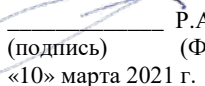




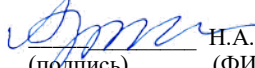
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Дальневосточный федеральный университет»**  
(ДВФУ)

**ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

СОГЛАСОВАНО  
Руководитель ОП «Реклама и связи с общественностью»

  
Р.А. Захаркин  
(подпись) (ФИО)  
«10» марта 2021 г.

УТВЕРЖДАЮ  
Директор департамента коммуникаций и медиа

  
Н.А. Аргылов  
(подпись) (ФИО.)  
«10» марта 2021 г.

**Рабочая программа дисциплины**  
**Технологии рекламы и связей с общественностью в бизнесе, политике и**  
**социальной сфере**  
Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью  
Программа магистратуры  
**Форма подготовки очная**

курс 1 семестр 1-2  
лекции 0 час.  
практические занятия 72 час.  
в том числе с использованием МАО лек 0 час. / пр. 20 час.  
всего часов аудиторной нагрузки 72 час.  
самостоятельная работа 144 час.  
В том числе на подготовку к экзамену 36 час.  
экзамен 1-2 семестр

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС) высшего образования (ВО) – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017г. № 528 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 29 июня 2017 г., регистрационный № 47224).

Рабочая программа обсуждена на заседании Департамента коммуникаций и медиа,  
протокол № 3 от 10 марта 2021 г.

Директор Департамента коммуникаций и медиа канд.полит.наук, Аргылов Н.А.  
Составитель: к.полит.н., доцент ДКМ Самойленко П.Ю.

Владивосток  
2021

**Оборотная сторона титульного листа РПД**

**I. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа:**

Протокол от «\_»\_20\_г. № \_

Директор Департамента \_ \_

(подпись) (И.О. Фамилия)

**II. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа:**

Протокол от «\_»\_20\_г. № \_

Директор Департамента \_ \_

(подпись) (И.О. Фамилия)

**III. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа:**

Протокол от «\_»\_20\_г. № \_

Директор Департамента \_ \_

(подпись) (И.О. Фамилия)

**IV. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа:**

Протокол от «\_»\_20\_г. № \_

Директор Департамента \_ \_

(подпись) (И.О. Фамилия)

## I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

Цель дисциплины: раскрытие социально-экономических оснований и закономерностей проектирования коммуникационных процессов в области технологий рекламы и связей с общественностью в бизнесе, политике и социальной сфере.

Задачи дисциплины:

сформировать у магистрантов практико-ориентированные знания, направленные на использование технологий рекламы и связей с общественностью в бизнесе, политике и социальной сфере.

изучить особенности применения коммуникативных технологий в рамках рекламных и коммуникационных кампаний для разных сфер жизнедеятельности.

показать магистрантам специфику использования коммерческих информационных коммуникаций применительно к разным целевым аудиториям, национальным, культурным и иным существенным гуманитарным факторам, влияющим на параметры информационного продвижения товаров и услуг.

Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Самоорганизация и саморазвитие в том числе здоровьесбережение)	УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК 6.3 Выстраивает гибкую профессиональную траекторию с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности, изменяющихся требований рынка труда, стратегии личностного развития, осуществляя деятельность в области рекламы и паблик

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
УК 6.3 Выстраивает гибкую профессиональную траекторию с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности, изменяющихся требований рынка труда, стратегии личностного развития, осуществляя деятельность в области рекламы и паблик	Знает основные принципы формирования планирования собственной профессиональной деятельности с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности, изменяющихся требований рынка труда, стратегии личностного развития, осуществляя деятельность в области рекламы и паблик

### Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Медиакоммуникационная система	ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.2. При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования
Технологии	ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности
		ОПК-6.2. Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ОПК-5.1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Знает основные особенности коммерческого сектора и политической сфера
ОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности	Умеет организовывать работу по рекламированию в политической сфере и в области коммерческого сектора
ОПК-6.2. Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение	Умеет организовывать коммуникативные кампании для НКО исходя из различных целей и задач

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Технологии рекламы и связей с общественностью в бизнесе, политике и социальной сфере» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: групповая игра, дискуссия, дебаты.

## II. Трудоёмкость дисциплины и видов учебных занятий по дисциплине

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 6 зачётных единиц (216 академических часов).  
(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)

Видами учебных занятий и работы обучающегося по дисциплине могут являться:

Обозначение	Виды учебных занятий и работы обучающегося
Пр	Практические занятия
СР	Самостоятельная работа обучающегося в период теоретического обучения
Контроль	Самостоятельная работа обучающегося и контактная работа обучающегося с преподавателем в период промежуточной аттестации

### Структура дисциплины:

Форма обучения – очная.

№	Наименование раздела дисциплины	Семестр	Количество часов по видам учебных занятий и работы обучающегося	Формы промежуточной аттестации,
---	---------------------------------	---------	---	---------------------------------

			Лек	Лаб	Пр	ОК	СР	Контроль	текущего контроля успеваемости
1	Анализ основ и принципов современной политической коммуникации и информационного сопровождения	1			8		72	36	экзамен
2	Изучение на практике специфики целевых групп при продвижении политических сил и кандидатов	1			7				
3	Специальные события как эффективный ресурс PR-коммуникации на примере политических технологий	1			7				
4	Анализ основ и принципов современной коммуникации и информационного сопровождения предпринимательства	1			7				
5	Анализ роли информационных коммуникаций в управлении бизнесом	1			7				
6	Анализ основных особенностей продвижения товаров массового потребления с помощью рекламы и СО	2			6		36		
7	Анализ основ и принципов стимулирования сбыта продуктов питания в условиях общества потребления	2			6				
8	Изучение особенностей продвижения логистических услуг	2			6				
9	Изучение специфики туристического бизнеса с точки зрения рекламирования	2			6				
10	Рассмотрение особенностей межэтнической коммуникации в политике, бизнесе и социальной сфере	2			6				
11	Анализ основ современной социальной	2			6				

рекламы в Приморском крае								
Итого:				72		108	36	216

### **III. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА**

(Лекционные занятия по учебному плану дисциплины не предусмотрены)

### **IV. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ**

#### **Практические занятия 1 семестр (36 час.)**

**Практическое занятие №1 Анализ основ и принципов современной политической коммуникации и информационного сопровождения (8 час.)**

Определить специфику рекламы и связей с общественностью в политической сфере.

Политическая сфера как площадка для СО – рассказать об особенностях.

Систематизировать факторы, влияющие на формирование общественного мнения в политической сфере в Приморском крае сегодня.

Оценить влияние политических СО на жизнь региона.

**Практическое занятие №2 Изучение на практике специфики целевых групп при продвижении политических сил и кандидатов (7 час.)**

Дать характеристику типов целевых аудиторий для рекламы и СО в политической сфере.

Объяснить специфику массовой психологии и ее влияния на политические процессы.

Объяснить суть стратегии и тактики политических коммуникаций.

Показать наглядно инструменты воздействия на поведение электората и способы влияния на общественное мнение в заданной политической кампании.

Оценить ЦА для политических СО и политической рекламы на выборах губернатора Приморского края.

### **Практическое занятие №3 Специальные события как эффективный ресурс PR-коммуникации на примере политических технологий (7 час.)**

Показать возможности использования специальных событий как инструмента СО в политической сфере.

Провести анализ мероприятий в политической сфере по общему плану и модели с демонстрационными материалами.

Привести примеры моделирования специальных событий в политической сфере.

Оценить роль специальных мероприятий в позиционировании главы г. Владивостока.

### **Практическое занятие №4 Анализ основ и принципов современной коммуникации и информационного сопровождения предпринимательства (7 час.)**

Изучить особенности СО-коммуникации и специфику их работы в зависимости от отрасли бизнеса (торговля, производство, услуги).

Занятие проходит в форме деловой игры. Направление – роль СО в социальных программах предприятия, как следствие, и повышения лояльности к нему со стороны общественности.

Задание: оценить СО для разных отраслей хозяйственной деятельности во Владивостоке (по выбору).

### **Практическое занятие №5 Анализ роли информационных коммуникаций в управлении бизнесом (7 час.)**

Оценить роль СО в организации управления предприятием и филиалами компании. Дать характеристику особенностей продвижения в региональных филиалах компаний.

Задание: оценить СО в корпоративных коммуникациях предприятия (по



выбору)

## **Практические занятия 2 семестр (36 час.)**

### **Практическое занятие №1 Анализ основных особенностей продвижения товаров массового потребления с помощью рекламы и СО (6 час.)**

Показать специфику рекламы потребительских товаров. Дать примеры маркетинговых исследований.

Показать роль рекламы в продвижении товара как части интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Задание: Сформировать идеологию СО и рекламы потребительских товаров во Владивостоке (по выбору).

### **Практическое занятие №2 Анализ основ и принципов стимулирования сбыта продуктов питания в условиях общества потребления (6 час.)**

Определить специфику рекламы продуктов питания для разных категорий потребителей.

Продемонстрировать роль СО в продвижении продуктов питания в ритейле.

Задание: оценить ЦА для рекламы пищевых товаров во Владивостоке (по выбору).

### **Практическое занятие №3 Изучение особенностей продвижения логистических услуг (6 час.)**

Специфика рекламы в сфере транспортных перевозок в крупном городе.

Охарактеризовать особенности целевой аудитории как потребителей транспортных услуг (грузовых и пассажирских).

На примерах показать роль СО в деятельности авиакомпаний. Задание: разработать СО и рекламу для грузовых автоперевозок во

Владивостоке.

**Практическое занятие №4 Изучение специфики туристического бизнеса с точки зрения рекламирования (6 час.)**

Продемонстрировать специфику рекламы в сфере туризма.

Продемонстрировать особенности целевой аудитории как потребителей туристических услуг.

Описать роль СО в сфере туризма в Приморье на современном этапе.

Задание: разработать СО и рекламу для туроператора экологического туризма во Владивостоке.

**Практическое занятие №5 Рассмотрение особенностей межэтнической коммуникации в политике, бизнесе и социальной сфере (6 час.)**

Продемонстрировать роль СО в установлении партнерских отношений с представителями иносреды.

Занятие проходит в форме деловой игры.

Деловая игра «Национальные стили ведения деловых переговоров». В рамках деловой игры моделируется ситуация переговоров между представителями нескольких стран АТР по актуальному вопросу (например, на площадке ВЭФ во Владивостоке). Отрабатываются универсальные принципы коммуникации, а также роль социально-значимых стереотипов в данной области.

**Практическое занятие №6 Анализ основ современной социальной рекламы в Приморском крае (6 час.)**

Оказать специфику отечественной социальной рекламы.

Проанализировать особенности восприятия отечественной массовой аудиторией продуктов социальной рекламы.

Показать роль социальной рекламы в формировании отношения

массовой аудитории к социально значимым проблемам.

Задание: оценить социальную рекламу в Приморье.

## **V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Технологии рекламы и связей с общественностью в бизнесе, политике и социальной сфере» представлено в Приложении 1 и включает в себя:

план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;

характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;

требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;

критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

<b>№ п/п</b>	<b>Дата/сроки выполнения</b>	<b>Вид самостоятельной работы</b>	<b>Примерные нормы времени на выполнение</b>	<b>Форма контроля</b>
<b>1 семестр</b>				
1.	1-2 уч.неделя	Подготовка к дискуссии	Подготовка к дискуссии	Устный опрос
2	3-4 уч.неделя	Подготовка к дискуссии	Подготовка к дискуссии	Устный опрос
3	5-6 уч.неделя	Подготовка к дискуссии	Подготовка к дискуссии	Устный опрос
4	7-8 уч.неделя	Подготовка к дискуссии	Подготовка к дискуссии	Устный опрос
5	9-10 уч.неделя	Подготовка к дискуссии	Подготовка к дискуссии	Устный опрос

6	11-12 уч.неделя	Подготовка к дискуссии	Подготовка к дискуссии	Устный опрос
7	13-14 уч.неделя	Подготовка к дискуссии	Подготовка к дискуссии	Устный опрос
8	15-16 уч.неделя	Подготовка к дискуссии	Подготовка к дискуссии	Устный опрос
9	17-18 уч.неделя	Подготовка к дискуссии	Подготовка к дискуссии	Устный опрос
10	12-14 неделя	Эссе	Подготовка к дискуссии	Проверка эссе
11	15-18 неделя	Подготовка и защита реферата	Подготовка к дискуссии	Реферат Устный опрос
12	18 неделя	Подготовка к экзамену	Подготовка к дискуссии	Проверка эссе
<b>2 семестр</b>				
1.	1-2 уч.неделя	Подготовка к дискуссии	Подготовка к дискуссии	Устный опрос
2	3-4 уч.неделя	Подготовка к дискуссии	Подготовка к дискуссии	Устный опрос
3	5-6 уч.неделя	Подготовка к дискуссии	Подготовка к дискуссии	Устный опрос
4	7-8 уч.неделя	Подготовка к дискуссии	Подготовка к дискуссии	Устный опрос
5	9-10 уч.неделя	Подготовка к дискуссии	Подготовка к дискуссии	Устный опрос
6	11-12 уч.неделя	Подготовка к дискуссии	Подготовка к дискуссии	Устный опрос
7	13-14 уч.неделя	Подготовка к дискуссии	Подготовка к дискуссии	Устный опрос
8	15-16 уч.неделя	Подготовка к дискуссии	Подготовка к дискуссии	Устный опрос
9	17-18 уч.неделя	Подготовка к дискуссии	Подготовка к дискуссии	Устный опрос
10	12-14 неделя	Эссе	Подготовка к дискуссии	Проверка эссе
11	15-18 неделя	Подготовка и защита реферата	Подготовка к дискуссии	Реферат Устный опрос
12	18 неделя	Подготовка к экзамену	Подготовка к дискуссии	Проверка эссе

## **Характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению**

### **Методические рекомендации**

#### **по подготовке и проведению семинара-дискуссии**

Дискуссия (лат. discussion – рассмотрение, обсуждение, исследование) теоретической проблемы, спорного вопроса через столкновение разных подходов в ходе рассмотрения.

Дискуссия может быть запланированной, сознательно подготовленной преподавателем и студентами или стихийно возникающей по какому-либо частному вопросу в процессе занятия, а также массовой и групповой.

Семинар – дискуссия нацелен на привитие интереса к предмету, развитие культуры полемики, умения выслушивать оппонента, проявлять терпимость к иной точке зрения. В этом заключается учебная и воспитательная роль семинара – дискуссии.

Темы для обсуждения на семинаре-дискуссии представлены в содержании практической части курса.

**Оценка «отлично»** 100-86 баллов - если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

**Оценка «хорошо»** 85-76 - баллов - ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и

последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

**Оценка «удовлетворительно» 75-61 - балл** – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

#### **Методические указания к подготовке эссе**

Эссе (франц. *essai* - опыт - набросок), жанр философской, литературно-критической, историко-биографической, публицистической прозы, сочетающий подчеркнuto индивидуальную позицию автора с непринужденным, часто парадоксальным изложением, ориентированным на разговорную речь.

Создание эссе - чрезвычайно интересное и полезное занятие. Жанр эссе предполагает свободу творчества: позволяет автору в свободной форме излагать мысли, выражать свою точку зрения, субъективно оценивать, оригинально освещать материал; это размышление по поводу когда-то нами услышанного, прочитанного или пережитого, часто это разговор вслух, выражение эмоций и образность. Уникальность этого жанра в том, что оно может быть написано на любую тему и в любом стиле.

На первом плане эссе - личность автора, его мысли, чувства, отношение к миру. Это главная установка сочинения. Однако надо помнить, что, несмотря на свободу творчества, писать в жанре эссе совсем нелегко, так как надо найти оригинальную идею (даже на традиционном материале), нестандартный взгляд на какую-либо проблему.

Структура эссе. Введение — определение основного вопроса эссе. Основная часть — ответ на поставленный вопрос. Один параграф содержит: тезис, доказательство, иллюстрации, подвывод, являющийся частично ответом на поставленный вопрос. Заключение - суммирование уже сделанных подвыводов и окончательный ответ на вопрос эссе.

### **Критерии оценки эссе**

Эссе оценивается по 10-балльной системе: 10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено».

Эссе по теме считается зачтенным в случае, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, определив ее содержание и составляющие, приведены основные источники по рассматриваемой теме, студент проводит самостоятельный анализ смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы, при этом оценка творческой работы составляет более 6 баллов.

От 10-ти до 6-ти баллов – студент понимает базовые основы теории социальных и политических систем, понимает теоретическое обоснование выбранной темы, работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения, привлечены основные источники по рассматриваемой теме, фактических ошибок, связанных с пониманием темы, нет, допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы;

менее 6 баллов – обнаружено незнание базовых основ дисциплины; работа представляет собой полностью или большей частью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы, допущено три или более трех ошибок в изложении содержания раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

### **Методические указания к подготовке реферата**

Реферат, как форма обучения студентов, - это краткий обзор максимального количества доступных публикаций по заданной теме, с

элементами сопоставительного анализа данных материалов и с последующими выводами.

При проведении обзора должна проводиться и исследовательская работа, но объем ее ограничен, так как анализируются уже сделанные предыдущими исследователями выводы и в связи с небольшим объемом данной формы работы.

Темы рефератов определяются кафедрой и содержатся в программе курса. Преподаватель рекомендует литературу, которая может быть использована для написания реферата.

Целью написания рефератов является:

привитие студентам навыков библиографического поиска необходимой литературы (на бумажных носителях, в электронном виде);

привитие студентам навыков компактного изложения мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу в письменной форме, научно грамотным языком и в хорошем стиле;

приобретение навыка грамотного оформления ссылок на используемые источники, правильного цитирования авторского текста;

выявление и развитие у студента интереса к определенной научной и практической проблематике с тем, чтобы исследование ее в дальнейшем продолжалось в подготовке и написании курсовых и дипломной работы и дальнейших научных трудах.

Основные задачи студента при написании реферата:

- с максимальной полнотой использовать литературу по выбранной теме (как рекомендуемую, так и самостоятельно подобранную) для правильного понимания авторской позиции;

- верно (без искажения смысла) передать авторскую позицию в своей работе;

уяснить для себя и изложить причины своего согласия (несогласия) с тем или иным автором по данной проблеме.

Требования к содержанию:



материал, использованный в реферате, должен относиться строго к выбранной

теме;

необходимо изложить основные аспекты проблемы не только грамотно, но и

в соответствии с той или иной логикой (хронологической, тематической, событийной и др.)

при изложении следует сгруппировать идеи разных авторов по общности точек зрения или по научным школам;

реферат должен заканчиваться подведением итогов проведенной исследовательской работы: содержать краткий анализ-обоснование преимуществ той точки зрения по рассматриваемому вопросу, с которой Вы солидарны.

Структура реферата.

Начинается реферат с титульного листа.

Образец оформления титульного листа для реферата:

За титульным листом следует Оглавление. Оглавление - это план реферата, в котором каждому разделу должен соответствовать номер страницы, на которой он находится.

Текст реферата. Он делится на три части: введение, основная часть и заключение.

а) Введение - раздел реферата, посвященный постановке проблемы, которая будет рассматриваться и обоснованию выбора темы.

б) Основная часть - это звено работы, в котором последовательно раскрывается выбранная тема. Основная часть может быть представлена как цельным текстом, так и разделена на главы. При необходимости текст реферата может дополняться иллюстрациями, таблицами, графиками, но ими не следует «перегружать» текст.

в) Заключение - данный раздел реферата должен быть представлен в виде выводов, которые готовятся на основе подготовленного текста. Выводы

должны быть краткими и четкими. Также в заключении можно обозначить проблемы, которые «высветились» в ходе работы над рефератом, но не были раскрыты в работе.

1. Список источников и литературы. В данном списке называются как те источники, на которые ссылается студент при подготовке реферата, так и все иные, изученные им в связи с его подготовкой. В работе должно быть использовано не менее 12 разных источников. Работа, выполненная с использованием материала, содержащегося в одном научном источнике, является явным плагиатом и не принимается.

### **Критерии оценки реферата**

Эссе по теме считается зачтенным в случае, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, определив ее содержание и составляющие, приведены основные источники по рассматриваемой теме, студент проводит самостоятельный анализ смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы, при этом оценка творческой работы составляет более 6 баллов.

Реферат оценивается по 10-балльной системе: 10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено».

От 10-ти до 6-ти баллов – студент понимает базовые основы теории социальных и политических систем, понимает теоретическое обоснование выбранной темы, работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения, привлечены основные источники по рассматриваемой теме, фактических ошибок, связанных с пониманием темы, нет, допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы;

менее 6 баллов – обнаружено незнание базовых основ дисциплины; работа представляет собой полностью или большей частью переписанный исходный текст без каких-бы то ни было комментариев, не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы, допущено три или более трех ошибок в

изложении содержания раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

### **Темы рефератов**

Реклама и современное российское общество.

Связи с общественностью и современное российское общество.

Социальная реклама и современное российское общество.

Тенденции развития форм политической коммуникации на современном этапе.

Информационная деятельность PR-подразделений органов государственной власти и управления.

Функции PR в политической сфере: управление коммуникацией в политической кампании.

Динамика развития коммуникативных технологий

PR в системе маркетинговых коммуникаций.

Целевая аудитория PR-коммуникаций в информационной кампании (по выбору).

Коммуникативные технологии, формирующие поведение аудитории.

Информационные ресурсы коммуникаций предприятия и общественности.

Формы PR-обращений в СМИ

Специальные мероприятия в контексте политических кампаний.

Антикризисные коммуникации в различных сферах.

Особенности митинговой коммуникации.

Видеоигры, коммуникация, культура.

Образ молодежи в рекламных сообщениях.

Социальные сети как коммуникативный ресурс.

Коммуникативная компетентность в профессиональной сфере.

Мониторинг в современных рекламных и PR-процессах.

### **Темы докладов и эссе:**

1. Подготовка предвыборной программы политической партии.

2. Программа кампании социальной рекламы по общественно значимой проблематике.
3. Подготовка информации об экологической НКО во Владивостоке и специфике продвижения.
4. Особенности информационного продвижения высшего образования в современных условиях.
5. Проблематика работы по брендингу в сфере торговли.
6. Интернет-технологии в современном позиционировании бизнеса.
7. Мониторинговые технологии для СМИ в СО.
8. Специфика продвижения товаров массового потребления в крупном городе.
9. Брендинговые технологии в политике «Восточного вектора».
10. Особенности деятельности по продвижению ВЭФ как международной коммуникативной площадки.

## VI. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые модули/ разделы/ темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства - наименование	
				Текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Раздел I. Технологии рекламы и связей с общественностью в коммерческом секторе и политической сфере	ОПК-6.1; ОПК-6.2	Знает основные особенности коммерческого сектора и политической сферы	УО-1, ПР-7	Вопросы к экзамену с 1 по 15 Вопросы к зачету 1-6 (1 семестр)
			Умеет организовывать работу по рекламированию в политической сфере и в	УО-1, УО-3	Лабораторные работы 1-5

			области коммерческо го сектора		
			Владеет основными приемами и методами использовани я технологий PCO в сфере политически х коммуникаци й и коммерческо м секторе	ПР-4	Лабораторные работы 6-10
2	Раздел II. Реклама и связи с общественностью в общественных коммуникациях и современном некоммерческом секторе	УК-6.3; ОПК-5.2;	Знает основные особенности НКО и некоммерчес ких организаций	УО-1	Вопросы к экзамену с 15 по 25 Вопросы к зачету 7-12 (2 семестр)
			Умеет организовыва ть коммуникати вные кампании для НКО исходя из различных целей и задач	УО-1, УО-4	Лабораторные работы 11-12
			Владеет основными методами работы с организация ми НКО	ПР-10	Лабораторные работы 13-15

#### ФОРМА КОНТРОЛЯ

УО-1 – собеседование  
УО-3 – доклад, сообщение;  
УО-4 – круглый стол, дискуссия,  
полемика, диспут, дебаты

ПР-4 – реферат  
ПР-7 – конспект  
ПР-10 - деловая и/или ролевая игра

Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 2.

## **VII. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Рекомендованная литература по курсу дисциплины носит в целом универсальный характер, т.е. каждый источник может служить носителем информации по многим темам курса, и студент должен проявить исследовательские способности в самостоятельном поиске информации, которая, по его мнению, отвечает соответствующим вопросам.

### **Основная литература**

*(электронные и печатные издания)*

1. Давыдкина, И.Б. Социальная реклама в системе социальных коммуникаций и социального управления : монография / И.Б. Давыдкина. М. : ИНФРА-М, 2017. – 126 с. – <http://znanium.com/catalog/product/896241>
2. Кован, С.Е. Антикризисный консалтинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.Е. Кован. - М.: Финансовый университет, 2016. - 136 с. – <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=505002>
3. Чумиков, А.Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник / А.Н.Чумиков, М.П.Бочаров. -М.: НИЦ Инфра-М, 2018. - 329 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=369368>

### **Дополнительная литература**

*(печатные и электронные издания)*

1. Апенько, С.Н. Коммуникационный консалтинг. Архитектоника организационных коммуникаций [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Апенько С.Н., Гилева К.В.— Электрон. текстовые данные.— Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2014.— 220 с. <http://www.iprbookshop.ru/24892.html>
2. Пономарева, А.М. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты: Учебное пособие / Пономарева А.М. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ
3. ИНФРА-М, 2016. - 247 с. (Высшее образование: Магистратура) – <http://znanium.com/catalog/product/543676>

4. Протасова, О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Протасова О.Л., Бикбаева Э.В., Наумова М.Д.— Электрон. текстовые данные.— Тамбов: Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2015.— 80 с. – <http://www.iprbookshop.ru/64567.html>

5. Романенкова, О.Н. Поведение потребителей: Учебник / О.Н. Романенкова – М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 320 с. – <http://znanium.com/catalog/product/485432>

6. Шарков, Ф. И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение «Четвертой волны») [Электронный ресурс]: Учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 2-е изд. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. - 260 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=415250>

7. Шувалов, И.И. Глобализация и интеграционные процессы в Азиатско-Тихоокеанском регионе (прав. и эконом. исслед.): Моногр. / И.И.Шувалов, А.Я.Капустин; Под ред. Т.Я. Хабриевой - М.: НИЦ ИНФРА-М: ИЗиСП, 2014 <http://znanium.com/bookread2.php?book=460543>

#### **Нормативно-правовые материалы**

1. О рекламе: федер. закон от 13.03.2006 №38-ФЗ [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. – Электрон. дан. <http://www.consultant.ru/popular/advert/>

2. О защите прав потребителей: федер. закон от 07.02.1992 N 2300-1 (ред.от 13.07.2015) [Электронный ресурс]// Консультант Плюс. – Электрон.дан. Режим доступа: URL : [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_305/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/)

#### **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:**

1. Индустрия рекламы – теория и практика рекламной деятельности: информационно-справочный портал <http://adindustry.ru>

2. Advertology.ru – наука о рекламе: информационно-справочный портал <http://www.advertology.ru/Маркетинг журнал 4p.ru> <http://www.4p.ru>



## Перечень информационных технологий и программного обеспечения

При осуществлении образовательного процесса студентами и профессорско-преподавательским составом используется следующее программное обеспечение: Microsoft Office (Excel, PowerPoint, Word и т. д), Open Office, Skype, программное обеспечение электронного ресурса сайта ДВФУ, включая ресурсы следующих порталов:

- ЭБС ДВФУ: режим доступа из URL:  
<https://www.dvfu.ru/library/electronic-resources/>

- Электронная библиотечная система IPRBooks /  
<http://www.iprbookshop.ru>

- Электронная библиотечная система Znanium.com / <http://znanium.com/>

- Электронная библиотека «Консультант студента» /  
<http://www.studentlibrary.ru/>

- Электронная библиотека Юрайт / <https://www.biblio-online.ru/> Наряду с этим, используется также доступ к системе «Антиплагиат» в интегрированной платформе электронного обучения Blackboard ДВФУ, доступ к электронному заказу книг в библиотеке ДВФУ, доступ к нормативным документам ДВФУ.

На практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные с помощью программного приложения Microsoft Power Point, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные технологии:

- сбор, хранение, систематизация и выдача учебной и научной информации;

- обработка текстовой, графической и эмпирической информации;

- подготовка, конструирование и презентация итогов исследовательской и аналитической деятельности;

- самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет,

электронных энциклопедий и баз данных;

-использование электронной почты преподавателей и обучающихся для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем.

В ходе реализации целей и задач дисциплины обучающиеся могут при необходимости использовать возможности информационно-справочных систем, электронных библиотек и архивов.

## **VIII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Изучение дисциплины «Технологии рекламы и связей с общественностью в бизнесе, политике и социальной сфере» основывается на следующей логической основе. Вся основная теоретическая база излагается на лекциях; для усвоения материала магистрам предлагается и самостоятельное изучение теоретического материала.

Для более глубокой проработки отдельных тем дисциплины в начале семестра предлагается список тем для подготовки реферата, доклада или эссе. Магистр выбирает тему и самостоятельно в течение семестра готовит письменную работу, которую защищает в конце семестра. Реферат готовится в соответствии с требованиями к содержанию и оформлению рефератов. Преподаватель контролирует результат индивидуальным собеседованием с проверкой письменной работы (реферата) по каждой теме самостоятельной работы.

Практическая часть курса, которая формирует основные умения и навыки, представлена практическими занятиями, на которых магистры анализируют теоретические и практические аспекты изучаемых тем, отвечают на поставленные вопросы, определяют проблемные области исследуемых тем и затем, в групповых обсуждениях и дискуссиях, аргументированно и всесторонне защищают те или иные положения. В течение семестра каждый обучающийся должен самостоятельно найти и проработать информацию и подготовиться к практическим занятиям, используя самостоятельные домашние задания, все лекции, предложенный преподавателем глоссарий,

рекомендованную учебно-методическую литературу и информацию из интернет-источников.

Во второй половине семестра магистру предлагается самостоятельно подготовиться к тестированию. С этой целью ему необходимо проработать информацию, используя все лекции, предложенный преподавателем глоссарий, рекомендованную учебно-методическую литературу и информацию из интернет-источников для формирования собственных ответов. В конце семестра студент должен подготовиться к промежуточной аттестации - сдаче зачета, при этом для подготовки используются список контрольных вопросов к зачету. Зачет выставляется в общей совокупности всех работ с учетом выполненной самостоятельной работы, зачетных результатов тестирования и реферата.

## **IX. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

<b>Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования</b>	<b>Адрес (местоположение) объектов</b>
Помещение укомплектовано специализированной учебной мебелью (посадочных мест – 34) Оборудование: плазма: модель LG FLATRON M4716CCBA Проектор, модель Mitsubishi, экран Эксклюзивная документ камера, модель Avervision 355 AF Доска аудиторная	г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс д.10, корпус F, ауд. F621 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа

Образовательный процесс по дисциплине «Технологии рекламы и связей с общественностью в бизнесе, политике и социальной сфере» проводится в аудиториях корпуса F, расположенного в кампусе ДВФУ. Учебные аудитории оснащены мультимедийными (презентационными) системами, с подключением к общекорпоративной компьютерной сети ДВФУ и сети Интернет.

Материально-технические средства обучения по дисциплине: глобальная компьютерная сеть Интернет, обеспечивающая доступ к информационным ресурсам (электронной библиотеке ДВФУ, электронным библиотечным системам, базам данных и др.); аудитории, оснащенные

мультимедийным оборудованием, мебель. Microsoft Office. Номерлицензии Standard Enrollment 62820593. Дата окончания 2020- 06-30. Родительская программа Campus 3 49231495. Торговый посредник: JSC

«SoftlineTrade». Номер заказа торгового посредника: Tr000270647-18. BLACKBOARD Learn. Сублицензионное соглашение BLACKBOARD с ООО «Отраслевые порталы» №2906/1 от 29.06.2012, постоянное (бессрочное) исключительное право на использование программного обеспечения. Заказна покупку 032901.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.

Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувеличителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

## **Х. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

### **Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины**

**Текущая аттестация студентов.** Текущая аттестация студентов по дисциплине «Технологии рекламы и связей с общественностью в бизнесе, политике и социальной сфере» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Текущая аттестация по дисциплине «Технологии рекламы и связей с общественностью в бизнесе, политике и социальной сфере» проводится в форме контрольных мероприятий, практических занятий по оцениванию фактических результатов

обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);

- степень усвоения теоретических знаний;

- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;

- результаты самостоятельной работы. По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

Для оценивания степени усвоения теоретических знаний, практических умений и навыков используются оценочные средства в виде УО-1 – собеседование, УО-3 – доклад, сообщение, УО-4 – круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, ПР-4 – реферат, ПР-7 – конспект, ПР-10 - деловая и/или ролевая игра.

Критерии оценки указаны ниже.

### Перечень оценочных средств

Код ОС	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
УО-1	Собеседование	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
УО-3	Доклад	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде докладов студентов	Вопросы по темам/разделам дисциплины
УО-4	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как групповое обсуждение	Вопросы/задания по темам/разделам дисциплины

ПР-4	реферат	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как написание реферата по отдельно взятой теме	Вопросы/задания по темам/разделам дисциплины
ПР-7	конспект	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как проверка наличия конспектов по темам предмета у обучающихся	Вопросы/задания по темам/разделам дисциплины
ПР-10	деловая и/или ролевая игра.	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Вопросы/задания по темам/разделам дисциплины

**Промежуточная аттестация студентов.** Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Технологии рекламы и связей с общественностью в бизнесе, политике и социальной сфере» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

В зависимости от вида промежуточного контроля по дисциплине и формы его организации могут быть использованы различные критерии оценки знаний, умений и навыков.

**Критерии оценки (устного доклада, дискуссии, эссе, в том числе выполненных в форме презентаций):**

✓ 100-86 баллов выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно

✓ 85-76 - баллов - работа характеризуется смысловой цельностью,

связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы

✓ 75-61 балл – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы

60-50 баллов - если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

### Критерии оценки презентации доклада:

оценка	50-60 баллов (неудовлетворительно)	61-75 баллов (удовлетворительно)	76-85 баллов (хорошо)	86-100 баллов (отлично)
<b>Критерии</b>	<b>Содержание критериев</b>			
<b>раскрытие проблемы</b>	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
<b>представление</b>	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. использовано 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов

<b>формление</b>	Не использованы технологии Power Point. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации
<b>ответы на вопросы</b>	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные, с приведением примеров и/или пояснений

### **Критерии оценки (письменный ответ)**

✓ 100-86 баллов - если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

✓ 85-76 - баллов - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

✓ 75-61 - балл – фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определено и последовательно изложить ответ.

✓ 60-50 баллов – незнание, либо отрывочное представление о данной



проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

### **Критерии оценки (устный ответ)**

✓ 100-85 баллов - если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

✓ 85-76 - баллов - ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

✓ 75-61 - балл – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

✓ 60-50 баллов – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками

анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

Самостоятельная работа состоит из следующих компонент:

1. Подготовка теоретического материала к каждой теме семинара: выполнение домашних заданий.
2. Подготовка реферата по темам, сформулированным преподавателем либо по интересующей теме (при согласовании с преподавателем).
3. Подготовка к тестированию теста.

### **Оценочные средства для промежуточной аттестации**

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Технологии рекламы и связей с общественностью в бизнесе, политике и социальной сфере» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Технологии рекламы и связей с общественностью в бизнесе, политике и социальной сфере» предусмотрена в виде зачета в устной форме в виде собеседования

1. ответы на вопросы. При этом, оценка на зачете является комплексной, учитываются все оценки контрольных мероприятий текущей аттестации с весом, определяемым ведущим преподавателем. Оценка «зачтено» выставляется студенту, только если ему предварительно были зачтены практические работы, реферат, тестирование, выполнение самостоятельной работы (критерии оценки каждого контрольного мероприятия указаны выше).

### **Примерный перечень вопросов на зачет (1 семестр):**

1. Определить специфику рекламы и связей с общественностью в политической сфере.
2. Политическая сфера как площадка для СО – рассказать об особенностях.
3. Систематизировать факторы, влияющие на формирование общественного мнения в политической сфере в Приморском крае сегодня.
4. Оценить влияние политических СО на жизнь региона.
5. Дать характеристику типов целевых аудиторий для рекламы и СО в политической сфере.
6. Объяснить специфику массовой психологии и ее влияния на политические процессы.
7. Объяснить суть стратегии и тактики политических коммуникаций.
8. Показать наглядно инструменты воздействия на поведение электората и способы влияния на общественное мнение в заданной политической кампании.
9. Оценить ЦА для политических СО и политической рекламы на выборах губернатора Приморского края.
10. Показать возможности использования специальных событий как инструмента СО в политической сфере.
11. Провести анализ мероприятий в политической сфере по общему плану и модели с демонстрационными материалами.
12. Привести примеры моделирования специальных событий в политической сфере.
13. Оценить роль специальных мероприятий в позиционировании главы г.Владивостока.

### **Примерный перечень вопросов на зачет (2 семестр):**

1. Показать специфику рекламы потребительских товаров.
2. Показать роль рекламы в продвижении товара как части

интегрированных маркетинговых коммуникаций.

3. Задание: Сформировать идеологию СО и рекламы потребительских товаров во Владивостоке (по выбору).

4. Определить специфику рекламы продуктов питания для разных категорий потребителей.

5. Продемонстрировать роль СО в продвижении продуктов питания в ритейле.

6. Задание: оценить ЦА для рекламы пищевых товаров во Владивостоке (по выбору).

7. Специфика рекламы в сфере транспортных перевозок в крупном городе.

8. Охарактеризовать особенности целевой аудитории как потребителей транспортных услуг (грузовых и пассажирских).

9. На примерах показать роль СО в деятельности авиакомпаний.

10. Продемонстрировать специфику рекламы в сфере туризма.

11. Продемонстрировать особенности целевой аудитории как потребителей туристических услуг.

12. Описать роль СО в сфере туризма в Приморье на современном этапе.

13. Разработать СО и рекламу для туроператора экологического туризма во Владивостоке.

**Критерии выставления оценки студенту на зачете  
по дисциплине «Технологии рекламы и связей с  
общественностью в бизнесе, политике и социальной сфере»:**

100-61	«зачтено»	<p>Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил знания, умения и навыки компетенций дисциплины (ПК-1) , если он глубоко и прочно усвоил программный материал по философии и методологии науки, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач. Оценка «зачтено» выставляется студенту, только если ему предварительно зачтены практические работы, результаты защиты письменных работ, прохождения тестирования.</p>
менее 61	«не зачтено»	<p>Оценка «не зачтено» не знает значительной части программного материала дисциплины, допускает существенные ошибки, не работал на семинарских занятиях, не принимал участие в дискуссиях на занятиях, им не были подготовлены письменные работы. Студент не показывает готовность к формированию своего интеллектуального уровня, не способен сознавать значение общекультурного уровня для своего профессионального мастерства. Оценка «не зачтено» выставляется студенту, если он освоил не все знания, умения и навыки компетенций дисциплины.</p>