



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)
ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

СОГЛАСОВАНО

Руководитель образовательной
программы

(подпись)

Р.А. Захаркин

(И.О. Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ

Директор департамента
коммуникаций и медиа

(подпись)

И.П. Куманева

(И.О. Фамилия)

«09» января 2023г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

*Реклама и связи с общественностью в современной коммуникационной
системе*

Направление подготовки 42.04.01. Реклама и связи с общественностью

Программа магистратуры «Реклама и связи с общественностью»

Форма подготовки очная

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Директор департамента коммуникаций и медиа канд.
ист. наук, Куманева И.П.

Составитель: к. полит. н., ст. преподаватель Попиль В.А.

Владивосток
2023

Оборотная сторона титульного листа РПД

1. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента/кафедры/отделения (реализующего дисциплину) и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от «

_____ 202__ г. №

2. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента/кафедры/отделения (реализующего дисциплину) и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от «_»

_____ 202__ г. №

3. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента/кафедры/отделения (реализующего дисциплину) и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от «_»

_____ 202__ г. №

4. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента/кафедры/отделения (реализующего дисциплину) и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от «_»

_____ 202__ г. №

5. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента/кафедры/отделения (реализующего дисциплину) и утверждена на заседании Департамента/кафедры/отделения (выпускающего структурного подразделения), протокол от «_»

_____ 202__ г. №

I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

Цель курса: формирование системного понимания принципов построения процесса управления интегрированными коммуникациями в организациях различного типа; формирование целостного представления о закономерностях, принципах создания, преобразования, накопления, передачи и использования в различных областях человеческой деятельности информации как основы коммуникационного процесса, формирование понимания места и роли рекламы и связей с общественностью в системе интегрированного коммуникационного менеджмента, освоение основных практических навыков, необходимых для разработки и реализации коммуникационных кампаний в интересах организаций различных типов.

Задачи дисциплины обусловлены целью ее изучения и могут быть определены следующим образом:

- формирование у студентов системного управленческого мышления, творческого подхода к управлению интегрированными коммуникациями в рекламе и связях с общественностью,
- формирование у студентов базовых теоретических и практических знаний, необходимых для осуществления мер, связанных с управлением коммуникационными процессами,
- развитие интереса к области использования коммуникационных методов управления проектами.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции (элементы компетенций):

Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 Владеет навыками разработки и реализации проектов в коммуникационной сфере;

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
УК-2.1 Владеет навыками разработки и реализации проектов в коммуникационной сфере;	Знает основы теории управления проектами и тенденции ее развития, принципы формирования команды проекта, определяет выгоды участников проекта
	Умеет корректно выбирать оптимальную структуру проекта с учетом внешних и внутренних факторов, грамотно обосновывать принимаемые решения и управлять процессами преобразований.
	Владеет навыками формирования план работ, способен контролировать критический путь проекта; владеет навыками выявления проблем, возникающих на различных этапах жизненного цикла проекта и находить оптимальные решения этих проблем; владеет навыками использования основных методов управления проекта, корректно ставит цель и выстраивает логику проекта.

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.2. Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем
	Эффекты	ОПК-7.1. Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности ОПК-7.2. Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ОПК-1.2. Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем	Знает основные нормы современного русского языка и базовые принципы речевого взаимодействия на русском и иностранном языках
	Умеет грамотно, логически верно и аргументировано излагать свои мысли в процессе создания текстов и (или) иных коммуникационных продуктов на русском (или иностранном) языке; общаться на профессиональные темы в устной и письменной форме
	Владеет навыками логичного и грамотного речевого взаимодействия в устной и письменной форме с учетом норм публицистического стиля современного русского языка
ОПК-7.1. Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности	Знает необходимые действия для принятия решений в рабочих и нестандартных ситуациях в профессиональной деятельности
	Умеет нести социальную и этическую ответственность за принятые решения
	Владеет навыками принятия решений в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения
ОПК-7.2. Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности	Знает нормы и правила, основные понятия, правила и принципы, законы, теории, конкретные факты, процедуры осуществления профессиональной деятельности с учетом принципов социальной ответственности
	Умеет прогнозировать выявлять проблемы с учетом оценки возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений
	Владеет основными методами анализа и прогнозирования возможных эффектов воздействия на аудиторию разрабатываемых коммуникационных решений с учетом принципов социальной ответственности

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Реклама и связи с общественностью в современной коммуникационной системе» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: практика-консультация.

II. ТРУДОЁМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачётных единиц (180 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
Лек	Лекции
Пр	Практические занятия
СР	Самостоятельная работа обучающегося в период теоретического обучения

III. Структура дисциплины:

Форма обучения – очная.

№	Наименование раздела дисциплины	Семестр	Количество часов по видам учебных занятий и работы обучающегося						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	
			Лек	Лаб	Пр	ОК	СР	Контроль		
1	Введение	1	2					36	12	УО-1, ПР-7 1-5
2	Специфика рекламы и связей с общественностью в коммуникационном процессе	1	10					36	12	УО-1, ПР-7
3	Реклама и связи с общественностью в интегрированной коммуникационной системе	1			24			36	12	УО-1, ПР-7, ПР-9
	Итого:	1	12		24			108	36	экзамен

IV. СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА (12 часов)

Раздел 1. Введение

Тема 1. Коммуникационные практики и каналы коммуникации (2 ч.)

Основные схемы коммуникации. Ключевые фигуры в теории и практике коммуникации. «Каналы» коммуникации. Традиционные и новые каналы коммуникации. Современная динамика использования разных каналов коммуникации. Временной ресурс коммуникации. Интернет. Социальные сети. Персонализация каналов.

Раздел 2. Специфика рекламы и связей с общественностью в коммуникационном процессе

Тема 2. Стратегия и тактика интегрированных коммуникаций в связях с общественностью (2 ч.)

Аналитика в рекламе и PR. Регулярные задачи аналитики. Типы вопросов. Открытые источники и как ими пользоваться. Аналитика по открытым источникам: информация о компании, ценности компании, структура рынка и основные игроки, стейкхолдеры и эксперты, представленность компании в медиа. Открытые инструменты аналитики.

Тема 3. Стратегия и тактика коммуникаций в связях с общественностью (2 ч.)

Стратегия и тактика их соотношение. Методология создания коммуникационной стратегии. Примеры создания коммуникационных стратегий и выбора тактических инструментов. Повестка. Типы повесток. Определение, анализ повестки. Вписывание в повестку. Создание повестки

Тема 4. Реклама как маркетинговая коммуникация (4 ч.)

Реклама как вариант «мягкого» социального управления. Реклама, связи с общественностью, агитация, пропаганда. Коммерческая и некоммерческая реклама. Политическая и социальная реклама. Роль и место маркетинговых коммуникаций. Виды маркетинговых коммуникаций. Реклама как маркетинговая коммуникация. Проблема интеграции различных видов маркетинговых коммуникаций. Схема маркетинговой коммуникации. Основные проблемы маркетинговой коммуникации. Интегрированные маркетинговые коммуникации.

Тема 5. Реклама как социокультурная технология (2 ч.)

Реклама как социокультурная технология. Основные социально-технологические модули рекламы: сегментирование, позиционирование, имиджирование, продакшн, размещение. Сегментирование: виды, принципы. Роль социологических и прочих исследований рекламных аудиторий. Позиционирование. Потребительский инсайт. Центровое и

дифференцированное позиционирование. Имиджирование. Стереотип. Имидж. Продакшн.

V. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Практические занятия (24 час.).

Практическое занятие № 1. «Реклама и связи с общественностью в системе коммуникаций» (2 час.)

План занятия:

1. Стратегическое планирование. Основные понятия и инструменты
2. Бизнес, маркетинговая и коммуникационная стратегии.
3. Стратегическое планирование как дисциплина в коммуникационном процессе.
4. Этапы интегрированной коммуникационной кампании (ИКК).
5. Потребительский инсайт.
6. Целевая аудитория, сегментирование ЦА.
7. Коммуникационная стратегия.
8. Touch points (точки контакта).

Практическое занятие № 2 «Структура интегрированных коммуникаций, этапы разработки от стратегии к воплощению» (4 час.) От стратегии ИК к ее воплощению: концепция – идея - воплощение.

1. Этапы и документы по разработке.
2. Контент-маркетинг (КМ).
3. История появления КМ.
4. Роль и место КМ в маркетинговой активности компании.
5. Построение репутация и монетизация через КМ стратегии.
6. Креатив ИКК.
7. Разработка основной идеи кампании.
8. Методы/приемы креативного вовлечения.

9. Воплощение идеи в различных каналах коммуникаций.

Рекламные инструменты.

Практическое занятие № 3. «Немедийные коммуникации» (2 час.)

1. Обзор отрасли BTL.
2. Подотрасли, инструменты.
3. Потребительская мотивация.
4. Shopper marketing (покупательский маркетинг).

Практическое занятие № 4. «Интегрирующая функция связей с общественностью в системе коммуникаций» (4 час.)

1. PR в экономических, социальных, политических кампаниях.
2. Роль специалистов по связям с общественностью в организациях.
3. Сущностные характеристики «связей с общественностью».
4. Коммуникационный проект как сфера PR-деятельности.
5. Коммуникационные практики: их задачи, отличия кампаний.

Практическое занятие № 5. « Роль и место исследований в PR и рекламе» (2 час.)

1. Предпроектная аналитика.
2. Анализ условий реализации проекта: информационное поле, общественное мнение, социально-экономический и социально-политический контекст.
3. Техника анализа и использования статистических, социологических, медиа данных. Ключевые условия «вхождения» в PR-проект.
4. Цель и задачи PR-кампании как проекта.

Практическое занятие № 6. « Коммуникации в цифровой среде» (4 час.)

План занятия:

1. Положение digital стратегии в иерархии стратегий.
2. Разработка и реализация коммуникационной стратегии в интернете.

3. «Пирамида» аудитории в интернете, «перевернутая» стоимость аудитории.
4. Стратегия присутствия в социальных медиа.
5. Структура услуг digital и SMM агентств.
6. Синтетические и бизнес KPI для работы в интернете. Стратегия присутствия в интернет СМИ.

Практическое занятие № 7. « Оценка эффективности коммуникаций» (2 час.)

План занятия:

1. ROI (возврат инвестиций).
2. Эконометрические методы оценки.
3. Примеры подходов к оценке эффективности: ORStестирование роликов (copy testing), фестивальное успех (Gunn Report), методика Brand Value Creator.
4. Эффективность кампании по отдельным каналам коммуникации (реклама и медиа, прямой маркетинг, связи с общественностью, стимулирование продаж).

Практическое занятие № 8 «Ценообразование в сфере интегрированных коммуникаций» (2 час.)

План занятия:

1. Специфика определения цен в сфере консалтинга - отсутствие готовых прайсов коммуникационных агентств.
2. Структура затрат и уровень цен на рынке коммуникационных услуг.
3. Основные методы расчета вознаграждения в консалтинге: фиксированный гонорар, комиссия, агентский договор, расчет вознаграждения на основе человеко-часов, расчет вознаграждения по видам работ/услуг; бонусы.

Практическое занятие № 9 «Методы вознаграждения в сфере интегрированных коммуникаций» (2 час.)

План занятия:

1. Этапы развития системы вознаграждения агентств и сотрудников: от комиссии за предоставление полного комплекса услуг к системам, ориентированным на оплату за результат.

2. Типовые методы вознаграждения агентств: фиксированный согласованный платеж (retainer fee), вознаграждения за проект (project fee), вознаграждение по фактически затраченному времени (variable fee based on actual time spend), процент от объема продаж с выплатой премии за превышение установленного процента роста продаж (scale fee & bonus), плата за идею (совет) (consultancy and concept fees), плата за лицензию (licensing fee), вознаграждение за единицу проданного товара (output or 'off-the-shelf' rate fee), комиссионное вознаграждение (commission fee).

VI. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

Для текущей аттестации при изучении дисциплины «Реклама и связи с общественностью в современной коммуникационной системе» используются следующие оценочные средства:

- 1) Устный опрос (УО)
- 2) Собеседование (консультация с преподавателем) (УО-1)
- 3) Письменные работы (ПР)
- 4) Конспект (ПР-7)
- 5) Проект (ПР-9)

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
	Раздел 1. Введение	УК-2.1 Владеет навыками разработки и реализации проектов в коммуникационной сфере;	Знает основы теории управления проектами и тенденции ее развития, принципы формирования команды проекта, определяет	УО-1	Вопросы к зачету 1-5

			<p>выгоды участников проекта</p> <p>Умеет корректно выбирать оптимальную структуру проекта с учетом внешних и внутренних факторов, грамотно обосновывать принимаемые решения и управлять процессами преобразований.</p> <p>Владеет навыками формирования план работ, способен контролировать критический путь проекта; владеет навыками выявления проблем, возникающих на различных этапах жизненного цикла проекта и находить оптимальные решения этих проблем; владеет навыками использования основных методов управления проекта, корректно ставит цель и выстраивает логику проекта.</p>	<p>ПР-7</p>	
<p>Раздел 2. Специфика рекламы и связей с общественностью в коммуникационном процессе</p>	<p>ОПК-1.2. Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и</p>	<p>Знает основные нормы современного русского языка и базовые принципы речевого</p>	<p>УО-1</p>	<p>Вопросы к зачету 6-15</p>	

		связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем	взаимодействия на русском и иностранном языках		
			Умеет грамотно, логически верно и аргументировано излагать свои мысли в процессе создания текстов и (или) иных коммуникационных продуктов на русском (или иностранном) языке; общаться на профессиональные темы в устной и письменной форме	ПР-7	
			Владеет навыками логичного и грамотного речевого взаимодействия в устной и письменной форме с учетом норм публицистического стиля современного русского языка		
	Раздел 3. Реклама и связи с общественностью в интегрированной коммуникационной системе	ОПК-7.1. Знает закономерности и формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности	Знает необходимые действия для принятия решений в рабочих и нестандартных ситуациях в профессиональной деятельности	УО-1	Вопросы к зачету 16-34
			Умеет нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	ПР-7	

			Владеет навыками принятия решений в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	ПР-9	
		ОПК-7.2. Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности	Знает нормы и правила, основные понятия, правила и принципы, законы, теории, конкретные факты, процедуры осуществления профессиональной деятельности с учетом принципов социальной ответственности	УО-1	
			Умеет прогнозировать выявлять проблемы с учетом оценки возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений	ПР-7	
			Владеет основными методами анализа и прогнозирования возможных эффектов воздействия на аудиторию разрабатываемых коммуникационных решений с учетом принципов социальной ответственности	ПР-9	

VII. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Реклама и связи с общественностью в современной коммуникационной системе» 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.

План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

Примерная дата проведения	Наименование контрольного мероприятия	Форма контроля	Нормы времени на выполнение
1-7 недели	Работа с конспектом	Просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем, обсуждение результатов выполненной работы на занятии	36 часов
7-13 недели	Работа с конспектом, работа с литературой, подготовка к проектной работе	Устный опрос, собеседование с группой.	36 часов
13-18 недели	Подготовка проектов	Презентация проектов	36 часов
Итого			108 часа

Самостоятельная работа определяется как индивидуальная или коллективная учебная деятельность, осуществляемая без непосредственного руководства педагога, но по его заданиям и под его контролем. Самостоятельная работа – это познавательная учебная деятельность, когда последовательность мышления студента, его умственных и практических

операций и действий зависит и определяется самим студентом.

Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровней, что в итоге приводит к развитию навыка самостоятельного планирования и реализации деятельности.

Целью самостоятельной работы студентов является овладение необходимыми компетенциями по своему направлению подготовки, опытом творческой и исследовательской деятельности.

Самостоятельная работа состоит из следующих компонентов:

1. Подготовка теоретического материала к каждой теме практического занятия: выполнение домашних заданий.
2. Подготовка презентации по темам, сформулированным преподавателем либо по интересующей теме (при согласовании с преподавателем).
3. Выполнение практических заданий: проведение анализа, составление таблиц, выполнение письменных работ и опросов

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента по дисциплине «Реклама и связи с общественностью в современной коммуникационной системе» предусматривает:

- поиск дополнительной литературы, к которой студенты могут прибегать при возникновении особой заинтересованности в конкретной теме;
- определение перечня контрольных вопросов, позволяющих студентам самостоятельно проверить качество полученных знаний;
- организацию консультаций преподавателя со студентами для разъяснения вопросов, вызывающих у студентов затруднения при самостоятельном освоении учебного материала.

Дополнительными формами самостоятельной работы являются групповые и индивидуальные задания, выступающие продолжением

аудиторных занятий и направленные на овладение практическими навыками по основным разделам дисциплины.

Материалы для организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов состоит из подготовки к практическим занятиям, работы над рекомендованной литературой, написания докладов по теме занятия, подготовки презентаций, решения творческих задач, подготовка проектов.

При организации самостоятельной работы преподаватель должен учитывать уровень подготовки каждого студента и предвидеть трудности, которые могут возникнуть при выполнении самостоятельной работы. Преподаватель дает каждому студенту индивидуальные и дифференцированные задания. Некоторые из них могут осуществляться в группе (например, подготовка доклада и презентации по одной теме могут делать несколько студентов с разделением своих обязанностей – один готовит научно-теоретическую часть, а второй проводит анализ практики).

Рекомендации к самостоятельной работе на лекции

Студенту необходимо быть готовым к лекции до прихода лектора в аудиторию, так как именно в первую минуту объявляется тема, формулируется основная цель, дается перечень важнейших вопросов. Без этого дальнейшее понимание лекции затрудняется.

Эффективность познавательной деятельности студента при слушании всецело зависит от направленности его внимания. Внимание обусловлено единством субъективных и объективных причин. В зависимости от действия этих причин оно может быть произвольным, т.е. возникает помимо сознательного намерения человека, и произвольным, сознательно регулируемым, направляемым. Работа студента на лекции – сложный процесс, включающий в себя слушание, осмысливание и собственно конспектирование (запись).

Умение студента слышать на лекции преподавателя является лишь первым шагом в процессе осмысленного слушания, который включает в себя несколько этапов, начиная от восприятия речи и кончая оценкой сказанного.

Лекцию необходимо записывать, вести краткие конспекты, где формулировались бы наиболее важные моменты, основные положения, излагаемые лектором. Обычно запись производится в специальной тетради. При оформлении конспекта лекции необходимо оставлять поля, где студент может записать свои собственные мысли, возникающие параллельно с мыслями, высказанными лектором, а также вопросы, которые могут возникнуть в процессе слушания, чтобы получить на них ответы при самостоятельной проработке материала лекции, при изучении рекомендованной литературы или непосредственно у преподавателя в конце лекции.

Основное отличие конспекта от текста – отсутствие или значительное снижение избыточности, то есть удаление отдельных слов или частей текста, не выражающих значимой информации, а также замена развернутых оборотов текста более лаконичными словосочетаниями (свертывание). При конспектировании основную информацию следует записывать подробно, а дополнительные и вспомогательные сведения, примеры – очень кратко. Умение отделять основную информацию от второстепенной – одно из основных требований к конспектирующему. Хорошие результаты в выработке умения выделять основную информацию дает известный приём, названный условно приемом фильтрации и сжатия текста, который включает в себя две операции:

1. Разбивку текста на части по смыслу.
2. Нахождение в каждой части текста одного слова краткой фразы или обобщающей короткой формулировки, выражающих основу содержания этой части.

Рекомендуется применять систему условных сокращений. В первую очередь сокращаются длинные слова и те, что повторяются в речи лектора

чаще всего. При этом само сокращение должно быть по возможности кратким. Основные термины, повторяющиеся наиболее часто, могут быть выделены как ключевые слова и обозначены начальными заглавными буквами этих слов (сокращение, называемое аббревиатурой). Ключевые слова записываются первый раз полностью, после чего в скобках дается их аббревиатура. Процесс записи значительно облегчается при использовании сокращений общепринятых вспомогательных слов. В самостоятельной работе над лекцией целесообразным является использование студентами логических схем. Они в наглядной форме раскрывают содержание и взаимосвязь категорий, законов, понятий, наиболее важных фактов.

Прослушанный материал лекции студент должен проработать. Насколько эффективно он это сделает, зависит и прочность усвоения знаний. Опыт показывает, что только многообразная, планомерная и целенаправленная обработка лекционного материала обеспечивает его надежное закрепление в долговременной памяти человека.

Повторение нужно разнообразить. При первом повторении изучаются все параграфы и абзацы, при втором, возможно, будет достаточно рассмотреть только отдельные параграфы, а в дальнейшем лишь тему лекции.

Необходимым является подготовка студента к предстоящей лекции. Основным требованием, предъявляемым к такой работе, является, прежде всего, систематичность ее проведения. Она включает ряд важных познавательно-практических этапов: чтение записей, сделанных в процессе слушания и конспектирования предыдущей лекции, вынесение на поля всего, что требуется при дальнейшей работе с конспектом и учебником; техническое оформление записей (подчеркивание, выделение главного, выводов, доказательств); выполнение практических заданий преподавателя; знакомство с материалом предстоящей лекции по учебнику и дополнительной литературе.

Методические рекомендации для написания конспектов

Конспекты, написанные от руки, предоставляются преподавателю для оценки (зачёт/незачёт). Учитывая, что в большинстве случаев тексты первоисточников весьма объёмные, для конспектирования можно выбрать только страницы, разделы или главы (30-50 стр. печатного текста). Объём законспектированного текста в тетради определяется самим студентом.

Методические указания к самостоятельному выполнению проектного задания

Выполнение проектного задания (ТЗ) в рамках дисциплины является обязательным и предполагает индивидуальную или групповую работу.

Этапы работы над творческим заданием:

1. Определение темы проекта. На этом этапе следует определить, будет ли выполняться проект индивидуально или в группе.
2. Формулировка проблемы, постановка цели и задач.
3. Организация деятельности. Если проект выполняется в группе, следует организовать рабочую группу, определить роли каждого участника рабочей группы, спланировать совместную или индивидуальную деятельность по решению задач проекта.
4. Активная и самостоятельная работа над проектом; консультации преподавателя; оформление полученных результатов.
5. Подготовка к защите проекта.

Проект считается выполненным полностью в случае

1. Предоставления полного объема учебных материалов по заранее утвержденной теме, полностью раскрывающих заявленную тему;
2. Предоставления материалов на электронном носителе и в печатном виде;
3. Соответствия представленных материалов требованиям по оформлению;
4. Наличия в материалах проекта описания методики использования ЦОР;
5. Успешной презентации и защиты проекта

Методические рекомендации для подготовки презентаций

Общие требования к презентации:

- презентация не должна быть меньше 10 слайдов;
- первый лист – это титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: название проекта; фамилия, имя, отчество автора;
- следующим слайдом должно быть содержание, где представлены основные этапы (моменты) презентации; желательно, чтобы из содержания по гиперссылке можно перейти на необходимую страницу и вернуться вновь на содержание;
- дизайн-эргономические требования: сочетаемость цветов, ограниченное количество объектов на слайде, цвет текста;
- последними слайдами презентации должны быть глоссарий и список литературы.

Презентация должна отражать тематику реализуемого проекта.

VIII. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

(печатные и электронные издания)

1. Agile. Оценка и планирование проектов: Практическое руководство / Кон М. - М.: Альпина Паблишер, 2018. - 418 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1003486>
2. Короткий С.В. Корпоративное управление / Короткий С.В.. — Саратов : Вузовское образование, 2018. — 230 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72357.html>

3. Тюлин, А. Е. Корпоративное управление. Методологический инструментарий / А.Е. Тюлин. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 216 с. Режим доступа : <https://znanium.com/catalog/product/1019338>

Дополнительная литература

(печатные и электронные издания)

1. Блюмин, А. М. Информационный консалтинг: Теория и практика консультирования / А. М. Блюмин. – М.: Дашков и К, 2017. – 364 с. Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=402978>

2. Бок Л. - Работа рулит! Почему большинство людей в мире хотят работать именно в Google - Издательство "Манн, Иванов и Фербер" - 2015 - 384с. Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/91666>

3. Вирин Ф. - Интернет-маркетинг: полный сборник практических инструментов - Издательство "Манн, Иванов и Фербер" - 2012 - 288с. Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/62186>

4. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ Инфра-М, 2013. - 216 с - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/350959>

5. Корпоративная культура Toyota: Уроки для других компаний / Лайкер Д.К., Хосеус М. - М.:Альпина Пабли., 2016. - 354 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/914070>

6. Козлова, Н.П. Особенности формирования деловой репутации современной компании: Монография / Н. П. Козлова. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. - 376 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?item=booksearch&code8E#none>

7. Ньюмейер М. - Zag: манифест другого маркетинга - Издательство "Манн, Иванов и Фербер" - 2015 - 192с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/91640>

8. Менеджмент корпорации и корпоративное управление / А.Н. Асаул [и др.]. — Санкт-Петербург : Институт проблем экономического

возрождения, Гуманистика, 2006. — 288 с. Режим доступа:
<http://www.iprbookshop.ru/18197.html>

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/>
3. Маркетинг журнал 4p.ru <http://www.4p.ru/>
4. «Российский общеобразовательный портал»: <http://www.school.edu.ru/>
5. «Издание литературы в электронном виде»: <http://www.magister.msk.ru/library/library.htm>
6. Annual Review: <http://www.annualreviews.org/ebvc>
7. Scopus - мультидисциплинарная реферативная база данных: <http://www.scopus.com/>
8. Единая коллекция образовательных ресурсов: <http://school-collection.edu.ru/catalog/>
9. Информационные ресурсы Российской Библиотечной Ассоциации (РБА): <http://www.rba.ru/>
10. Каталог электронных ресурсов научной библиотеки ДВФУ: <http://www.dvfu.ru/web/library/elib>
11. Коллекция журналов издательства Elsevier на портале ScienceDirect: <http://www.sciencedirect.com/>.
12. Научная электронная библиотека (НЭБ): <http://www.elibrary.ru/>
13. Портал «Гуманитарное образование» <http://www.humanities.edu.ru/index.html>

14. Российская государственная библиотека (электронный каталог):
<http://www.rsl.ru/>
15. Университетская информационная система Россия (УИС Россия):
<http://uisrussia.msu.ru>
16. Электронная библиотечная система «Айбукс»: <http://ibooks.ru/>
17. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека»: www.biblioclub.ru.
18. Электронная библиотечная система издательства «Лань»:
<http://e.lanbook.com/>
19. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда:
<http://www.oxfordrussia.com>

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

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

IX. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины следует начинать с проработки тематического плана лекций, уделяя особое внимание структуре и содержанию темы и основных понятий. Изучение «сложных» тем следует начинать с составления логической схемы основных понятий, категорий, связей между ними. Целесообразно прибегнуть к классификации материала, в частности при изучении тем, в которых присутствует большое количество незнакомых

понятий, категорий, теорий, концепций, либо насыщенных информацией типологического характера. Студенты должны составлять конспекты лекций, систематически готовиться к практическим занятиям, вести глоссарий и быть готовы ответить на контрольные вопросы в ходе лекций и аудиторных занятий. Успешное освоение программы курса предполагает прочтение ряда оригинальных работ и выполнение практических заданий.

Подготовка и выполнение практических заданий. По каждой теме дисциплины предлагаются вопросы и практические задания. Перед выполнением заданий изучите теорию вопроса, предполагаемого к исследованию. Самостоятельная работа студентов заключается:

- в подготовке к практическим занятиям в форме консультаций и дискуссий;
- в выполнении индивидуальных и групповых заданий,
- в подготовке к защите курсовой работы,
- в подготовке к итоговому собеседованию.

Цель практических (семинарских) занятий – научить студентов самостоятельно анализировать учебную и научную литературу и вырабатывать у них опыт самостоятельного мышления по проблемам курса, а также выработать навыки практического применения теоретических знаний. Как правило, семинары проводятся в виде практик-консультаций с элементами дискуссии. При этой форме работы отдельным студентам могут поручаться сообщения по тому или иному вопросу, а также ставя дополнительные вопросы, как всей аудитории, так и определенным участникам обсуждения.

Самостоятельная работа студентов, предусмотренная учебным планом, соответствует более глубокому усвоению изучаемого курса, формирует навыки исследовательской работы и ориентирует на умение применять теоретические знания на практике.

Материалом для подготовки могут стать конспекты лекций, профессиональная литература, учебно-методическое обеспечение дисциплины.

Методические рекомендации для написания конспектов

Конспекты, написанные от руки, предоставляются преподавателю для оценки (зачёт/незачёт). Учитывая, что в большинстве случаев тексты первоисточников весьма объёмные, для конспектирования можно выбрать только страницы, разделы или главы (30-50 стр. печатного текста). Объём законспектированного текста в тетради определяется самим студентом.

Методические указания к выполнению проектного задания

Выполнение проектного задания в рамках дисциплины является обязательным и предполагает индивидуальную или групповую работу.

Проект – совокупность мероприятий, направленных на достижение определённой и четко структурированной цели в конкретные сроки с привлечением оптимальных средств и ресурсов.

Проект представляет собой конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

Технология разработки проектов включает в себя следующие этапы:

разработка замысла проекта в соответствии с требованиями программы по следующей структуре:

- аудитория проекта (т.е. характеристика проблем целевой группы и лиц, непосредственно получающих пользу от проекта);
- цели и задачи проекта;
- содержание проекта;
- организация-исполнитель (или форма реализации проекта);
- планируемые результаты и критерии эффективности.

Проект считается выполненным полностью в случае

1. Предоставления полного объема учебных материалов по заранее утвержденной теме, полностью раскрывающих заявленную тему;
2. Предоставления материалов на электронном носителе и в печатном виде;
3. Соответствия представленных материалов требованиям по оформлению;
4. Наличия в материалах проекта описания методики использования ЦОР;
5. Успешной презентации и защиты проекта

Проект считается выполненным полностью в случае

1. Предоставления полного объема учебных материалов по заранее утвержденной теме, полностью раскрывающих заявленную тему;
2. Предоставления материалов на электронном носителе и в печатном виде;
3. Соответствия представленных материалов требованиям по оформлению;
4. Наличия в материалах проекта описания методики использования ЦОР;
5. Успешной презентации и защиты проекта

Задания на проектирование

1. Управление портфелем брендов
2. Составление плана SMM для бренда X в социальной сети Рунета

3. Анализ рекламной кампании H&M: обвинение в расизме и реакция руководства,
4. Анализ нарушения культурных традиций в Китае компанией D&G
5. Анализ рекламной компании российского бренда
6. Разбор и анализ интегрированных коммуникационных кампаний (ИКК) в различных отраслях экономики.

Х. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебные занятия по дисциплине проводятся в помещениях, оснащенных соответствующим оборудованием и программным обеспечением.

Перечень материально-технического и программного обеспечения дисциплины приведен в таблице.

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
<p>Аудитории корпуса F г. Владивосток, о.Русский, п. Аякс д.10, корпус F</p>	<p>Экран с электроприводом 236*147 см Trim Screen Line; Проектор DLP, 3000 ANSI Lm, WXGA 1280x800, 2000:1 EW330U Mitsubishi;</p> <p>Подсистема специализированных креплений оборудования CORSA-2007 Tuarex; Подсистема видеокмутации: матричный коммутатор DVI DXP 44 DVI Pro Extron; удлинитель DVI по витой паре DVI 201 Tx/Rx Extron; Подсистема аудиокоммутации и звукоусиления; акустическая система для потолочного монтажа SI 3CT LP Extron; цифровой аудио- процессор DMP 44 LC Extron; расширение для контроллера управле- ния IPL T CR48; беспроводные ЛВС для обучающихся обеспечены системой на базе точек доступа 802.11a/b/g/n 2x2 MIMO(2SS).</p> <p>Моноблок HP ProOne 400 All-in-One</p>	

	19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 1TB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7Pro (64-bit)+Win8.1Pro(64-bit), 1-1-1 Wty (25 шт.)	
--	--	--

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.

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.