

ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
БРЯНСКИЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ И БИЗНЕСА

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
Экономики и управления
Ерохин Д.В.

Рабочая программа учебной дисциплины

Технологии рекламы и PR

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника

Бакалавр

Форма обучения

очная

Составитель программы:
Прокопенко Л.Л.

Брянск
2025

СОДЕРЖАНИЕ

1. Аннотация к дисциплине	4
2. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы	4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	6
3.1 Объем дисциплины по видам учебных занятий (в часах)	6
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	6
4.1 Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)	6
4.2 Содержание дисциплины, структурированное по разделам	8
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	13
6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	13
7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	14
8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	17
9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы	18
9.1 Лицензионное программное обеспечение	18
9.2 Электронно-библиотечные системы:	18
9.3 Современные профессиональные баз данных:	18
9.4 Информационные справочные системы:	19
10. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	19

1. Аннотация к дисциплине

Рабочая программа дисциплины «Технологии рекламы и PR» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512, зарегистрировано в Минюсте России 29.06.2017 г. № 74220 (ред. от 27.02.2023 г.)

- приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 № 245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

- учебными планами (очной формы обучения), составленными на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Рабочая программа содержит обязательные для изучения темы по дисциплине «Технологии рекламы и PR». Дисциплина дает представление о области технологий рекламы и связей с общественностью, позволяющими выстраивать эффективное коммуникативное поведение в профессиональной и личностной сферах с учетом российского и зарубежного опыта. Изучение технологий формирования рекламных и PR-сообщений, анализ основных технологий рекламы и PR в политической, социальной и экономической сфере, сфере туризма.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в обязательную часть учебных планов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью уровень бакалавриата.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре (для очной формы обучения).

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Цель изучения дисциплины:

сформировать у обучающихся представление о технологиях рекламы и связей с общественностью, позволяющими выстраивать эффективное коммуникативное поведение в профессиональной и личностной сферах с учетом российского и зарубежного опыта.

Задачи:

- познакомить с формами рекламы, способами ее воздействия; с системой управления связями с общественностью в различных сферах;

- получить практические навыки в организации рекламной кампании и обучить различным методам и технологиям связей с общественностью в различных сферах.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

ПК-3 - Способен участвовать в разработке и реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

ПК-7 - Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приёмы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

2. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) и на основе профессиональных стандартов:

06.013 «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 июля 2022 г. N420н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 22 августа 2022 г., регистрационный N69714);

06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. N535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный N33973), соотнесённых с федеральным государственным образовательным стандартом по указанному направлению подготовки.

Код компетенции	Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Индикаторы достижений компетенций	Формы образовательной деятельности, способствующие формированию и развитию компетенции
ПК-3	Способен участвовать в разработке и реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-3.3 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа
ПК-7	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приёмы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-7.1 При реализации коммуникационного продукта использует медиарелейшнз медиапланирования в онлайн- и офлайн-среде ПК-7.5 Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц.

3.1 Объём дисциплины по видам учебных занятий (в часах)

Объём дисциплины	Очная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины	216
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего)	82
Аудиторная работа (всего):	80
в том числе:	
Лекции	32
семинары	
практические занятия	48
лабораторные работы	
Консультации	2
Внеаудиторная работа (всего):	
в том числе:	
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	98
Контроль	36
Вид промежуточной аттестации обучающегося (экзамен)	+

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

для очной формы обучения

№ п/п	Разделы и/или дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)								Вид оценочного средства текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации (по семестрам)	
			ВСЕГО	Из них аудиторные занятия				Самостоятельная работа	Контрольная работа	Курсовая работа		Консультация
				Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	семинары					
1.	Сущность и отличительные особенности технологий рекламы и связей с общественностью	7	22	4		4		10	4			Устный опрос
2.	Структура и составляющие рекламного процесса	7	20	2		4		10	4			Устный опрос
3.	Современные рекламные стратегии	7	22	4		4		10	4			Устный опрос
4.	Роль и значение рекламных технологий. ATL и BTL-	7	24	4		6		10	4			Доклад

	технологии в рекламе										
5.	PR в системе социальных технологий	7	24	4		6		10	4		Тестирование
6.	Разработка и этапы реализации PR-технологии	7	24	4		6		10	4		Устный опрос
7.	Виды рекламных мероприятий и PR-мероприятий	7	24	4		6		10	4		Устный опрос
8.	Оценка эффективности рекламных технологий	7	28	4		6		14	4		Устный опрос
9.	Оценка эффективности реализации PR	7	26	2		6		14	4		Устный опрос
	Консультации	7	2								2
	Вид промежуточной аттестации обучающегося (экзамен)	7	+								Вопросы, тесты
	Всего:		216	32		48		98	36		2 Экзамен

4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)

Тема 1. Сущность и отличительные особенности технологий рекламы и связей с общественностью

Содержание лекционного курса:

Понятие «технология». Особенности проведения технологий рекламы и связей с общественностью. Формирование технологий рекламы. Способы формирования технологий связей с общественностью. Практика осуществления коммуникативного технологического рекламного и PR-сценариев. Сущность рекламных технологий. Факторы, определяющие рекламный имидж организации. Организация имиджевой рекламы. Коммуникационные цели рекламных технологий имиджа компании

Содержание практического занятия:

1. Моделирование (описание) бизнес-процессов, связанных с коммуникацией и информационным обеспечением деятельности организации (на примерах различных предприятий).
2. Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации об организации, ее продукции и услугах.

Тема 2. Структура и составляющие рекламного процесса

Содержание лекционного курса:

Рекламный процесс и его структура. Составляющие рекламного процесса. Основные звенья коммуникативной цепи в рекламном процессе. Последовательность этапов рекламного процесса. Основные участники рекламного рынка и их характеристики. Рекламодатель. Рекламопроизводитель. Рекламораспространитель. Рекламный продукт. Потребитель как получатель рекламного сообщения. Обратная связь в рекламном процессе и способы ее получения

Содержание практических занятий:

1. Представление проектов управленческих решений по продвижению продукции и услуг компании рекламными и PR-средствами.
2. Поиск и извлечение (копирование, сохранение) недостающей графической и (или) текстовой информации об организации, ее продукции, услугах, проектах.
3. Поиск информации о новых товарах и услугах, других материалов для актуализации (пополнения) проекта коммуникационной кампании новыми сведениями.

Тема 3. Современные рекламные стратегии

Содержание лекционного курса:

Рекламные стратегии рационалистического типа и их применение. Родовая стратегия. Стратегия преимущества. Уникальное торговое предложение. Стратегия позиционирования. Рекламные стратегии проекционного типа и их применение. Стратегия «имидж марки». Стратегия «резонанс» или стратегия сопереживания. Аффективная стратегия, теория разрыва стереотипов

Содержание практических занятий:

1. Анализ ситуации на рынке с помощью конкурентного анализа. Выверка, корректировка получаемой информации.
2. Подготовка информационно-аналитических материалов по потребительскому спросу. Выверка, корректировка получаемой информации.
3. Подготовка справочно-информационных материалов для освещения коммуникационной кампании или мероприятий.

Тема 4. Роль и значение рекламных технологий. ATL- и BTL- технологии в рекламе

Содержание лекционного курса:

Сущность и содержание электронной рекламы. Особенности влияния информационных сообщений на аудиторию. Основные типы сценариев телевизионной рекламы. Информационная и трансформационная электронная реклама. Формат и типы радиорекламы. Особенности осуществления радиорекламы. Юмор и музыкальная радиореклама. Особенности применения печатной рекламы в PR-деятельности. Основные структурные факторы печатной рекламы. Реклама в газетах. Структура, формат, цвет. Эффективность рекламы в журналах. Наружная реклама и постеры.

Содержание практических занятий

1. Поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке.
2. Документирование работ по управлению (менеджменту) информационными ресурсами организации.

Тема 5. PR в системе социальных технологий

Содержание лекционного курса:

Понятие «социальная технология». Понятие и сущность PR-технологий на информационном рынке. Характерные признаки и критерии технологии общественных связей. Взаимовыгодные отношения со СМИ. Информационный повод как способ освещения деятельности государственных организаций и коммерческих структур. Метод «коврового информационного бомбометания» в работе служб по связям с общественностью. Системный подход в анализе технологий общественных связей

Содержание практических занятий:

1. Анализ ситуации на рынке услуг по реализации продукции и услуг компании с помощью открытых источников данных.
2. Представление (презентация) продукции и услуг организации с помощью различных мероприятий, разработка их сценариев.

Тема 6. Разработка и этапы реализации PR-технологии

Содержание лекционного курса:

Структура PR-технологии. Распределение ролей PR-специалистов в производственном процессе. Модель системного описания PR-технологии. Системные принципы реализации технологий общественных связей. Сущность пресс-релизов как важнейшей части взаимодействия кампаний и средств массовой информации. Особенности написания пресс- релизов*. Оптимальная структура пресс-релизов. Основные рекомендации по стилистике пресс- релизов. Общие правила оформления пресс-релизов.

Типы пресс-релизов.

Сущность и содержание интернета. «Всемирная паутина» и интернет в России. Типы коммуникаций в интернете. Модели интернет-присутствия. Особенности работы с целевыми аудиториями в сети. Веб-сайт как пространство для реализации коммуникационного взаимодействия. Баннер как технология создания привлекательного имиджа. Использование интернет-почты в PR-кампании

Содержание практических занятий

1. Разработка концепции продвижения продукции и услуг компании рекламными и PR- средствами.

Тема 7 Виды рекламных мероприятий и PR-мероприятий

Содержание лекционного курса

Организация мероприятий в области PR. Цели мероприятий и основные задачи. Конференции и приемы как способы коммуникации в PR-деятельности.

Презентации и выставки – важнейшее средство укрепления позиций в области связей с общественностью. Роль и место пресс-конференций в организации деятельности по связям с общественностью.

Подготовка пресс-конференций как решение организационно-технических и творческих вопросов.

Основные составные части пресс-конференции: открытие пресс-конференции, вступительное слово, информационные сообщения основных участников, вопросы журналистов, краткое заключительное слово.

Тематическое досье – информационный пакет материалов

Содержание практических занятий:

1. Организация представления продвигаемой продукции и услуг компании на публичных мероприятиях.

2. Разработка плана мероприятий по продвижению продукции и услуг компании рекламными и PR-средствами.

3. Анализ итогов коммуникационной кампании или мероприятия. Мониторинг СМИ.

Тема 8 Оценка эффективности рекламных технологий

Содержание лекционного курса

Основные понятия оценки эффективности рекламы. Соотношение понятий «охват»,

«частота» в медиапланировании. Смысл и применение понятий Rating, Share, GRP. Методы определения рейтинга и доли аудитории. Стандартные схемы распределения ресурсов в медиапланировании

Содержание практических занятий:

1. Анализ удовлетворенности потребителей, мнения потребителей о характеристиках продвигаемой продукции и услуг компании с помощью открытых источников данных.

2. Анализ эффективности продвижения продукции и услуг компании рекламными средствами с помощью открытых источников данных. Формирование аналитической справки.

3. Разработка системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции и услуг компании рекламными средствами.

Тема 9 Оценка эффективности реализации PR

Содержание лекционного курса

Методы определения бюджета PR-кампании. Метод целей и задач. Регрессионный анализ в бюджетировании мероприятий по связям с общественностью. Различные методы

оценки эффективности рекламных и PR-кампаний. Количественный и качественный анализ результатов деятельности по связям с общественностью

Содержание практических занятий:

1. Организация сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции и услуг компании PR-средствами с помощью открытых источников данных.
2. Разработка предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции и услуг компании PR-средствами и внесение их в проект.

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

Самостоятельная работа обучающихся при изучении курса «Технологии рекламы и PR» предполагает, в первую очередь, работу с основной и дополнительной литературой. Результатами этой работы становятся выступления на практических занятиях, участие в обсуждении.

Методика самостоятельной работы предварительно разъясняется преподавателем и в последующем может уточняться с учетом индивидуальных особенностей обучающихся. Время и место самостоятельной работы выбираются обучающимися по своему усмотрению с учетом рекомендаций преподавателя.

Самостоятельную работу над дисциплиной следует начинать с изучения рабочей программы «Технологии рекламы и PR», которая содержит основные требования к знаниям, умениям и навыкам обучаемых. Обязательно следует вспомнить рекомендации преподавателя, данные в ходе установочных занятий. Затем – приступить к изучению отдельных разделов и тем в порядке, предусмотренном программой.

Получив представление об основном содержании раздела, темы, необходимо изучить материал с помощью учебников, указанных в разделе 7 указанной программы. Целесообразно составить краткий конспект или схему, отображающую смысл и связи основных понятий данного раздела и включенных в него тем. Затем, как показывает опыт, полезно изучить выдержки из первоисточников. При желании можно составить их краткий конспект. Обязательно следует записывать возникшие вопросы, на которые не удалось ответить самостоятельно.

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная учебная литература:

1. Жильцова О.Н. Рекламная деятельность : учебник для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 200 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19127-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561023>
2. Карпова С.В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 344 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19800-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557155>
3. Селезнева Л.В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 185 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16844-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: <https://urait.ru/bcode/531879>

б) дополнительная учебная литература:

1. Хворостяная А.С. Стратегический бренд-менеджмент : учебник для вузов / А. С. Хворостяная. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 121 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19360-2. — Текст : электронный //

Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/556347>

2. Основы рекламы и связей с общественностью : учебник для вузов / М. М. Васильева, Ю. Г. Жеглова, Е. Ю. Юдина, И. В. Шаркова ; под редакцией М. М. Васильевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 286 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15699-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568421>

3. Синяева И.М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 453 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19115-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559757>

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

№ п/п	Наименование
1	КонсультантПлюс : справочная правовая система. — Москва : Консультант Плюс, 1992 — . — Режим доступа: лок. сеть вуза. — Обновляется ежекварт. — Текст : электронный.
2	ЮРАЙТ : образовательная платформа : [сайт]. — Москва, 2024 — URL: https://urait.ru/ — Режим доступа: по подписке. — Текст : электронный.
3	IPR SMART : [взамен IPRbooks] : цифровой образовательный ресурс : [сайт] . — Москва, 2024 — . — URL: https://www.iprbookshop.ru . — Режим доступа: по подписке. — Текст : электронный.
4	Сервер электронно-дистанционного обучения БИУБ: [электрон. образоват. ресурс для студентов всех форм обучения]: [сайт]. — URL: https://biub.ru/student/resources/ . — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст: электронный.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Вид деятельности	Методические указания по организации деятельности обучающегося
Практические занятия	Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом практических занятий, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы.
Самостоятельная работа	Самостоятельная работа проводится с целью: систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся; формирования умений использовать основную и дополнительную литературу; развития познавательных способностей и активности обучающихся: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности, организованности; формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, совершенствованию и самоорганизации; формирования профессиональных компетенций; развитию практических умений обучающихся. Формы и виды самостоятельной работы обучающихся: чтение основной и дополнительной литературы – самостоятельное изучение материала по рекомендуемым литературным источникам; работа с библиотечным каталогом, самостоятельный подбор необходимой литературы; поиск необходимой информации в сети Интернет; подготовка к различным формам текущей и промежуточной аттестации (к зачету с оценкой). Технология организации самостоятельной работы обучающихся включает использование информационных и материально-технических

	ресурсов образовательного учреждения: библиотеку с читальным залом, укомплектованную в соответствии с существующими нормами; учебно-методическую базу учебных кабинетов; компьютерные классы с возможностью работы в сети Интернет; основную и дополнительную литературу, разработанную с учетом увеличения доли самостоятельной работы обучающихся, и иные методические материалы. Перед выполнением обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель проводит консультирование по выполнению задания, которое включает цель задания, его содержание, сроки выполнения, ориентировочный объем работы, основные требования к результатам работы, критерии оценки. Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами обучающихся в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений обучающихся. Формы контроля самостоятельной работы: просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем; рефлексия выполненного задания в группе; обсуждение результатов выполненной работы на занятии – предоставление обратной связи; проведение устного опроса.
Опрос	Устный опрос по основной терминологии может проводиться в процессе практического занятия в течение 15-20 мин. Позволяет оценить полноту знаний контролируемого материала.
Тест	Тест включает в себя 20 вопросов с вариантами ответов. На тестирование отводится 40 минут. Каждый вариант тестовых заданий включает 20 вопросов. За каждый правильный ответ на вопрос даётся 5 баллов. Для зачета по тестированию необходимо набрать 50% и более правильных ответов.
Доклад	Текст доклада должен составлять 3-5 печатных листа. Данный объем текста обеспечит выступление студента в течение 7-10 минут. Структура доклада традиционно состоит из трех разделов: введения, основной части и заключения. Доклад желательно сопровождать презентацией.
Подготовка к экзамену	При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на рекомендуемую литературу и др. Основное в подготовке к сдаче экзамена по дисциплине «Технологии рекламы и PR» - это повторение всего материала дисциплины, по которому необходимо сдавать промежуточную аттестацию. При подготовке к сдаче экзамена обучающийся весь объем работы должен распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки к зачету, контролировать каждый день выполнение намеченной работы. Подготовка обучающегося к экзамену включает в себя три этапа: самостоятельная работа в течение семестра; непосредственная подготовка в дни, предшествующие зачету по темам курса; подготовка к ответу на задания, содержащиеся в вопросах экзамена. Экзамен проводится по вопросам, охватывающим весь пройденный материал дисциплины, включая вопросы, отведенные для самостоятельного изучения. Для успешной сдачи экзамена по дисциплине «Технологии рекламы и PR» обучающиеся должны принимать во внимание, что: все основные вопросы, указанные в рабочей программе, нужно знать, понимать их смысл и уметь его разъяснить; указанные в рабочей программе формируемые профессиональные компетенции в результате освоения дисциплины должны быть продемонстрированы обучающимся; семинарские занятия способствуют получению более высокого уровня знаний и, как следствие, более высокой оценке на экзамене; готовиться к промежуточной аттестации необходимо начинать с первого

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Технологии рекламы и PR» необходимо использование следующих помещений:

Учебная аудитория для проведения учебных занятий, практических занятий, проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (аудитория 704)
--

Оснащение:

Меловая доска – 1 шт.

Трибуна – 1 шт.

Стол ученический – 13 шт.

Стул ученический – 26 шт.

Помещение для самостоятельной работы с возможностью подключения к Интернету и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду (аудитория 403)

Оснащение:

Стол ученический – 5 шт.

Стул ученический – 10 шт.

Персональный компьютер с периферией и выходом в интернет (лицензионное программное обеспечение, образовательный контент, система защиты от вредоносной информации) – 4 шт.

Принтер – 1 шт.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Института из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

9.1 Лицензионное программное обеспечение

1. Операционная система Microsoft Windows XP Professional Russian — OEM-лицензии (поставляются в составе готового компьютера);
2. Операционная система Microsoft Windows 7 Professional — OEM-лицензии (поставляются в составе готового компьютера);
3. Операционная система Microsoft Windows 10 Professional — OEM-лицензии (для образовательных учреждений);
4. Операционная система Linux: Open-source;
5. Свободный пакет офисных приложений Open Office;
6. Свободный пакет офисных приложений Libre Office;
7. Комплексная система антивирусной защиты рабочих станций Dr.Web Desktop Security Suite LBW-BC-12M-50-B1;
8. Программные средства АПК Аналитик – авто
9. Программный комплекс SciLab — свободная лицензия CeCILL.

9.2. Электронно-библиотечная система:

1. Электронно-библиотечная система IPR BOOKS (www.iprbookshop.ru)

2. Образовательная платформа ЮПАЙТ (<https://biblioonline.ru/catalog/legendary> и <https://urait.ru/catalog/legendary>)
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (www: <http://elibrary.ru>)

9.3. Современные профессиональные базы данных:

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации <http://pravo.gov.ru>.
2. Электронные ресурсы Российской государственной библиотеки <http://www.rsl.ru/ru/root3489/all>.
3. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru>.
4. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
5. База данных научных журналов на русском и английском языке ScienceDirect. Открытый доступ к метаданным научных статей по различным направлениям наук. Поиск рецензируемых журналов, статей, глав книг и контента открытого доступа <http://www.sciencedirect.com/>

9.4. Информационные справочные системы:

1. Информационно-правовой портал Гарант <https://www.garant.ru>
2. Компьютерная справочная правовая система «Консультант Плюс» <http://www.consultant.ru/>
3. Национальная электронная библиотека <http://www.nns.ru/>
4. Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>
5. Реестр примерных основных общеобразовательных программ <https://fgosreestr.ru/>
6. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru>
7. Электронные ресурсы Российской государственной библиотеки <http://www.rsl.ru/ru/root3489/all>

10. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для обеспечения образования инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья по личному заявлению обучающегося разрабатывается адаптированная образовательная программа, индивидуальный учебный план с учетом особенностей их психофизического развития и состояния здоровья, в частности применяется индивидуальный подход к освоению дисциплины, индивидуальные задания: рефераты, письменные работы и, наоборот, только устные ответы и диалоги, индивидуальные консультации, использование диктофона и других записывающих средств для воспроизведения лекционного и семинарского материала.

В целях обеспечения обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья библиотека комплектует фонд основной учебной литературой, адаптированной к ограничению их здоровья, предоставляет возможность удаленного использования электронных образовательных ресурсов, доступ к которым организован в БИУБ. В библиотеке проводятся индивидуальные консультации для данной категории пользователей, оказывается помощь в регистрации и использовании сетевых и локальных электронных образовательных ресурсов, предоставляются места в читальном зале, оборудованные программами не визуального доступа к информации, экранными увеличителями и техническими средствами усиления остаточного зрения: Microsoft Windows 7, Центр специальных возможностей, Экранная лупа; Microsoft Windows 7, Центр специальных возможностей, Экранный диктор; Microsoft Windows 7, Центр специальных возможностей, Экранная клавиатура.

