратегии работы рекламного менеджмента. Основные виды адаптации. Отслеживание рыночных тенденций на микроуровне. Основные аспекты информационного обеспечения рекламного менеджмента. Базы данных, модели данных. Направления исследований рекламной деятельности. Этапы, методы, ограничения, рекомендации управления рекламными исследованиями. | 9.2.1, 9.1.1, 9.1.2, 9.2.2, 9.2.3, 9.1.3, 9.2.4, 9.2.5, 9.1.4, 9.1.5, 9.2.6 | ПК-4.3 ПК-4.2 ПК-4.1 ПК-3.5 ПК-3.2 |
| 4. | Рекламодатели и их особенности | Классификационные особенности рекламодателей. Организационная структура рекламодателя. Систематизация управленческих решений рекламодателя. Медиа планирование. Постоянная стратегия (Continuous). Пульсирующая стратегия (Pulsing). Флайтовая стратегия (Flight). Определение динамики корпоративной эффективности рекламной деятельности. Алгоритм определения корпоративной эффективности рекламного менеджмента. | 9.2.1, 9.1.1, 9.1.2, 9.2.2, 9.2.3, 9.1.3, 9.2.4, 9.2.5, 9.1.4, 9.1.5, 9.2.6 | ПК-3.2 ПК-3.5 ПК-4.3 ПК-4.2 |

| | | | | |
|----|---|--|---|--|
| 5. | Организация и управление деятельностью рекламного агентства | Классификация деятельности рекламных агентств. Специализированные агентства. Виды взаимоотношений рекламного агентства и рекламодателя, проблемы и трудности. Методы управления рекламным агентством. Создание организационной структуры рекламного агентства. Менеджмент рекламного продукта, этапы: «Консультирование и планирование», производства «Создание рекламного продукта», завершающий этап «Реализации плана рекламной кампании». Управление брифами. | 9.2.1, 9.1.1, 9.1.2, 9.2.2, 9.2.3, 9.1.3, 9.2.4, 9.2.5, 9.1.4, 9.1.5, 9.2.6 | ПК-4.2 ПК-4.3 ПК-4.1 |
| 6. | Анализ методов оценки эффективности рекламной деятельности | Анализ методов и факторов оценки эффективности рекламной кампании. Оценка факторов деятельности рекламных агентств. Количественные и качественные показатели рекламной деятельности. Методы расчёта экономической эффективности рекламы. Методы оценки коммуникативной эффективности рекламы. Сравнение товарооборота до и после проведения рекламной кампании. Расчёт эффекта от рекламы при проведении рекламной распродажи товара. Оценка рентабельности рекламы. Метод целевых альтернатив. Оценка эффективности рекламных издержек как формы инвестирования методом финансового показателя ROI (Return of Investment). Модель оценки эффективности рекламных расходов И. Березина. Методы оценки коммуникативной эффективности рекламы. Методы оценки эффективности рекламы в Интернет. Контроль реализации рекламной деятельности предприятия : годовых планов, прибыльности, эффективности в разрезе отдельных элементов комплекса, эффективности в разрезе отдельных элементов комплекса, по уровням деятельности. | 9.2.1, 9.1.1, 9.1.2, 9.2.2, 9.2.3, 9.1.3, 9.2.4, 9.2.5, 9.1.4, 9.1.5, 9.2.6 | ПК-3.3 ПК-3.1 ПК-4.3 ПК-4.2 |
| 7. | Внутрифирменное планирование рекламной деятельности | Система внутрифирменного планирования рекламной деятельности. Методы определения рекламных расходов. Типичный план рекламной деятельности. Результативность рекламной деятельности организации. Основные методики ценообразования. Проведение рыночных экспериментов. Экономическое моделирование. Методика построения кривых спроса и предложения. Методики использования предпочтений и значимых характеристик; экспертных оценок. «Военные» игры и планирование действий. Восприятие цены как показателя качества. Ценообразование на основе издержек. Методика сохранения или корректировки существующей цены. Управление финансовыми взаимоотношениями между рекламодателями и производителями рекламы. | 9.2.1, 9.1.1, 9.1.2, 9.2.2, 9.2.3, 9.1.3, 9.2.4, 9.2.5, 9.1.4, 9.1.5, 9.2.6 | ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.4 ПК-3.5 ПК-4.3 |

| | | | | |
|-----|---|--|---|----------------------------|
| 8. | Международный рекламный менеджмент | Международный рекламный менеджмент. Основные акценты. Основные концепции международной рекламы. «Коммуникационный микс». Основные концепции и тенденции развития международного рынка рекламы. Глобальный рекламный менеджмент. Особенности рекламного менеджмента разных стран. | 9.2.1, 9.1.1, 9.1.2, 9.2.2, 9.2.3, 9.1.3, 9.2.4, 9.2.5, 9.1.4, 9.1.5, 9.2.6 | ПК-4.2 ПК-4.1 |
| 9. | Медиапланирование в рекламном менеджменте | Особенности и основные функции массовых коммуникаций в рекламном процессе. Понятие и сущность медиапланирования. Основные этапы медиапланирования. Информационное обеспечение процесса медиапланирования. Критерии выбора рекламных носителей. Разработка графика выхода рекламных сообщений. Виды графиков. Определение бюджета рекламной кампании. Оценка эффективности медиаплана | 9.2.1, 9.1.1, 9.1.2, 9.2.2, 9.2.3, 9.1.3, 9.2.4, 9.2.5, 9.1.4, 9.1.5, 9.2.6 | ПК-3.1 ПК-3.3 ПК-3.5 |
| 10. | Правовое регулирование рекламного менеджмента | Основные принципы правового регулирования рекламной деятельности. Законодательство, регулирующее рекламную деятельность в России. Федеральный Закон РФ "О рекламе". Правовое регулирование отдельных видов рекламы. Организационно -правовые формы юридических лиц в рекламной деятельности. Их правовой статус. Правовая защита их интересов. Договоры в рекламной деятельности. Государственный контроль в рекламной деятельности. | 9.2.1, 9.1.1, 9.1.2, 9.2.2, 9.2.3, 9.1.3, 9.2.4, 9.2.5, 9.1.4, 9.1.5, 9.2.6 | ПК-4.3 ПК-4.2 ПК-3.3 |

Распределение бюджета времени по видам занятий с учетом формы обучения

Форма обучения: очная, 7 семестр

| № | Контактная работа | Аудиторные учебные занятия | | | Самостоятельная работа |
|--------------------------|-------------------|----------------------------|---------------------|----------------------|------------------------|
| | | занятия лекционного типа | лабораторные работы | практические занятия | |
| 1. | 3 | 2 | 0 | 1 | 5 |
| 2. | 7 | 2 | 0 | 5 | 5 |
| 3. | 6 | 2 | 0 | 4 | 5 |
| 4. | 6 | 2 | 0 | 4 | 5 |
| 5. | 5 | 1 | 0 | 4 | 2 |
| 6. | 5 | 1 | 0 | 4 | 2 |
| 7. | 5 | 1 | 0 | 4 | 5 |
| 8. | 5 | 2 | 0 | 3 | 5 |
| 9. | 5 | 2 | 0 | 3 | 10 |
| 10. | 7 | 3 | 0 | 4 | 10 |
| Промежуточная аттестация | | | | | |

| | | | | | |
|-------|--------------|----|---|----|----|
| | 4 | 0 | 0 | 0 | 32 |
| | Консультации | | | | |
| | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Итого | 58 | 18 | 0 | 36 | 86 |

Форма обучения: очно-заочная, 8 семестр

| № | Контактная работа | Аудиторные учебные занятия | | | Самостоятельная работа |
|-------|--------------------------|----------------------------|---------------------|----------------------|------------------------|
| | | занятия лекционного типа | лабораторные работы | практические занятия | |
| 1. | 1 | 1 | 0 | 0 | 10 |
| 2. | 1 | 1 | 0 | 0 | 10 |
| 3. | 2 | 2 | 0 | 0 | 5 |
| 4. | 2 | 2 | 0 | 0 | 5 |
| 5. | 3 | 2 | 0 | 1 | 5 |
| 6. | 3 | 2 | 0 | 1 | 5 |
| 7. | 3 | 2 | 0 | 1 | 5 |
| 8. | 7 | 2 | 0 | 5 | 6 |
| 9. | 7 | 2 | 0 | 5 | 10 |
| 10. | 7 | 2 | 0 | 5 | 11 |
| | Промежуточная аттестация | | | | |
| | 4 | 0 | 0 | 0 | 32 |
| | Консультации | | | | |
| | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Итого | 40 | 18 | 0 | 18 | 104 |

Форма обучения: заочная, 8 семестр

| № | Контактная работа | Аудиторные учебные занятия | | | Самостоятельная работа |
|-------|--------------------------|----------------------------|---------------------|----------------------|------------------------|
| | | занятия лекционного типа | лабораторные работы | практические занятия | |
| 1. | 1.5 | 0.5 | 0 | 1 | 5 |
| 2. | 1.5 | 0.5 | 0 | 1 | 10 |
| 3. | 1.5 | 0.5 | 0 | 1 | 10 |
| 4. | 2.5 | 1.5 | 0 | 1 | 7 |
| 5. | 1.5 | 0.5 | 0 | 1 | 10 |
| 6. | 1.5 | 0.5 | 0 | 1 | 10 |
| 7. | 1.5 | 0.5 | 0 | 1 | 10 |
| 8. | 1.5 | 0.5 | 0 | 1 | 10 |
| 9. | 1.5 | 0.5 | 0 | 1 | 10 |
| 10. | 1.5 | 0.5 | 0 | 1 | 10 |
| | Промежуточная аттестация | | | | |
| | 4 | 0 | 0 | 0 | 32 |
| | Консультации | | | | |
| | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Итого | 20 | 6 | 0 | 10 | 124 |

| | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| из них в форме практической подготовки | | | | | |
| | 2 | 0 | 0 | 2 | 0 |

5. Практическая подготовка

Практическая подготовка организуется путем проведения практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю соответствующей образовательной программы. При организации практической подготовки обучающиеся и работники образовательной организации обязаны соблюдать правила внутреннего трудового распорядка профильной организации и/или образовательной организации, в структурном подразделении которой организуется практическая подготовка, требования охраны труда и техники безопасности.

Правила внутреннего распорядка обучающихся и посетителей МФЮА

(https://www.mfua.ru/sveden/files/20210210_Prikaz_ot_10.02.2021_No_16-YU.14-1_Ob_utverghdenii_pravil_vnutrennego_rasporyadka.pdf)

Правила внутреннего трудового распорядка МФЮА

(https://www.mfua.ru/sveden/files/Pravila_trud_rasporyadka_Prikaz_ob_utverghdenii_Pravil_vnutrenneo_trudov.._sghatyy.pdf)

Практическая подготовка обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов организуется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

Виды выполняемых работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью:

...

Пример кейса (практического задания)

Критерии оценки выполнения задания

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В процессе освоения дисциплины студенту необходимо посетить все виды занятий, предусмотренные рабочей программой дисциплины и выполнить контрольные задания, предлагаемые преподавателем для успешного освоения дисциплины. Также следует изучить рабочую программу дисциплины, в которой определены цели и задачи дисциплины, компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и планируемые результаты обучения. Рассмотреть содержание тем дисциплины; взаимосвязь тем лекций и практических занятий; бюджет времени по видам занятий; оценочные средства для текущей и промежуточной аттестации; критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины. Ознакомиться с методическими материалами, программно-информационным и материально техническим обеспечением дисциплины.

Работа на лекции

Лекционные занятия включают изложение, обсуждение и разъяснение основных направлений и вопросов изучаемой дисциплины, знание которых необходимо в ходе реализации всех остальных видов занятий и в самостоятельной работе студентов. На лекциях студенты получают самые необходимые знания по изучаемой проблеме. Непременным условием для глубокого и прочного усвоения учебного материала является умение студентов сосредоточенно слушать лекции, активно, творчески воспринимать излагаемые сведения. Внимательное слушание лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Краткие записи лекций, конспектирование их помогает усвоить материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Принципиальные места, определения, формулы следует сопровождать замечаниями. Работая над конспектом лекций, всегда следует использовать не только основную литературу, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор.

Практические занятия

Подготовку к практическому занятию следует начинать с ознакомления с лекционным материалом, с изучения плана практических занятий. Определившись с проблемой, следует обратиться к рекомендуемой литературе. Владение понятийным аппаратом изучаемого курса является необходимым, поэтому готовясь к практическим занятиям, студенту следует активно пользоваться справочной литературой: энциклопедиями, словарями и др. В ходе проведения практических занятий, материал, излагаемый на лекциях, закрепляется, расширяется и дополняется при подготовке сообщений, рефератов, выполнении тестовых работ. Степень освоения каждой темы определяется преподавателем в ходе обсуждения ответов студентов.

Самостоятельная работа

Студент в процессе обучения должен не только освоить учебную программу, но и приобрести навыки самостоятельной работы. Самостоятельная работа студентов играет важную роль в воспитании сознательного отношения самих студентов к овладению теоретическими и практическими знаниями, привитии им привычки к направленному интеллектуальному труду. Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. Изучение литературы следует начинать с освоения соответствующих разделов дисциплины в учебниках, затем ознакомиться с монографиями или статьями по той тематике, которую изучает студент, и после этого – с брошюрами и статьями, содержащими материал, дающий углубленное представление о тех или иных аспектах рассматриваемой проблемы. Для расширения знаний по дисциплине студенту необходимо использовать Интернет-ресурсы и специализированные базы данных: проводить поиск в различных системах и использовать материалы сайтов, рекомендованных преподавателем на лекционных занятиях.

Подготовка к сессии

Основными ориентирами при подготовке к промежуточной аттестации по дисциплине являются конспект лекций и перечень рекомендуемой литературы. При подготовке к сессии студенту следует так организовать учебную работу, чтобы перед первым днем начала сессии были сданы и защищены все практические работы. Основное в подготовке к сессии – это повторение всего материала курса, по которому необходимо пройти аттестацию. При подготовке к сессии следует весь объем работы распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки, контролировать каждый день выполнения работы.

7. Фонды оценочных средств для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации и самоконтроля по итогам освоения дисциплины

Технология оценивания компетенций фондами оценочных средств:

- формирование критериев оценивания компетенций;
- ознакомление обучающихся в ЭИОС с критериями оценивания конкретных типов оценочных средств;
- оценивание компетенций студентов с помощью оценочных средств;
- публикация результатов освоения ОПОП в личном кабинете в ЭИОС обучающегося;

Тест для формирования «ПК-3.1»

Вопрос №1 .

Какие основные задачи предприятия решает контекстная реклама в Интернете:

Варианты ответов:

1. в области продаж.
2. в области имиджа.
3. в области коммуникаций.

Вопрос №2 . Стратегия УТП Р.Ривса применима к рекламе товара:

Варианты ответов:

1. с незначительными преимуществами перед конкурентами
2. явными преимуществами
3. не имеющему преимуществ

Вопрос №3 .

Стратегия УТП Р.Ривса используется для рекламы товаров:

Варианты ответов:

1. не имеющих преимуществ в сравнении с конкурентами
2. имеющих незначительные преимущества
3. имеющих принципиальные отличия

Вопрос №4 .

Какие основные задачи возложены на службу формирования позитивного имиджа?

Варианты ответов:

1. Определение основных направлений совершенствования имиджевой политики
2. Повышение имиджа органов государственной власти
3. Установление коммуникативных связей с целевыми аудиториями
4. Включает все перечисленное

Вопрос №5 .

Основной элемент системы фирменного стиля территории

Варианты ответов:

1. Слоган.
2. Фирменный знак.
3. Фирменный шрифты.
4. Все составляющие.

Критерии оценки выполнения задания

| Оценка | Критерии оценивания |
|---------------------|--|
| Неудовлетворительно | от 0% до 30% правильных ответов из общего числа тестовых заданий |
| Удовлетворительно | от 31% до 50% правильных ответов из общего числа тестовых заданий |
| Хорошо | от 51% до 80% правильных ответов из общего числа тестовых заданий |
| Отлично | от 81% до 100% правильных ответов из общего числа тестовых заданий |

Выполнение реферата для формирования «ПК-3.2»

Основные этапы разработки и проведения ПР-программ

Основные виды ПР-материалов и подходы к их созданию

Составляющие имиджа организации. Модели К. Шенфельда и П.Стоукса

Организация работы пресс-центра

Основные принципы внутрифирменного ПР

Основные принципы взаимодействия служб ПР со СМИ

Работа служб ПР с общественным мнением

Принципы современного ПР

Оценка эффективности ПР-программ

Критерии оценки выполнения задания

| Оценка | Критерии оценивания |
|---------------------|---|
| Неудовлетворительно | Обучающийся не раскрыл материал по теме задания или материал раскрыт поверхностно, излагаемый материал не систематизирован, выводы недостаточно аргументированы, обучающийся не высказывал своего мнения, не проявил способность к анализу, имеются смысловые и речевые ошибки в реферате |

| | |
|-------------------|--|
| Удовлетворительно | Обучающийся демонстрирует логичность и доказательность изложения материала по теме задания, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий. Обучающийся не продемонстрировал способность к научному анализу, не высказывал в работе своего мнения, допустил ошибки в логическом обосновании своего ответа |
| Хорошо | Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, в работе присутствуют ссылки на научные источники, мнения известных учёных в данной области |
| Отлично | Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, при разработке реферата использовано не менее 5-8 научных источников. В работе выдвигаются новые идеи и трактовки, демонстрируется способность обучающегося анализировать материал, выражается его мнение по проблеме |

Выполнение реферата для формирования «ПК-3.2»

Выставки и ярмарки как коммуникационные средства PR

Основные отличия рекламы и PR

Критерии оценки выполнения задания

| Оценка | Критерии оценивания |
|---------------------|--|
| Неудовлетворительно | Обучающийся не раскрыл материал по теме задания или материал раскрыт поверхностно, излагаемый материал не систематизирован, выводы недостаточно аргументированы, обучающийся не высказывал своего мнения, не проявил способность к анализу, имеются смысловые и речевые ошибки в реферате |
| Удовлетворительно | Обучающийся демонстрирует логичность и доказательность изложения материала по теме задания, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий. Обучающийся не продемонстрировал способность к научному анализу, не высказывал в работе своего мнения, допустил ошибки в логическом обосновании своего ответа |
| Хорошо | Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, в работе присутствуют ссылки на научные источники, мнения известных учёных в данной области |
| Отлично | Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, при разработке реферата использовано не менее 5-8 научных источников. В работе выдвигаются новые идеи и трактовки, демонстрируется способность обучающегося анализировать материал, выражается его мнение по проблеме |

Выполнение реферата для формирования «ПК-3.2»

Основные отличия рекламы и PR

Критерии оценки выполнения задания

| Оценка | Критерии оценивания |
|--------|---------------------|
|--------|---------------------|

| | |
|---------------------|--|
| Неудовлетворительно | Обучающийся не раскрыл материал по теме задания или материал раскрыт поверхностно, излагаемый материал не систематизирован, выводы недостаточно аргументированы, обучающийся не высказывал своего мнения, не проявил способность к анализу, имеются смысловые и речевые ошибки в реферате |
| Удовлетворительно | Обучающийся демонстрирует логичность и доказательность изложения материала по теме задания, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий. Обучающийся не продемонстрировал способность к научному анализу, не высказывал в работе своего мнения, допустил ошибки в логическом обосновании своего ответа |
| Хорошо | Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, в работе присутствуют ссылки на научные источники, мнения известных учёных в данной области |
| Отлично | Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, при разработке реферата использовано не менее 5-8 научных источников. В работе выдвигаются новые идеи и трактовки, демонстрируется способность обучающегося анализировать материал, выражается его мнение по проблеме |

Выполнение реферата для формирования «ПК-3.2»

Общая характеристика, виды, цели, задачи информационных мероприятий ПР

Критерии оценки выполнения задания

| Оценка | Критерии оценивания |
|---------------------|--|
| Неудовлетворительно | Обучающийся не раскрыл материал по теме задания или материал раскрыт поверхностно, излагаемый материал не систематизирован, выводы недостаточно аргументированы, обучающийся не высказывал своего мнения, не проявил способность к анализу, имеются смысловые и речевые ошибки в реферате |
| Удовлетворительно | Обучающийся демонстрирует логичность и доказательность изложения материала по теме задания, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий. Обучающийся не продемонстрировал способность к научному анализу, не высказывал в работе своего мнения, допустил ошибки в логическом обосновании своего ответа |
| Хорошо | Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, в работе присутствуют ссылки на научные источники, мнения известных учёных в данной области |
| Отлично | Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, при разработке реферата использовано не менее 5-8 научных источников. В работе выдвигаются новые идеи и трактовки, демонстрируется способность обучающегося анализировать материал, выражается его мнение по проблеме |

Выполнение реферата для формирования «ПК-3.2»

Выбор СМИ для рассылки пресс-релизов

Критерии оценки выполнения задания

| Оценка | Критерии оценивания |
|--------|---------------------|
|--------|---------------------|

| | |
|---------------------|--|
| Неудовлетворительно | Обучающийся не раскрыл материал по теме задания или материал раскрыт поверхностно, излагаемый материал не систематизирован, выводы недостаточно аргументированы, обучающийся не высказывал своего мнения, не проявил способность к анализу, имеются смысловые и речевые ошибки в реферате |
| Удовлетворительно | Обучающийся демонстрирует логичность и доказательность изложения материала по теме задания, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий. Обучающийся не продемонстрировал способность к научному анализу, не высказывал в работе своего мнения, допустил ошибки в логическом обосновании своего ответа |
| Хорошо | Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, в работе присутствуют ссылки на научные источники, мнения известных учёных в данной области |
| Отлично | Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, при разработке реферата использовано не менее 5-8 научных источников. В работе выдвигаются новые идеи и трактовки, демонстрируется способность обучающегося анализировать материал, выражается его мнение по проблеме |

Выполнение реферата для формирования «ПК-3.3»

Тематика рефератов "Рекламный менеджмент"

1. Основные этапы разработки и проведения ПР-программ
2. Основные отличия рекламы и ПР
3. Общая характеристика, виды, цели, задачи информационных мероприятий ПР
4. Выбор СМИ для рассылки пресс-релизов
5. Основные принципы взаимодействия служб ПР со СМИ
6. Организация ПР-деятельности на предприятии
7. Взаимодействие служб публик рилейшнз со средствами массовой информации
8. Работа служб ПР с общественным мнением
9. Основные этапы разработки и проведения ПР-программ
10. Принципы современного ПР
11. Внешняя, внутренняя общественность и собственная общественность ПР
12. Общая характеристика и виды информационных материалов ПР, предоставляемых СМИ.
13. Основные направления деятельности ПР
14. ПР как функция менеджмента по установлению и поддержанию коммуникаций между организацией и общественностью
15. ПР как функция менеджмента по установлению и поддержанию коммуникаций между организацией и общественностью

Критерии оценки выполнения задания

| Оценка | Критерии оценивания |
|---------------------|---|
| Неудовлетворительно | Обучающийся не раскрыл материал по теме задания или материал раскрыт поверхностно, излагаемый материал не систематизирован, выводы недостаточно аргументированы, обучающийся не высказывал своего мнения, не проявил способность к анализу, имеются смысловые и речевые ошибки в реферате |

| | |
|-------------------|--|
| Удовлетворительно | Обучающийся демонстрирует логичность и доказательность изложения материала по теме задания, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий. Обучающийся не продемонстрировал способность к научному анализу, не высказывал в работе своего мнения, допустил ошибки в логическом обосновании своего ответа |
| Хорошо | Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, в работе присутствуют ссылки на научные источники, мнения известных учёных в данной области |
| Отлично | Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, при разработке реферата использовано не менее 5-8 научных источников. В работе выдвигаются новые идеи и трактовки, демонстрируется способность обучающегося анализировать материал, выражается его мнение по проблеме |

Выполнение реферата для формирования «ПК-3.3»

Общая характеристика и виды информационных материалов ПР, предоставляемых СМИ.

Критерии оценки выполнения задания

| Оценка | Критерии оценивания |
|---------------------|--|
| Неудовлетворительно | Обучающийся не раскрыл материал по теме задания или материал раскрыт поверхностно, излагаемый материал не систематизирован, выводы недостаточно аргументированы, обучающийся не высказывал своего мнения, не проявил способность к анализу, имеются смысловые и речевые ошибки в реферате |
| Удовлетворительно | Обучающийся демонстрирует логичность и доказательность изложения материала по теме задания, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий. Обучающийся не продемонстрировал способность к научному анализу, не высказывал в работе своего мнения, допустил ошибки в логическом обосновании своего ответа |
| Хорошо | Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, в работе присутствуют ссылки на научные источники, мнения известных учёных в данной области |
| Отлично | Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, при разработке реферата использовано не менее 5-8 научных источников. В работе выдвигаются новые идеи и трактовки, демонстрируется способность обучающегося анализировать материал, выражается его мнение по проблеме |

Выполнение реферата для формирования «ПК-3.3»

Продвижение рекламного агентства на рынке рекламных услуг

Критерии оценки выполнения задания

| Оценка | Критерии оценивания |
|--------|---------------------|
|--------|---------------------|

| | |
|---------------------|--|
| Неудовлетворительно | Обучающийся не раскрыл материал по теме задания или материал раскрыт поверхностно, излагаемый материал не систематизирован, выводы недостаточно аргументированы, обучающийся не высказывал своего мнения, не проявил способность к анализу, имеются смысловые и речевые ошибки в реферате |
| Удовлетворительно | Обучающийся демонстрирует логичность и доказательность изложения материала по теме задания, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий. Обучающийся не продемонстрировал способность к научному анализу, не высказывал в работе своего мнения, допустил ошибки в логическом обосновании своего ответа |
| Хорошо | Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, в работе присутствуют ссылки на научные источники, мнения известных учёных в данной области |
| Отлично | Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, при разработке реферата использовано не менее 5-8 научных источников. В работе выдвигаются новые идеи и трактовки, демонстрируется способность обучающегося анализировать материал, выражается его мнение по проблеме |

Выполнение реферата для формирования «ПК-3.3»

Медиапланирование как составляющая проведения эффективной рекламной кампании

Критерии оценки выполнения задания

| Оценка | Критерии оценивания |
|---------------------|--|
| Неудовлетворительно | Обучающийся не раскрыл материал по теме задания или материал раскрыт поверхностно, излагаемый материал не систематизирован, выводы недостаточно аргументированы, обучающийся не высказывал своего мнения, не проявил способность к анализу, имеются смысловые и речевые ошибки в реферате |
| Удовлетворительно | Обучающийся демонстрирует логичность и доказательность изложения материала по теме задания, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий. Обучающийся не продемонстрировал способность к научному анализу, не высказывал в работе своего мнения, допустил ошибки в логическом обосновании своего ответа |
| Хорошо | Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, в работе присутствуют ссылки на научные источники, мнения известных учёных в данной области |
| Отлично | Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, при разработке реферата использовано не менее 5-8 научных источников. В работе выдвигаются новые идеи и трактовки, демонстрируется способность обучающегося анализировать материал, выражается его мнение по проблеме |

Кейс для формирования «ПК-3.4»

Новая туроператорская фирма начинает свою работу на рынке. Конкуренция высокая. Доверие к туроператорам у целевой аудитории падает. Необходимо провести PR-кампанию, цель которой создать известность фирме и сформировать ее положительный имидж. Составьте перечень направлений исследований, необходимых для проведения PR- кампании, выводящей на рынок новую фирму. Предложите методы сбора информации. Концепцию PR-кампании

Критерии оценки выполнения задания

| Оценка | Критерии оценивания |
|---------------------|--|
| Неудовлетворительно | Кейс-задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализе кейса, изложение устное или письменное не структурировано. Если решение и обозначено в выступлении или письменном ответе, то оно не является решением проблемы, которая заложена в кейсе |
| Удовлетворительно | Кейс-задание выполнено более чем на 2/3, но решение раскрывается расплывчато, обучающийся не может четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов, в основе решения может иметь место интерпретация фактов или предположения. Собственная точка зрения на причины возникновения проблемы не обоснована или отсутствует. При устной презентации на вопросы отвечает с трудом или не отвечает совсем. В случае письменного ответа по кейсу не сделан его детальный анализ, количество представленных возможных вариантов решения – 1-2, отсутствует четкая аргументация окончательного выбора решения |
| Хорошо | Кейс-задание выполнено полностью, но обучающийся не приводит полную четкую аргументацию выбранного решения. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены. При устной презентации на дополнительные вопросы выступающий отвечает с некоторым затруднением. При письменном ответе по выполнению кейс-задания сделан не полный анализ кейса, без учета ряда фактов, выявлены не все возможные проблемы, для решения могла быть выбрана второстепенная, а не главная проблема, количество представленных возможных вариантов решения – 2-3, затруднена четкая аргументация окончательного выбора одного из альтернативных решений |
| Отлично | Кейс-задание выполнено полностью, обучающийся приводит полную четкую аргументацию выбранного решения на основе качественно сделанного анализа. Демонстрируются хорошие теоретические знания, имеется собственная обоснованная точка зрения на проблему и причины ее возникновения. В случае ряда выявленных проблем четко определяет их иерархию. При устной презентации уверенно и быстро отвечает на заданные вопросы, выступление сопровождается приемами визуализации. В случае письменного ответа по выполнению кейс-задания сделан структурированный и детализированный анализ кейса, представлены возможные варианты решения (3-5), четко и аргументировано обоснован окончательный выбор одного из альтернативных решений |

Кейс для формирования «ПК-3.4»

1. Разработать концепцию презентации предприятия фирмы. Для этого:
 - определить повод и цель презентации
 - круг приглашенных
 - формы анонса мероприятия
 - разработать подробный, желательно креативный сценарий (план пресс-конференционной и презентационной части)
 - определить формат неформального общения
 - определить структуру медиа-кита
 - определить методы оценки эффективности мероприятия.
2. Подготовьте презентацию на тему: «Специфика формирования имиджа компании сферы сервиса в

сети Интернет». Тему рассмотреть на примере конкретного предприятия. Проанализировать новейшие тенденции.

3. Разработайте PR-программу для использования в отношениях с персоналом фирмы. Для этого:

Выберите конкретную фирму в Москве.

Проанализируйте ее работу.

На основе найденной информации определите наиболее важные сферы внутрифирменного PR.

Выберите наиболее целесообразные средства коммуникаций с сотрудниками (вербальные и невербальные), определите цели их использования.

Предложите методы оценки эффективности.

4. Подготовить пресс-релиз турфирмы на одну из следующих тем:

Знаменательная дата (пресс-релиз анонс);

Достижения;

Новые услуги;

Событие (пост-релиз).

Тема пресс-релиза должна быть определена на основе конкретной информации об организации (из Интернет, печатных СМИ)

5. Составьте ориентировочный план PR-кампании ресторана с использованием полной совокупности возможных средств и приемов, имеющей цель вывода новой услуги на рынок.

Критерии оценки выполнения задания

| Оценка | Критерии оценивания |
|---------------------|--|
| Неудовлетворительно | Кейс-задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализе кейса, изложение устное или письменное не структурировано. Если решение и обозначено в выступлении или письменном ответе, то оно не является решением проблемы, которая заложена в кейсе |
| Удовлетворительно | Кейс-задание выполнено более чем на 2/3, но решение раскрывается расплывчато, обучающийся не может четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов, в основе решения может иметь место интерпретация фактов или предположения. Собственная точка зрения на причины возникновения проблемы не обоснована или отсутствует. При устной презентации на вопросы отвечает с трудом или не отвечает совсем. В случае письменного ответа по кейсу не сделан его детальный анализ, количество представленных возможных вариантов решения – 1-2, отсутствует четкая аргументация окончательного выбора решения |
| Хорошо | Кейс-задание выполнено полностью, но обучающийся не приводит полную четкую аргументацию выбранного решения. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены. При устной презентации на дополнительные вопросы выступающий отвечает с некоторым затруднением. При письменном ответе по выполнению кейс-задания сделан не полный анализ кейса, без учета ряда фактов, выявлены не все возможные проблемы, для решения могла быть выбрана второстепенная, а не главная проблема, количество представленных возможных вариантов решения – 2-3, затруднена четкая аргументация окончательного выбора одного из альтернативных решений |

| | |
|---------|---|
| Отлично | Кейс-задание выполнено полностью, обучающийся приводит полную четкую аргументацию выбранного решения на основе качественно сделанного анализа. Демонстрируются хорошие теоретические знания, имеется собственная обоснованная точка зрения на проблему и причины ее возникновения. В случае ряда выявленных проблем четко определяет их иерархию. При устной презентации уверенно и быстро отвечает на заданные вопросы, выступление сопровождается приемами визуализации. В случае письменного ответа по выполнению кейс-задания сделан структурированный и детализированный анализ кейса, представлены возможные варианты решения (3-5), четко и аргументировано обоснован окончательный выбор одного из альтернативных решений |
|---------|---|

Кейс для формирования «ПК-3.4»

Подготовьте презентацию на тему: «Специфика формирования имиджа компании сферы сервиса в сети Интернет».

Тему рассмотреть на примере конкретного предприятия. Проанализировать новейшие тенденции.

Составьте ориентировочный план ПР-кампании ресторана с использованием полной совокупности возможных средств и приемов, имеющей цель вывода новой услуги на рынок.

На конкретных примерах эвент-маркетинга автосалонов объясните их сильные и слабые стороны

Рассмотрите примеры успешного применения ПР в брендинге российских туроператоров. Какие коммуникационные ПР-технологии легли в основу развития этих брендов?

Разработайте сценарий специального мероприятия турагентской фирмы для повышения ее известности

Критерии оценки выполнения задания

| Оценка | Критерии оценивания |
|---------------------|---|
| Неудовлетворительно | Кейс-задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализе кейса, изложение устное или письменное не структурировано. Если решение и обозначено в выступлении или письменном ответе, то оно не является решением проблемы, которая заложена в кейсе |
| Удовлетворительно | Кейс-задание выполнено более чем на 2/3, но решение раскрывается расплывчато, обучающийся не может четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов, в основе решения может иметь место интерпретация фактов или предположения. Собственная точка зрения на причины возникновения проблемы не обоснована или отсутствует. При устной презентации на вопросы отвечает с трудом или не отвечает совсем. В случае письменного ответа по кейсу не сделан его детальный анализ, количество представленных возможных вариантов решения – 1-2, отсутствует четкая аргументация окончательного выбора решения |

| | |
|---------|--|
| Хорошо | Кейс-задание выполнено полностью, но обучающийся не приводит полную четкую аргументацию выбранного решения. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены. При устной презентации на дополнительные вопросы выступающий отвечает с некоторым затруднением. При письменном ответе по выполнению кейс-задания сделан не полный анализ кейса, без учета ряда фактов, выявлены не все возможные проблемы, для решения могла быть выбрана второстепенная, а не главная проблема, количество представленных возможных вариантов решения – 2-3, затруднена четкая аргументация окончательного выбора одного из альтернативных решений |
| Отлично | Кейс-задание выполнено полностью, обучающийся приводит полную четкую аргументацию выбранного решения на основе качественно сделанного анализа. Демонстрируются хорошие теоретические знания, имеется собственная обоснованная точка зрения на проблему и причины ее возникновения. В случае ряда выявленных проблем четко определяет их иерархию. При устной презентации уверенно и быстро отвечает на заданные вопросы, выступление сопровождается приемами визуализации. В случае письменного ответа по выполнению кейс-задания сделан структурированный и детализированный анализ кейса, представлены возможные варианты решения (3-5), четко и аргументировано обоснован окончательный выбор одного из альтернативных решений |

Кейс для формирования «ПК-3.4»

Разработайте ПР-программу для использования в отношениях с персоналом фирмы.

Для этого:

1. Выберите конкретную фирму в Москве.
2. Проанализируйте ее работу.
3. На основе найденной информации определите наиболее важные сферы внутрифирменного ПР.
4. Выберите наиболее целесообразные средства коммуникаций с сотрудниками (вербальные и невербальные), определите цели их использования.
5. Предложите методы оценки эффективности этой ПР-программы

Критерии оценки выполнения задания

| Оценка | Критерии оценивания |
|---------------------|---|
| Неудовлетворительно | Кейс-задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализе кейса, изложение устное или письменное не структурировано. Если решение и обозначено в выступлении или письменном ответе, то оно не является решением проблемы, которая заложена в кейсе |
| Удовлетворительно | Кейс-задание выполнено более чем на 2/3, но решение раскрывается расплывчато, обучающийся не может четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов, в основе решения может иметь место интерпретация фактов или предположения. Собственная точка зрения на причины возникновения проблемы не обоснована или отсутствует. При устной презентации на вопросы отвечает с трудом или не отвечает совсем. В случае письменного ответа по кейсу не сделан его детальный анализ, количество представленных возможных вариантов решения – 1-2, отсутствует четкая аргументация окончательного выбора решения |

| | |
|---------|--|
| Хорошо | Кейс-задание выполнено полностью, но обучающийся не приводит полную четкую аргументацию выбранного решения. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены. При устной презентации на дополнительные вопросы выступающий отвечает с некоторым затруднением. При письменном ответе по выполнению кейс-задания сделан не полный анализ кейса, без учета ряда фактов, выявлены не все возможные проблемы, для решения могла быть выбрана второстепенная, а не главная проблема, количество представленных возможных вариантов решения – 2-3, затруднена четкая аргументация окончательного выбора одного из альтернативных решений |
| Отлично | Кейс-задание выполнено полностью, обучающийся приводит полную четкую аргументацию выбранного решения на основе качественно сделанного анализа. Демонстрируются хорошие теоретические знания, имеется собственная обоснованная точка зрения на проблему и причины ее возникновения. В случае ряда выявленных проблем четко определяет их иерархию. При устной презентации уверенно и быстро отвечает на заданные вопросы, выступление сопровождается приемами визуализации. В случае письменного ответа по выполнению кейс-задания сделан структурированный и детализированный анализ кейса, представлены возможные варианты решения (3-5), четко и аргументировано обоснован окончательный выбор одного из альтернативных решений |

Кейс для формирования «ПК-3.4»

Рассмотрите примеры успешного применения PR в брендинге российских туроператоров. Какие коммуникационные PR-технологии легли в основу развития этих брендов?

Критерии оценки выполнения задания

| Оценка | Критерии оценивания |
|---------------------|---|
| Неудовлетворительно | Кейс-задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализе кейса, изложение устное или письменное не структурировано. Если решение и обозначено в выступлении или письменном ответе, то оно не является решением проблемы, которая заложена в кейсе |
| Удовлетворительно | Кейс-задание выполнено более чем на 2/3, но решение раскрывается расплывчато, обучающийся не может четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов, в основе решения может иметь место интерпретация фактов или предположения. Собственная точка зрения на причины возникновения проблемы не обоснована или отсутствует. При устной презентации на вопросы отвечает с трудом или не отвечает совсем. В случае письменного ответа по кейсу не сделан его детальный анализ, количество представленных возможных вариантов решения – 1-2, отсутствует четкая аргументация окончательного выбора решения |

| | |
|---------|--|
| Хорошо | Кейс-задание выполнено полностью, но обучающийся не приводит полную четкую аргументацию выбранного решения. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены. При устной презентации на дополнительные вопросы выступающий отвечает с некоторым затруднением. При письменном ответе по выполнению кейс-задания сделан не полный анализ кейса, без учета ряда фактов, выявлены не все возможные проблемы, для решения могла быть выбрана второстепенная, а не главная проблема, количество представленных возможных вариантов решения – 2-3, затруднена четкая аргументация окончательного выбора одного из альтернативных решений |
| Отлично | Кейс-задание выполнено полностью, обучающийся приводит полную четкую аргументацию выбранного решения на основе качественно сделанного анализа. Демонстрируются хорошие теоретические знания, имеется собственная обоснованная точка зрения на проблему и причины ее возникновения. В случае ряда выявленных проблем четко определяет их иерархию. При устной презентации уверенно и быстро отвечает на заданные вопросы, выступление сопровождается приемами визуализации. В случае письменного ответа по выполнению кейс-задания сделан структурированный и детализированный анализ кейса, представлены возможные варианты решения (3-5), четко и аргументировано обоснован окончательный выбор одного из альтернативных решений |

Кейс для формирования «ПК-3.5»

Составьте ориентировочный план PR-кампании ресторана с использованием полной совокупности возможных средств и приемов, имеющей цель вывода новой услуги на рынок.

Критерии оценки выполнения задания

| Оценка | Критерии оценивания |
|---------------------|---|
| Неудовлетворительно | Кейс-задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализе кейса, изложение устное или письменное не структурировано. Если решение и обозначено в выступлении или письменном ответе, то оно не является решением проблемы, которая заложена в кейсе |
| Удовлетворительно | Кейс-задание выполнено более чем на 2/3, но решение раскрывается расплывчато, обучающийся не может четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов, в основе решения может иметь место интерпретация фактов или предположения. Собственная точка зрения на причины возникновения проблемы не обоснована или отсутствует. При устной презентации на вопросы отвечает с трудом или не отвечает совсем. В случае письменного ответа по кейсу не сделан его детальный анализ, количество представленных возможных вариантов решения – 1-2, отсутствует четкая аргументация окончательного выбора решения |

| | |
|---------|--|
| Хорошо | Кейс-задание выполнено полностью, но обучающийся не приводит полную четкую аргументацию выбранного решения. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены. При устной презентации на дополнительные вопросы выступающий отвечает с некоторым затруднением. При письменном ответе по выполнению кейс-задания сделан не полный анализ кейса, без учета ряда фактов, выявлены не все возможные проблемы, для решения могла быть выбрана второстепенная, а не главная проблема, количество представленных возможных вариантов решения – 2-3, затруднена четкая аргументация окончательного выбора одного из альтернативных решений |
| Отлично | Кейс-задание выполнено полностью, обучающийся приводит полную четкую аргументацию выбранного решения на основе качественно сделанного анализа. Демонстрируются хорошие теоретические знания, имеется собственная обоснованная точка зрения на проблему и причины ее возникновения. В случае ряда выявленных проблем четко определяет их иерархию. При устной презентации уверенно и быстро отвечает на заданные вопросы, выступление сопровождается приемами визуализации. В случае письменного ответа по выполнению кейс-задания сделан структурированный и детализированный анализ кейса, представлены возможные варианты решения (3-5), четко и аргументировано обоснован окончательный выбор одного из альтернативных решений |

Кейс для формирования «ПК-3.5»

Сравните методы ПР туроператорской и турагентской фирм

Критерии оценки выполнения задания

| Оценка | Критерии оценивания |
|---------------------|---|
| Неудовлетворительно | Кейс-задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализе кейса, изложение устное или письменное не структурировано. Если решение обозначено в выступлении или письменном ответе, то оно не является решением проблемы, которая заложена в кейсе |
| Удовлетворительно | Кейс-задание выполнено более чем на 2/3, но решение раскрывается расплывчато, обучающийся не может четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов, в основе решения может иметь место интерпретация фактов или предположения. Собственная точка зрения на причины возникновения проблемы не обоснована или отсутствует. При устной презентации на вопросы отвечает с трудом или не отвечает совсем. В случае письменного ответа по кейсу не сделан его детальный анализ, количество представленных возможных вариантов решения – 1-2, отсутствует четкая аргументация окончательного выбора решения |

| | |
|---------|--|
| Хорошо | Кейс-задание выполнено полностью, но обучающийся не приводит полную четкую аргументацию выбранного решения. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены. При устной презентации на дополнительные вопросы выступающий отвечает с некоторым затруднением. При письменном ответе по выполнению кейс-задания сделан не полный анализ кейса, без учета ряда фактов, выявлены не все возможные проблемы, для решения могла быть выбрана второстепенная, а не главная проблема, количество представленных возможных вариантов решения – 2-3, затруднена четкая аргументация окончательного выбора одного из альтернативных решений |
| Отлично | Кейс-задание выполнено полностью, обучающийся приводит полную четкую аргументацию выбранного решения на основе качественно сделанного анализа. Демонстрируются хорошие теоретические знания, имеется собственная обоснованная точка зрения на проблему и причины ее возникновения. В случае ряда выявленных проблем четко определяет их иерархию. При устной презентации уверенно и быстро отвечает на заданные вопросы, выступление сопровождается приемами визуализации. В случае письменного ответа по выполнению кейс-задания сделан структурированный и детализированный анализ кейса, представлены возможные варианты решения (3-5), четко и аргументировано обоснован окончательный выбор одного из альтернативных решений |

Кейс для формирования «ПК-3.5»

Приведите пример организации ПР-деятельности гостиницы. Какие недостатки и сильные стороны в ее организации можно отметить?

Критерии оценки выполнения задания

| Оценка | Критерии оценивания |
|---------------------|---|
| Неудовлетворительно | Кейс-задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализе кейса, изложение устное или письменное не структурировано. Если решение и обозначено в выступлении или письменном ответе, то оно не является решением проблемы, которая заложена в кейсе |
| Удовлетворительно | Кейс-задание выполнено более чем на 2/3, но решение раскрывается расплывчато, обучающийся не может четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов, в основе решения может иметь место интерпретация фактов или предположения. Собственная точка зрения на причины возникновения проблемы не обоснована или отсутствует. При устной презентации на вопросы отвечает с трудом или не отвечает совсем. В случае письменного ответа по кейсу не сделан его детальный анализ, количество представленных возможных вариантов решения – 1-2, отсутствует четкая аргументация окончательного выбора решения |

| | |
|---------|--|
| Хорошо | Кейс-задание выполнено полностью, но обучающийся не приводит полную четкую аргументацию выбранного решения. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены. При устной презентации на дополнительные вопросы выступающий отвечает с некоторым затруднением. При письменном ответе по выполнению кейс-задания сделан не полный анализ кейса, без учета ряда фактов, выявлены не все возможные проблемы, для решения могла быть выбрана второстепенная, а не главная проблема, количество представленных возможных вариантов решения – 2-3, затруднена четкая аргументация окончательного выбора одного из альтернативных решений |
| Отлично | Кейс-задание выполнено полностью, обучающийся приводит полную четкую аргументацию выбранного решения на основе качественно сделанного анализа. Демонстрируются хорошие теоретические знания, имеется собственная обоснованная точка зрения на проблему и причины ее возникновения. В случае ряда выявленных проблем четко определяет их иерархию. При устной презентации уверенно и быстро отвечает на заданные вопросы, выступление сопровождается приемами визуализации. В случае письменного ответа по выполнению кейс-задания сделан структурированный и детализированный анализ кейса, представлены возможные варианты решения (3-5), четко и аргументировано обоснован окончательный выбор одного из альтернативных решений |

Кейс для формирования «ПК-3.5»

1. Выберите наиболее целесообразные средства ПР- коммуникаций и сформируйте три оптимальные коммуникационные смеси 1, 2 и 3 (три программы интегрированных маркетинговых коммуникаций) для кофейни, находящейся на стадии ввода на рынок. Целевая аудитория – жители Юго-западного округа Москвы. Цели рекламных кампаний:

- Создать осведомленность о кофейне
- Сформировать имидж фирмы
- Обеспечить приток посетителей в предстоящем сезоне

Аргументируйте выбор конкретных маркетинговых коммуникаций.

2. Разработайте концепцию рекламной кампании отеля после его реновации.
3. Рекламному отделу турфирмы-оператора поручено провести кампанию по выводу на рынок нового горнолыжного направления - Андорры. Разработайте ее концепцию.
4. Сформируйте комплекс маркетинговых коммуникаций для продвижения полносервисного рекламного агентства.
5. Разработайте систему интегрированных маркетинговых коммуникаций для выходящего на рынок ресторана премиум-класса.

Критерии оценки выполнения задания

| Оценка | Критерии оценивания |
|---------------------|---|
| Неудовлетворительно | Кейс-задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализе кейса, изложение устное или письменное не структурировано. Если решение и обозначено в выступлении или письменном ответе, то оно не является решением проблемы, которая заложена в кейсе |

| | |
|-------------------|--|
| Удовлетворительно | Кейс-задание выполнено более чем на 2/3, но решение раскрывается расплывчато, обучающийся не может четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов, в основе решения может иметь место интерпретация фактов или предположения. Собственная точка зрения на причины возникновения проблемы не обоснована или отсутствует. При устной презентации на вопросы отвечает с трудом или не отвечает совсем. В случае письменного ответа по кейсу не сделан его детальный анализ, количество представленных возможных вариантов решения – 1-2, отсутствует четкая аргументация окончательного выбора решения |
| Хорошо | Кейс-задание выполнено полностью, но обучающийся не приводит полную четкую аргументацию выбранного решения. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены. При устной презентации на дополнительные вопросы выступающий отвечает с некоторым затруднением. При письменном ответе по выполнению кейс-задания сделан не полный анализ кейса, без учета ряда фактов, выявлены не все возможные проблемы, для решения могла быть выбрана второстепенная, а не главная проблема, количество представленных возможных вариантов решения – 2-3, затруднена четкая аргументация окончательного выбора одного из альтернативных решений |
| Отлично | Кейс-задание выполнено полностью, обучающийся приводит полную четкую аргументацию выбранного решения на основе качественно сделанного анализа. Демонстрируются хорошие теоретические знания, имеется собственная обоснованная точка зрения на проблему и причины ее возникновения. В случае ряда выявленных проблем четко определяет их иерархию. При устной презентации уверенно и быстро отвечает на заданные вопросы, выступление сопровождается приемами визуализации. В случае письменного ответа по выполнению кейс-задания сделан структурированный и детализированный анализ кейса, представлены возможные варианты решения (3-5), четко и аргументировано обоснован окончательный выбор одного из альтернативных решений |

Кейс для формирования «ПК-3.5»

Придумайте три слогана для имиджевой кампании турфирмы, целью которой является убеждение потенциальных покупателей в ее надежности. Выберите лучший слоган и обоснуйте свой выбор

Критерии оценки выполнения задания

| Оценка | Критерии оценивания |
|---------------------|---|
| Неудовлетворительно | Кейс-задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализе кейса, изложение устное или письменное не структурировано. Если решение и обозначено в выступлении или письменном ответе, то оно не является решением проблемы, которая заложена в кейсе |

| | |
|-------------------|--|
| Удовлетворительно | Кейс-задание выполнено более чем на 2/3, но решение раскрывается расплывчато, обучающийся не может четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов, в основе решения может иметь место интерпретация фактов или предположения. Собственная точка зрения на причины возникновения проблемы не обоснована или отсутствует. При устной презентации на вопросы отвечает с трудом или не отвечает совсем. В случае письменного ответа по кейсу не сделан его детальный анализ, количество представленных возможных вариантов решения – 1-2, отсутствует четкая аргументация окончательного выбора решения |
| Хорошо | Кейс-задание выполнено полностью, но обучающийся не приводит полную четкую аргументацию выбранного решения. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены. При устной презентации на дополнительные вопросы выступающий отвечает с некоторым затруднением. При письменном ответе по выполнению кейс-задания сделан не полный анализ кейса, без учета ряда фактов, выявлены не все возможные проблемы, для решения могла быть выбрана второстепенная, а не главная проблема, количество представленных возможных вариантов решения – 2-3, затруднена четкая аргументация окончательного выбора одного из альтернативных решений |
| Отлично | Кейс-задание выполнено полностью, обучающийся приводит полную четкую аргументацию выбранного решения на основе качественно сделанного анализа. Демонстрируются хорошие теоретические знания, имеется собственная обоснованная точка зрения на проблему и причины ее возникновения. В случае ряда выявленных проблем четко определяет их иерархию. При устной презентации уверенно и быстро отвечает на заданные вопросы, выступление сопровождается приемами визуализации. В случае письменного ответа по выполнению кейс-задания сделан структурированный и детализированный анализ кейса, представлены возможные варианты решения (3-5), четко и аргументировано обоснован окончательный выбор одного из альтернативных решений |

Тест для формирования «ПК-4.1»

Вопрос №1 . В чём заключается главное отличие рекламы от PR?

Варианты ответов:

1. Реклама реализуется через СМИ
2. Реклама в отличие от PR преследует цель: привлечение внимания потенциального потребителя услуг.
3. Реклама носит односторонний характер.

Вопрос №2 . Рекламные агентства - это:

Варианты ответов:

1. Профессиональные организации, специализирующиеся на проведении рекламных исследований, разработке планов рекламной деятельности и проведении отдельных кампаний, разработке и подготовке рекламных материалов и т.д.;
2. Союзы творческих деятелей, специализирующихся на создании гениальной рекламной идеи
3. Группа специалистов, занимающихся снабжением рекламного текста фотографиями, рисунками, символическими элементами, схемами, диаграммами и другими иллюстрациями

Вопрос №3 . Одна из ключевых функций государства в рекламном процессе:

Варианты ответов:

1. Запрещение распространения больших объемов рекламы

2. Разработка правил создания и производства рекламной продукции
3. Разработка ключевых установок в рамках данного рынка

Вопрос №4 . Потребители рекламы - это:

Варианты ответов:

1. только физические лица, получившие рекламную информацию
2. традиционно к ним относят телевидение, радио и прессу;
3. физические или юридические лица, до сведения которых должна доводиться необходимая рекламная информация

Вопрос №5 . Основной вид телевизионной рекламы

Варианты ответов:

1. Радиоспот.
2. Ролик.
3. Баннер.

Критерии оценки выполнения задания

| Оценка | Критерии оценивания |
|---------------------|--|
| Неудовлетворительно | от 0% до 30% правильных ответов из общего числа тестовых заданий |
| Удовлетворительно | от 31% до 50% правильных ответов из общего числа тестовых заданий |
| Хорошо | от 51% до 80% правильных ответов из общего числа тестовых заданий |
| Отлично | от 81% до 100% правильных ответов из общего числа тестовых заданий |

Выполнение реферата для формирования «ПК-4.2»

.Креативные решения создания слогана и заголовка.

Критерии оценки выполнения задания

| Оценка | Критерии оценивания |
|---------------------|--|
| Неудовлетворительно | Обучающийся не раскрыл материал по теме задания или материал раскрыт поверхностно, излагаемый материал не систематизирован, выводы недостаточно аргументированы, обучающийся не высказывал своего мнения, не проявил способность к анализу, имеются смысловые и речевые ошибки в реферате |
| Удовлетворительно | Обучающийся демонстрирует логичность и доказательность изложения материала по теме задания, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий. Обучающийся не продемонстрировал способность к научному анализу, не высказывал в работе своего мнения, допустил ошибки в логическом обосновании своего ответа |
| Хорошо | Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, в работе присутствуют ссылки на научные источники, мнения известных учёных в данной области |
| Отлично | Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, при разработке реферата использовано не менее 5-8 научных источников. В работе выдвигаются новые идеи и трактовки, демонстрируется способность обучающегося анализировать материал, выражается его мнение по проблеме |

Выполнение реферата для формирования «ПК-4.2»

Принципы современного ПР

Критерии оценки выполнения задания

| Оценка | Критерии оценивания |
|---------------------|--|
| Неудовлетворительно | Обучающийся не раскрыл материал по теме задания или материал раскрыт поверхностно, излагаемый материал не систематизирован, выводы недостаточно аргументированы, обучающийся не высказывал своего мнения, не проявил способность к анализу, имеются смысловые и речевые ошибки в реферате |
| Удовлетворительно | Обучающийся демонстрирует логичность и доказательность изложения материала по теме задания, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий. Обучающийся не продемонстрировал способность к научному анализу, не высказывал в работе своего мнения, допустил ошибки в логическом обосновании своего ответа |
| Хорошо | Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, в работе присутствуют ссылки на научные источники, мнения известных учёных в данной области |
| Отлично | Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, при разработке реферата использовано не менее 5-8 научных источников. В работе выдвигаются новые идеи и трактовки, демонстрируется способность обучающегося анализировать материал, выражается его мнение по проблеме |

Выполнение реферата для формирования «ПК-4.2»

Оценка эффективности ПР-программ

Критерии оценки выполнения задания

| Оценка | Критерии оценивания |
|---------------------|--|
| Неудовлетворительно | Обучающийся не раскрыл материал по теме задания или материал раскрыт поверхностно, излагаемый материал не систематизирован, выводы недостаточно аргументированы, обучающийся не высказывал своего мнения, не проявил способность к анализу, имеются смысловые и речевые ошибки в реферате |
| Удовлетворительно | Обучающийся демонстрирует логичность и доказательность изложения материала по теме задания, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий. Обучающийся не продемонстрировал способность к научному анализу, не высказывал в работе своего мнения, допустил ошибки в логическом обосновании своего ответа |
| Хорошо | Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, в работе присутствуют ссылки на научные источники, мнения известных учёных в данной области |
| Отлично | Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, при разработке реферата использовано не менее 5-8 научных источников. В работе выдвигаются новые идеи и трактовки, демонстрируется способность обучающегося анализировать материал, выражается его мнение по проблеме |

Выполнение реферата для формирования «ПК-4.2»

Критерии оценки выполнения задания

| Оценка | Критерии оценивания |
|---------------------|--|
| Неудовлетворительно | Обучающийся не раскрыл материал по теме задания или материал раскрыт поверхностно, излагаемый материал не систематизирован, выводы недостаточно аргументированы, обучающийся не высказывал своего мнения, не проявил способность к анализу, имеются смысловые и речевые ошибки в реферате |
| Удовлетворительно | Обучающийся демонстрирует логичность и доказательность изложения материала по теме задания, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий. Обучающийся не продемонстрировал способность к научному анализу, не высказывал в работе своего мнения, допустил ошибки в логическом обосновании своего ответа |
| Хорошо | Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, в работе присутствуют ссылки на научные источники, мнения известных учёных в данной области |
| Отлично | Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, при разработке реферата использовано не менее 5-8 научных источников. В работе выдвигаются новые идеи и трактовки, демонстрируется способность обучающегося анализировать материал, выражается его мнение по проблеме |

Выполнение реферата для формирования «ПК-4.2»

Общая характеристика, подготовка и проведение интервью, репортажа, семинара, церемонии открытия

Критерии оценки выполнения задания

| Оценка | Критерии оценивания |
|---------------------|--|
| Неудовлетворительно | Обучающийся не раскрыл материал по теме задания или материал раскрыт поверхностно, излагаемый материал не систематизирован, выводы недостаточно аргументированы, обучающийся не высказывал своего мнения, не проявил способность к анализу, имеются смысловые и речевые ошибки в реферате |
| Удовлетворительно | Обучающийся демонстрирует логичность и доказательность изложения материала по теме задания, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий. Обучающийся не продемонстрировал способность к научному анализу, не высказывал в работе своего мнения, допустил ошибки в логическом обосновании своего ответа |
| Хорошо | Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, в работе присутствуют ссылки на научные источники, мнения известных учёных в данной области |
| Отлично | Реферат написан грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована, при разработке реферата использовано не менее 5-8 научных источников. В работе выдвигаются новые идеи и трактовки, демонстрируется способность обучающегося анализировать материал, выражается его мнение по проблеме |

Кейс для формирования «ПК-4.3»

Производитель молочных продуктов должен вывести на рынок новый кисломолочный продукт (йогурт). Целевая аудитория — преимущественно городская, женская. Предложите концепцию продвижения йогурта в СМИ. Какие конкретные СМИ можно использовать? Разработайте креативный сценарий телевизионного ролика для продвижения этого нового кисломолочного продукта, не имеющего явных преимуществ перед конкурентами. Каким может быть ключевой кадр, который можно использовать в рекламе в прессе, в Интернет?

Салон красоты работает в премиум сегменте, не имеет собственного фирменного стиля. Особенность салона состоит в том, что он рассчитан на молодых, уверенных в себе женщин, с достатком выше среднего. Предложите идею фирменного стиля для этого салона. Разработайте концепцию, основные вербальные и визуальные элементы фирменного стиля салона. Какие носители фирменного стиля можно рекомендовать этому салону?

Разработайте концепцию городской амбиент-рекламы для продвижения электромобиля.

В банкомате сетевой пятизвездочной гостиницы из-за действий хакеров сняты деньги со счетов клиентов. Гости возмущены. Информация об этом попала в СМИ. Какие действия должен предпринять ПР-отдел гостиницы? Разработать комплексную ПР-программу для предотвращения негативных последствий этой ситуации.

Подготовьте пресс-релиз, рассказывающий о благотворительном мероприятии элитного ресторана высокой ценовой категории

Критерии оценки выполнения задания

| Оценка | Критерии оценивания |
|---------------------|--|
| Неудовлетворительно | Кейс-задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализе кейса, изложение устное или письменное не структурировано. Если решение и обозначено в выступлении или письменном ответе, то оно не является решением проблемы, которая заложена в кейсе |
| Удовлетворительно | Кейс-задание выполнено более чем на 2/3, но решение раскрывается расплывчато, обучающийся не может четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов, в основе решения может иметь место интерпретация фактов или предположения. Собственная точка зрения на причины возникновения проблемы не обоснована или отсутствует. При устной презентации на вопросы отвечает с трудом или не отвечает совсем. В случае письменного ответа по кейсу не сделан его детальный анализ, количество представленных возможных вариантов решения – 1-2, отсутствует четкая аргументация окончательного выбора решения |
| Хорошо | Кейс-задание выполнено полностью, но обучающийся не приводит полную четкую аргументацию выбранного решения. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены. При устной презентации на дополнительные вопросы выступающий отвечает с некоторым затруднением. При письменном ответе по выполнению кейс-задания сделан не полный анализ кейса, без учета ряда фактов, выявлены не все возможные проблемы, для решения могла быть выбрана второстепенная, а не главная проблема, количество представленных возможных вариантов решения – 2-3, затруднена четкая аргументация окончательного выбора одного из альтернативных решений |

| | |
|---------|---|
| Отлично | Кейс-задание выполнено полностью, обучающийся приводит полную четкую аргументацию выбранного решения на основе качественно сделанного анализа. Демонстрируются хорошие теоретические знания, имеется собственная обоснованная точка зрения на проблему и причины ее возникновения. В случае ряда выявленных проблем четко определяет их иерархию. При устной презентации уверенно и быстро отвечает на заданные вопросы, выступление сопровождается приемами визуализации. В случае письменного ответа по выполнению кейс-задания сделан структурированный и детализированный анализ кейса, представлены возможные варианты решения (3-5), четко и аргументировано обоснован окончательный выбор одного из альтернативных решений |
|---------|---|

Кейс для формирования «ПК-4.3»

В банкомате сетевой пятизвездочной гостиницы из-за действий хакеров сняты деньги со счетов клиентов. Гости возмущены. Информация об этом попала в СМИ. Какие действия должен предпринять PR-отдел гостиницы? Разработать комплексную PR-программу для предотвращения негативных последствий этой ситуации.

Критерии оценки выполнения задания

| Оценка | Критерии оценивания |
|---------------------|--|
| Неудовлетворительно | Кейс-задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализе кейса, изложение устное или письменное не структурировано. Если решение и обозначено в выступлении или письменном ответе, то оно не является решением проблемы, которая заложена в кейсе |
| Удовлетворительно | Кейс-задание выполнено более чем на 2/3, но решение раскрывается расплывчато, обучающийся не может четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов, в основе решения может иметь место интерпретация фактов или предположения. Собственная точка зрения на причины возникновения проблемы не обоснована или отсутствует. При устной презентации на вопросы отвечает с трудом или не отвечает совсем. В случае письменного ответа по кейсу не сделан его детальный анализ, количество представленных возможных вариантов решения – 1-2, отсутствует четкая аргументация окончательного выбора решения |
| Хорошо | Кейс-задание выполнено полностью, но обучающийся не приводит полную четкую аргументацию выбранного решения. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены. При устной презентации на дополнительные вопросы выступающий отвечает с некоторым затруднением. При письменном ответе по выполнению кейс-задания сделан не полный анализ кейса, без учета ряда фактов, выявлены не все возможные проблемы, для решения могла быть выбрана второстепенная, а не главная проблема, количество представленных возможных вариантов решения – 2-3, затруднена четкая аргументация окончательного выбора одного из альтернативных решений |

| | |
|---------|---|
| Отлично | Кейс-задание выполнено полностью, обучающийся приводит полную четкую аргументацию выбранного решения на основе качественно сделанного анализа. Демонстрируются хорошие теоретические знания, имеется собственная обоснованная точка зрения на проблему и причины ее возникновения. В случае ряда выявленных проблем четко определяет их иерархию. При устной презентации уверенно и быстро отвечает на заданные вопросы, выступление сопровождается приемами визуализации. В случае письменного ответа по выполнению кейс-задания сделан структурированный и детализированный анализ кейса, представлены возможные варианты решения (3-5), четко и аргументировано обоснован окончательный выбор одного из альтернативных решений |
|---------|---|

Кейс для формирования «ПК-4.3»

Подготовьте пресс-релиз, рассказывающий о благотворительном мероприятии элитного ресторана высокой ценовой категории

Критерии оценки выполнения задания

| Оценка | Критерии оценивания |
|---------------------|--|
| Неудовлетворительно | Кейс-задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализе кейса, изложение устное или письменное не структурировано. Если решение и обозначено в выступлении или письменном ответе, то оно не является решением проблемы, которая заложена в кейсе |
| Удовлетворительно | Кейс-задание выполнено более чем на 2/3, но решение раскрывается расплывчато, обучающийся не может четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов, в основе решения может иметь место интерпретация фактов или предположения. Собственная точка зрения на причины возникновения проблемы не обоснована или отсутствует. При устной презентации на вопросы отвечает с трудом или не отвечает совсем. В случае письменного ответа по кейсу не сделан его детальный анализ, количество представленных возможных вариантов решения – 1-2, отсутствует четкая аргументация окончательного выбора решения |
| Хорошо | Кейс-задание выполнено полностью, но обучающийся не приводит полную четкую аргументацию выбранного решения. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены. При устной презентации на дополнительные вопросы выступающий отвечает с некоторым затруднением. При письменном ответе по выполнению кейс-задания сделан не полный анализ кейса, без учета ряда фактов, выявлены не все возможные проблемы, для решения могла быть выбрана второстепенная, а не главная проблема, количество представленных возможных вариантов решения – 2-3, затруднена четкая аргументация окончательного выбора одного из альтернативных решений |

| | |
|---------|---|
| Отлично | Кейс-задание выполнено полностью, обучающийся приводит полную четкую аргументацию выбранного решения на основе качественно сделанного анализа. Демонстрируются хорошие теоретические знания, имеется собственная обоснованная точка зрения на проблему и причины ее возникновения. В случае ряда выявленных проблем четко определяет их иерархию. При устной презентации уверенно и быстро отвечает на заданные вопросы, выступление сопровождается приемами визуализации. В случае письменного ответа по выполнению кейс-задания сделан структурированный и детализированный анализ кейса, представлены возможные варианты решения (3-5), четко и аргументировано обоснован окончательный выбор одного из альтернативных решений |
|---------|---|

Кейс для формирования «ПК-4.3»

Разработайте сценарий специального мероприятия (Эвент - церемония открытия) для нового ресторана с английской концепцией

Критерии оценки выполнения задания

| Оценка | Критерии оценивания |
|---------------------|--|
| Неудовлетворительно | Кейс-задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализе кейса, изложение устное или письменное не структурировано. Если решение и обозначено в выступлении или письменном ответе, то оно не является решением проблемы, которая заложена в кейсе |
| Удовлетворительно | Кейс-задание выполнено более чем на 2/3, но решение раскрывается расплывчато, обучающийся не может четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов, в основе решения может иметь место интерпретация фактов или предположения. Собственная точка зрения на причины возникновения проблемы не обоснована или отсутствует. При устной презентации на вопросы отвечает с трудом или не отвечает совсем. В случае письменного ответа по кейсу не сделан его детальный анализ, количество представленных возможных вариантов решения – 1-2, отсутствует четкая аргументация окончательного выбора решения |
| Хорошо | Кейс-задание выполнено полностью, но обучающийся не приводит полную четкую аргументацию выбранного решения. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены. При устной презентации на дополнительные вопросы выступающий отвечает с некоторым затруднением. При письменном ответе по выполнению кейс-задания сделан не полный анализ кейса, без учета ряда фактов, выявлены не все возможные проблемы, для решения могла быть выбрана второстепенная, а не главная проблема, количество представленных возможных вариантов решения – 2-3, затруднена четкая аргументация окончательного выбора одного из альтернативных решений |

| | |
|---------|---|
| Отлично | Кейс-задание выполнено полностью, обучающийся приводит полную четкую аргументацию выбранного решения на основе качественно сделанного анализа. Демонстрируются хорошие теоретические знания, имеется собственная обоснованная точка зрения на проблему и причины ее возникновения. В случае ряда выявленных проблем четко определяет их иерархию. При устной презентации уверенно и быстро отвечает на заданные вопросы, выступление сопровождается приемами визуализации. В случае письменного ответа по выполнению кейс-задания сделан структурированный и детализированный анализ кейса, представлены возможные варианты решения (3-5), четко и аргументировано обоснован окончательный выбор одного из альтернативных решений |
|---------|---|

Кейс для формирования «ПК-4.3»

Рекламное агентство в качестве одного из инструментов продвижения своих услуг использует прямые рассылки. Подготовьте концепцию рассылок и тексты писем (директ-мейл) руководителям предприятий - потенциальных заказчиков

Критерии оценки выполнения задания

| Оценка | Критерии оценивания |
|---------------------|--|
| Неудовлетворительно | Кейс-задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализе кейса, изложение устное или письменное не структурировано. Если решение и обозначено в выступлении или письменном ответе, то оно не является решением проблемы, которая заложена в кейсе |
| Удовлетворительно | Кейс-задание выполнено более чем на 2/3, но решение раскрывается расплывчато, обучающийся не может четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов, в основе решения может иметь место интерпретация фактов или предположения. Собственная точка зрения на причины возникновения проблемы не обоснована или отсутствует. При устной презентации на вопросы отвечает с трудом или не отвечает совсем. В случае письменного ответа по кейсу не сделан его детальный анализ, количество представленных возможных вариантов решения – 1-2, отсутствует четкая аргументация окончательного выбора решения |
| Хорошо | Кейс-задание выполнено полностью, но обучающийся не приводит полную четкую аргументацию выбранного решения. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены. При устной презентации на дополнительные вопросы выступающий отвечает с некоторым затруднением. При письменном ответе по выполнению кейс-задания сделан не полный анализ кейса, без учета ряда фактов, выявлены не все возможные проблемы, для решения могла быть выбрана второстепенная, а не главная проблема, количество представленных возможных вариантов решения – 2-3, затруднена четкая аргументация окончательного выбора одного из альтернативных решений |

| | |
|---------|--|
| Отлично | <p>Кейс-задание выполнено полностью, обучающийся приводит полную четкую аргументацию выбранного решения на основе качественно сделанного анализа. Демонстрируются хорошие теоретические знания, имеется собственная обоснованная точка зрения на проблему и причины ее возникновения. В случае ряда выявленных проблем четко определяет их иерархию. При устной презентации уверенно и быстро отвечает на заданные вопросы, выступление сопровождается приемами визуализации. В случае письменного ответа по выполнению кейс-задания сделан структурированный и детализированный анализ кейса, представлены возможные варианты решения (3-5), четко и аргументировано обоснован окончательный выбор одного из альтернативных решений</p> |
|---------|--|

Вопросы для проведения промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Тема 1. Введение в рекламный менеджмент. Участники рекламного процесса

1. Цели, принципы, сущность, основные задачи рекламного менеджмента
2. Специфика рекламного менеджмента.
3. История возникновения менеджмента: экскурс от древности до современности.
4. Правовое регулирование рекламного менеджмента.

Тема 2. Объекты рекламного менеджмента

5. Объекты рекламного менеджмента.
6. Рекламный рынок как организационная система.
7. Структура основных составляющих рекламного менеджмента. Факторы регулирования.
8. Типы рекламы, организация рекламных процессов.
9. Организация взаимодействий основных участников рекламной деятельности.
10. Основные концепции рекламного менеджмента.
11. Системная модель рекламной деятельности.
12. Матрица функций рекламной деятельности. Уровни каналов распределения.

Тема 3. Управление в рекламном менеджменте

13. Этапы управления. Управляющие воздействия в рекламном менеджменте.
14. Административные, организационные, экономические, правовые методы управления.
15. Функции управления в рекламном менеджменте.
16. Анализ среды в рекламном менеджменте. Внутренняя и внешняя среда рекламы.
17. Основные стратегии работы рекламного менеджмента
18. Основные аспекты информационного обеспечения рекламного менеджмента.
19. Базы данных, модели данных. Направления исследований рекламной деятельности.
20. Этапы, методы, ограничения, рекомендации управления рекламными исследованиями.

Тема 4. Рекламодатели и их особенности

21. Классификационные особенности рекламодателей.
22. Организационная структура рекламодателя.
23. Систематизация управленческих решений рекламодателя.
24. Медиа планирование. Постоянная стратегия (Continuous).
25. Пульсирующая стратегия (Pulsing). Флайтовая стратегия (Flight).
26. Определение динамики корпоративной эффективности рекламной деятельности.
27. Алгоритм определения корпоративной эффективности рекламного менеджмента.

Тема 5. Организация и управление деятельностью рекламного агентства

28. Классификация деятельности рекламных агентств.
29. Специализированные агентства.
30. Виды взаимоотношений рекламного агентства и рекламодателя, проблемы и трудности.
31. Методы управления рекламным агентством.
32. Создание организационной структуры рекламного агентства.
33. Менеджмент рекламного продукта, этапы: «Консультирование и планирование», производства

«Создание рекламного продукта», завершающий этап «Реализации плана рекламной кампании».
Управление брифами.

Тема 6. Анализ методов оценки эффективности рекламной деятельности

34. Анализ методов и факторов оценки эффективности рекламной кампании.
35. Оценка факторов деятельности рекламных агентств. Количественные и качественные показатели рекламной деятельности.
36. Методы расчёта экономической эффективности рекламы.
37. Методы оценки коммуникативной эффективности рекламы.
38. Сравнение товарооборота до и после проведения рекламной кампании.
39. Расчёт эффекта от рекламы при проведении рекламной распродажи товара.
40. Оценка рентабельности рекламы. Метод целевых альтернатив.
41. Оценка эффективности рекламных издержек как формы инвестирования методом финансового показателя ROI (Return of Investment).
42. Модель оценки эффективности рекламных расходов И. Березина.
43. Методы оценки коммуникативной эффективности рекламы.
44. Методы оценки эффективности рекламы в Интернет.
45. Контроль реализации рекламной деятельности предприятия.

Тема 7. Внутрифирменное планирование рекламной деятельности

46. Система внутрифирменного планирования рекламной деятельности.
47. Методы определения рекламных расходов.
48. Типичный план рекламной деятельности.
49. Результативность рекламной деятельности организации.
50. Основные методики ценообразования.
51. Проведение рыночных экспериментов. Экономическое моделирование.
52. Методика построения кривых спроса и предложения.
53. Методики использования предпочтений и значимых характеристик; экспертных оценок.
54. «Военные» игры и планирование действий. Восприятие цены как показателя качества.
55. Ценообразование на основе издержек.
56. Методика сохранения или корректировки существующей цены.
57. Управление финансовыми взаимоотношениями между рекламодателями и производителями рекламы.

Тема 8. Международный рекламный менеджмент

58. Международный рекламный менеджмент. Основные акценты.
59. Основные концепции международной рекламы. «Коммуникационный микс».
60. Основные концепции и тенденции развития международного рынка рекламы.
61. Глобальный рекламный менеджмент. Особенности рекламного менеджмента разных стран.

Тема 9. Медиапланирование в рекламном менеджменте

62. Особенности и основные функции массовых коммуникаций в рекламном процессе
63. Понятие и сущность медиапланирования.
64. Основные этапы медиаланирования.
65. Информационное обеспечение процесса медиапланирования.
66. Медиаисследования
67. Критерии выбора рекламных носителей.
68. Разработка графика выхода рекламных сообщений.
69. Виды графиков.
70. Определение бюджета рекламной кампании.
71. Оценка эффективности медиаплана

Тема 10. Правовое регулирование рекламного менеджмента

72. Основные принципы правового регулирования рекламной деятельности.
73. Законодательство, регулирующее рекламную деятельность в России
74. Федеральный Закон РФ "О рекламе".

75. Правовое регулирование отдельных видов рекламы.
 76. Организационно -правовые формы юридических лиц в рекламной деятельности. Их правовой статус.
 77. Правовая защита их интересов
 78. Договоры в рекламной деятельности.
 79. Государственный контроль в рекламной деятельности.

Уровни и критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины

| | Критерии оценивания | Итоговая оценка |
|-----------------------------|---|-------------------------------|
| Уровень 1. Недостаточный | Незнание значительной части программного материала, неумение даже с помощью преподавателя сформулировать правильные ответы на задаваемые вопросы, невыполнение практических заданий | Неудовлетворительно/Незачтено |
| Уровень 2. Базовый | Знание только основного материала, допустимы неточности в ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач | Удовлетворительно/зачтено |
| Уровень 3. Повышенный | Твердые знания программного материала, допустимые несущественные неточности при ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач | Хорошо/зачтено |
| Уровень 4. Продвинутый | Глубокое освоение программного материала, логически стройное его изложение, умение связать теорию с возможностью ее применения на практике, свободное решение задач и обоснование принятого решения | Отлично/зачтено |

8. Ресурсное обеспечение дисциплины

| | |
|---|---|
| Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства | <ol style="list-style-type: none"> 1. Microsoft Windows (лицензионное программное обеспечение) 2. Microsoft Office (лицензионное программное обеспечение) 3. Google Chrome (свободно-распространяемое программное обеспечение) 4. Браузер Спутник (свободно-распространяемое программное обеспечение отечественного производства) 5. Kaspersky Endpoint Security (лицензионное программное обеспечение) 6. «Антиплагиат.ВУЗ» (лицензионное программное обеспечение) |
| Современные профессиональные базы данных | <ol style="list-style-type: none"> 1. Консультант+ (лицензионное программное обеспечение отечественного производства) 2. http://www.garant.ru (ресурсы открытого доступа) |
| Информационные справочные системы | <ol style="list-style-type: none"> 1. https://elibrary.ru - Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (ресурсы открытого доступа) 2. https://www.rsl.ru - Российская Государственная Библиотека (ресурсы открытого доступа) 3. https://link.springer.com - Международная реферативная база данных научных изданий Springerlink (ресурсы открытого доступа) 4. https://zbmath.org - Международная реферативная база данных научных изданий zbMATH (ресурсы открытого доступа) |

| | |
|-------------------------------------|--|
| Интернет-ресурсы | <ol style="list-style-type: none"> http://window.edu.ru - Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" https://openedu.ru - «Национальная платформа открытого образования» (ресурсы открытого доступа) www.advertology.ru www.advesti.ru www.advtime.ru www.sostav.ru |
| Материально-техническое обеспечение | <p>Учебные аудитории для проведения:</p> <p>занятий лекционного типа, обеспеченные наборами демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.</p> |

9. Учебно-методические материалы

| № | Автор | Название | Издательство | Год издания | Вид издания | Кол-во в библиотеке | Адрес электронного ресурса | Вид доступа |
|-------------------------------|---|--|--|-------------|-----------------------------|---------------------|---|--------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| 9.1 Основная литература | | | | | | | | |
| 9.1.1 | Ушанов П.В. | Реклама в телевизионной программе | Ай Пи Эр Медиа | 2017 | учебное пособие | - | http://www.iprbookshop.ru/66628.html | по логину и паролю |
| 9.1.2 | Голуб О.Ю. | Социальная реклама | Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа | 2017 | учебное пособие | - | http://www.iprbookshop.ru/57123.html | по логину и паролю |
| 9.1.3 | Шарков Ф.И. | Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг | Дашков и К | 2018 | учебное пособие | - | http://www.iprbookshop.ru/85717.html | по логину и паролю |
| 9.1.4 | Чумиков А.Н. Бочаров М.П. Самойленко С.А. | Реклама и связи с общественностью | Дело | 2016 | учебное пособие | - | http://www.iprbookshop.ru/51076.html | по логину и паролю |
| 9.1.5 | Карпова Г.Г. Шамьенова Г.Р. Егорова А.Ю. | Реклама и связи с общественностью | Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ | 2016 | учебно-методическое пособие | - | http://www.iprbookshop.ru/80116.html | по логину и паролю |
| 9.2 Дополнительная литература | | | | | | | | |
| 9.2.1 | Шпаковский В.О. Розенберг Н.В. Егорова Е.С. | Интернет-журналистика и интернет-реклама | Инфра-Инженерия | 2018 | учебное пособие | - | http://www.iprbookshop.ru/78258.html | по логину и паролю |
| 9.2.2 | Шамхалова С.Ш. | Теле- и радиореклама. Секреты завоевания потребителей | Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа | 2019 | практическое пособие | - | http://www.iprbookshop.ru/83154.html | по логину и паролю |

| | | | | | | | | |
|-------|----------------|--|---|------|----------------------|---|---|--------------------|
| 9.2.3 | Бердышев С.Н. | Эффективная наружная реклама (2-е издание) | Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа | 2017 | практическое пособие | - | http://www.iprbookshop.ru/57030.html | по логину и паролю |
| 9.2.4 | Васильева Л.А. | Реклама | Вузовское образование | 2016 | учебное пособие | - | http://www.iprbookshop.ru/39114.html | по логину и паролю |
| 9.2.5 | Сабетова Т.В. | Реклама и рекламная деятельность | Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого | 2016 | учебное пособие | - | http://www.iprbookshop.ru/72744.html | по логину и паролю |
| 9.2.6 | Чумиков А.Н. | Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд (2-е издание) | Аспект Пресс | 2016 | учебное пособие | - | http://www.iprbookshop.ru/57080.html | по логину и паролю |

10. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья

В МФЮА созданы специальные условия для получения высшего образования по образовательным программам обучающимися с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).

Для перемещения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в МФЮА созданы специальные условия для беспрепятственного доступа в учебные помещения и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

При получении образования обучающимся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература. Также имеется возможность предоставления услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ограниченными возможностями здоровья необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Получение доступного и качественного высшего образования лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечено путем создания в университете комплекса необходимых условий обучения для данной категории обучающихся. Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте университета (<http://www.mfua.ru/sveden/objects/#objects>).

Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются и совершенствуются материально-технические условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, столовую, туалетные, другие помещения, условия их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и др.).

Для адаптации к восприятию обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушенным слухом справочного, учебного материала, предусмотренного образовательной программой по выбранным направлениям подготовки, обеспечиваются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);
- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);
- разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих инвалидов и лиц с ОВЗ проводится за счет:

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;
- регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;
- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной

почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой МФЮА по выбранной специальности, обеспечиваются следующие условия:

ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;

в начале учебного года обучающиеся несколько раз проводятся по зданию МФЮА для запоминания месторасположения кабинетов, помещений, которыми они будут пользоваться;

педагог, его собеседники, присутствующие представляются обучающимся, каждый раз называется тот, к кому педагог обращается;

действия, жесты, перемещения педагога коротко и ясно комментируются;

печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается; обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;

предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ определяется преподавателем в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ с учетом его индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.