

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»  
Институт экономики, управления и сервиса  
Кафедра "Менеджмент, маркетинг и реклама"

УТВЕРЖДАЮ:  
Директор института



Е. Ю. Меркулова  
«20» января 2021 г.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

по дисциплине Б1.В.ОД.7 Реклама и PR-интернет

Направление подготовки/специальность: 38.03.05 - Бизнес-информатика

Профиль/направленность/специализация: Электронный бизнес

Уровень высшего образования: бакалавриат

Квалификация: Бакалавр

год набора: 2020

**Автор программы:**

Кандидат экономических наук, доцент Чепурова Ирина Федоровна

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.05 - Бизнес-информатика (уровень бакалавриата) (приказ Министерства образования и науки РФ от «11» августа 2016 г. № 1002).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры "Менеджмент, маркетинг и реклама" «11» января 2021 г. Протокол № 5

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Института экономики, управления и сервиса, Протокол от «20» января 2021 г. № 5.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавра....	6
3. Объем и содержание дисциплины.....	6
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	8
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	14
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	15
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	16

## 1. Цели и задачи дисциплины

### 1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-10 Умение позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет")

### 1.2 Виды и задачи профессиональной деятельности по дисциплине:

- организационно-управленческая
  - обследование деятельности информационных технологий (далее - ИТ) инфраструктуры предприятий
  - подготовка контрактов, оформление документации на разработку, приобретение или поставку ИС и ИКТ
  - разработка регламентов деятельности предприятия и управления жизненным циклом ИТ-инфраструктуры предприятия
  - управление ИТ- сервисами и контентом информационных ресурсов предприятия
  - взаимодействие со специалистами заказчика/исполнителя в процессе решения задач управления жизненным циклом ИТ-инфраструктуры предприятия
  - взаимодействие со специалистами заказчика/исполнителя в процессе решения задач управления информационной безопасностью ИТ-инфраструктуры предприятия
  - планирование и организация работы малых проектно-внедренческих групп
  - управление электронным предприятием и подразделениями электронного бизнеса несетевых компаний

### 1.3 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Знания и умения, необходимые для формирования трудового действия / компетенции
	ПК-10 Умение позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет")	<p>Знает и понимает:</p> <p>особенности реализации процессов электронной коммерции, способы эффективного взаимодействия участников электронной коммерции в условиях нормативно-правового обеспечения, основные этапы развития электронного бизнеса и его составных частей; принципы развития и закономерности функционирования организации в Интернет-среде; основные виды и процедуры маркетинговых исследований</p> <p>Умеет (способен продемонстрировать):</p> <p>осуществлять выбор технологии в соответствии с особенностями реализации проектных решений электронной коммерции; применять методы позиционирования электронного предприятия, механизмы формирования потребительской аудитории, организации продаж в сети Интернет; строить медиапланирование в Интернете; анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; анализировать маркетинговые процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности</p>

		Владеет: навыками тестированием деятельности электронного предприятия в сети Интернет навыками позиционирования электронного предприятия, механизмами формирования потребительской аудитории, организации продаж в сети Интернет; современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое потребительское поведение
--	--	---

#### 1.4 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ПК-10 Умение позиционировать электронное предприятие на глобальном рынке; формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями, организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет")

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения					
		Очная (семестр)					
		3	4	5	6	7	8
1	Интернет-маркетинг	+					
2	Организация электронного бизнеса			+	+		
3	Организация электронной коммерции			+	+		
4	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности		+				
5	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности				+		+
6	Преддипломная практика						+
7	Управление ИТ-сервисом и контентом					+	

## 2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата:

Дисциплина «Реклама и PR-интернет» относится к вариативной части учебного плана ОП по направлению подготовки 38.03.05 - Бизнес-информатика.

Дисциплина «Реклама и PR-интернет» изучается в 6 семестре.

### 3.Объем и содержание дисциплины

3.1.Объем дисциплины: 4 з.е.

Очная: 4 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)
<b>Общая трудоёмкость дисциплины</b>	<b>144</b>
Контактная работа	56
Лекции (Лекции)	14
Практические (Практ. раб.)	42
Самостоятельная работа (СР)	52
Экзамен	36

3.2.Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.			Формы текущего контроля
		Лек ции	Пра кт. раб.	СР	
		О	О	О	
6 семестр					
1	Содержание управления проектами	4	8	12	Собеседование/уст ный опрос; Тестирование
2	Основы управления рекламным проектом	4	8	10	Тестирование
3	Управление разработкой и реализацией рекламного проекта	2	8	10	Решение задач
4	Проектная деятельность в PR	2	10	10	Устный опрос; Тестирование
5	Проектирование программ в PR	2	8	10	Устный опрос

#### Тема 1. Содержание управления проектами (ПК-10)

##### Лекция.

Цели, задачи и структура курса. Основные понятия: проект, управление проектом.

Роль и значение управления проектами в современном мире. Место и роль управления проектами в управленческой деятельности. Системное представление управления проектами. Состояние и развитие управления проектами.

Понятие проекта и программы. Существующие трактовки понятия проект. Признаки проекта. Проект и программы как объекты управления, их характеристики

Разновидности и классификация проектов и программ. Особенности различных видов проектов и программ.

Понятие критериев успеха и неудач проекта. Факторы, влияющие на успех и неудачи проекта. Требования к критериям и основные типы критериев. Взаимосвязь и независимость критериев успеха и неудач проекта. Примеры успешных и неудачных проектов.

Понятие структур проекта. Принципы структурной декомпозиции проекта. Правила построения структур проекта. Типы и примеры структурных моделей проекта, используемых в УП.

Понятие окружения проекта. Ближнее и дальнее окружение проекта. Внутренняя среда проекта. Влияние окружения на разные типы проектов. Примеры окружения проектов и их анализ. Понятие участников проекта. Состав участников проекта. Роль и функции основных участников. Взаимодействие участников проекта. Примеры определения состава участников проекта. Понятие команды проекта. Основные задачи команды проекта. Состав и функции членов команды проекта. Формирование и развитие команды проекта. Примеры состава команд проекта.

Место и роль управляющего проектом. Современные требования к менеджеру проекта. Права и обязанности менеджера проекта. Основы профессионального мастерства управляющего проектом. Этический кодекс менеджера проекта. Квалификация и сертификация менеджера проекта.

Понятия и разновидности организационных структур проекта. Зависимость организационной структуры проекта (OBS) от структурной декомпозиции проекта (WBS). Понятие матрицы распределения ответственности в проекте. Примеры организационных структур проектно-ориентированных организаций. Понятие процессов в управлении проектами. Основные и вспомогательные процессы в управлении проектами. Примеры процессов в управлении проектами. Понятие инициации, планирования, выполнения, контроля и закрытия проекта. Основные задачи, решаемые на разных стадиях управления проектом. Примеры. Понятие и назначение информационных технологий в проекте. Различные аспекты информационных технологий. Совместимость информационных технологий в проекте. Информационное обеспечение управления проектами: состав, структура, характеристики. Программные средства для управления проектами. Их функциональные возможности и критерии выбора программных средств. Характеристика состояния рынка программных продуктов по управлению проектами.

#### **Практическое занятие.**

1. Перечислите основные отличительные характеристики проекта.
2. Классифицируйте проекты по различным признакам.
3. Раскройте значение категории «Управление проектами».
4. В чем заключается методологическая составляющая процесса управления проектом?
5. В чем заключается основная роль менеджера проекта?
6. Дайте определение и определите роль жизненного цикла проекта в управлении проектом.
7. Охарактеризуйте взаимосвязь понятий проект-программа-портфель

#### **Задания для самостоятельной работы.**

Разработайте карту стейкхолдеров проекта, охарактеризуйте их роль и степень влияния на реализуемость проекта.

## **Тема 2. Основы управления рекламным проектом (ПК-10)**

### **Лекция.**

Понятие рекламный проект. Характеристики рекламного проекта. Признаки рекламного проекта. Концепция и базовые понятия управления рекламными проектами. Компоненты рекламного проекта. Типы организационной структуры рекламного проекта. Основы управления рисками рекламного проекта. Планирование рекламного проекта. Основным средством планирования в рекламной практике являются сетевые модели. Этапы разработки сетевой модели.

#### **Практическое занятие.**

- Характеристики рекламного проекта.
- Концепция и базовые понятия управления рекламными проектами. Компоненты рекламного проекта.
- Типы организационной структуры рекламного проекта.
- Основы управления рисками рекламного проекта.

- Планирование рекламного проекта.
- Основным средством планирования в рекламной практике являются сетевые модели.
- Этапы разработки сетевой модели.

#### **Задания для самостоятельной работы.**

Написание эссе

### **Тема 3. Управление разработкой и реализацией рекламного проекта (ПК-10)**

#### **Лекция.**

Процесс управления разработкой и реализацией рекламного проекта: основные этапы и их характеристика. Постановка целей и задач рекламной кампании. Роль маркетингового исследования в разработке рекламного проекта. Анализ целевой аудитории и потребительского поведения. Распространение рекламы и медиапланирование.

#### **Практическое занятие.**

Примеры успешной реализации рекламных проектов компаниями, производящими услуги.

#### **Задания для самостоятельной работы.**

Разработка и представление рекламного проекта

### **Тема 4. Проектная деятельность в PR (ПК-10)**

#### **Лекция.**

Специфика проектов в связях с общественностью. Роль PR-проектов в развитии общества. Коммерческие, социальные и культурные проекты в связях с общественностью.

#### **Практическое занятие.**

- Роль PR-проектов в развитии общества.
- Коммерческие, социальные и культурные проекты в связях с общественностью.

#### **Задания для самостоятельной работы.**

Углубленное изучение вопросов темы

### **Тема 5. Проектирование программ в PR (ПК-10)**

#### **Лекция.**

Основные характеристики и виды PR-кампаний. Разработка креативной стратегии PR-кампании. Функциональные составляющие PR-кампании. Составляющие коммуникационной стратегии: рекламная стратегия и PR-стратегия – медиа стратегия – креативная стратегия. Использование методов коллективной творческой работы при разработке креативной стратегии. Креативная стратегия: визуальное и вербальное воплощение.

#### **Практическое занятие.**

1. Примеры успешной реализации PR-проектов компаниями, производящими товарную продукцию.
2. Примеры успешной реализации PR-проектов компаниями, производящими услуги.
3. Примеры успешной реализации PR-проектов на государственном и межгосударственном уровне.

#### **Задания для самостоятельной работы.**

Разработка и представление PR-проекта.

### **4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства**

#### **4.1. Распределение баллов:**

6 семестр

- посещаемость – 10 баллов
- текущий контроль – 30 баллов



- контрольные срезы – 2 среза по 15 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов
- ответ на экзамене: не более 30 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ те мы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мах. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
1.	Содержание управления проектами	Собеседование/устный опрос	5	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Устный опрос оценивается следующим образом:</p> <p>5 баллов - полно излагает изученный материал, даёт правильное определенное понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка;</p> <p>4 балла - студент даёт ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки "отлично", но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1-2 недочёта в последовательности и языковом оформлении излагаемого;</p> <p>3 балла - излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке теорий; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого;</p> <p>2 -1 балла - студент обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала, допускает ошибки в формулировке определений и теорий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
		Тестирование	5	<p>Тест состоит из 15 вопросов по заданной теме. Оценка осуществляется следующим образом:</p> <p>5 баллов – студент правильно отвечает на 90-100% вопросов в тесте;</p> <p>4 балла – студент правильно отвечает на 90-80% вопросов в тесте</p> <p>3 балла – студент правильно отвечает на 80-70% вопросов в тесте.</p> <p>2 балла – студент правильно отвечает на 70-50% вопросов в тесте.</p> <p>1 балл – студент правильно отвечает на 50-25% вопросов в тесте.</p> <p>Менее 25% правильных ответов баллов не даёт.</p>

2.	Основы управления рекламным проектом	Тестирование(контрольный срез)	15	Тест состоит из вопросов по заданной теме. 15 баллов – студент правильно отвечает на 90-100% вопросов в тесте 12 баллов – студент правильно отвечает на 75-89% вопросов в тесте 10 балло – студент правильно отвечает на 60-74% вопросов в тесте. 5 баллов – студент правильно отвечает на 40-59% вопросов в тесте. Менее 40% правильных ответов баллов не дает
3.	Управление разработкой и реализацией рекламного проекта	Решение задач	10	10 баллов - Ход и логика решения верны и соответствуют требованиям , претензий к оформлению нет 7 баллов - Ход и логика решения верны и соответствуют требованиям, есть арифметические ошибки и претензии к оформлению 3 балла - В логике решения присутствуют ошибки, ход решения не полностью соответствует требованиям, имеются арифметические ошибки и претензии к оформлению 0 баллов - Задача не решена или решена с грубыми ошибками, не позволяющими предположить знание студентом теоретического материала.
4.	Проектная деятельность в PR	Устный опрос	5	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. 5 баллов - студент обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала, допускает ошибки в формулировке определений и теорий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал
		Тестирование(контрольный срез)	15	Тест состоит из вопросов по заданной теме. 15 баллов – студент правильно отвечает на 90-100% вопросов в тесте 12 баллов – студент правильно отвечает на 75-89% вопросов в тесте 8 баллов – студент правильно отвечает на 60-74% вопросов в тесте. 5 баллов – студент правильно отвечает на 40-59% вопросов в тесте. Менее 40% правильных ответов баллов не дает

5.	Проектирование программ в PR	Устный опрос	5	<p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- правильность ответа по содержанию;</li> <li>- полнота и глубина ответа;</li> <li>- сознательность ответа;</li> <li>- логика изложения материала;</li> <li>- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;</li> <li>- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;</li> <li>- использование дополнительного материала;</li> <li>- рациональность использования времени, отведенного на задание.</li> </ul> <p>15 баллов - полно излагает изученный материал, даёт правильное определение понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка</p> <p>5 баллов - студент обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала, допускает ошибки в формулировке определений и теорий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал</p>
6.	Посещаемость		10	10 баллов - 100 % посещаемость занятий
7.	Премияльные баллы		20	Дополнительные премиальные баллы могут быть начислены за следующие виды работ: постоянная активность на практических занятиях – 10 баллов; подготовка и публикация статьи в научном журнале в рамках тематики дисциплины – 10 баллов; участие и выступление с докладом на всероссийской/международной научно-практической конференции по тематике дисциплины – 10 баллов; участие в проектах (работодателя, государственных административно-управленческих органов) – 10 баллов
8.	Ответ на экзамене		30	<p>10-17 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «удовлетворительно»</p> <p>18-24 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «хорошо»,</p> <p>25-30 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «отлично»</p>
9.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы на экзамене		60	Добор: студент может предоставить все задания текущего контроля и контрольные срезы
10.	Итого за семестр		100	

Итоговая оценка по экзамену выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
85 - 100 баллов	Отлично
70 - 84 баллов	Хорошо
50 - 69 баллов	Удовлетворительно
Менее 50	Неудовлетворительно

## 4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

### Решение задач

Тема 3. Управление разработкой и реализацией рекламного проекта

1. Разработка проекта PR-кампании напитка;
2. Разработка проекта рекламной кампании спортивного инвентаря;
3. Разработка проекта PR-кампании автомобиля;
4. Разработка проекта рекламной кампании товара для животных;
5. Разработка проекта PR-кампании средства бытовой химии;
6. Разработка проекта PR-кампании туристической фирмы;
7. Разработка проекта рекламной кампании клининговой услуги;
8. Разработка проекта рекламной кампании кейтеринга;

### Собеседование/устный опрос

Тема 1. Содержание управления проектами

Характеристики рекламного проекта.

Признаки рекламного проекта.

Концепция и базовые понятия управления рекламными проектами. Компоненты рекламного проекта.

Типы организационной структуры рекламного проекта.

### Тестирование

Тема 1. Содержание управления проектами

1. Определите ситуации, которые являются преимуществами проектной организационной структуры:
  - А) Руководитель проекта имеет полное руководство над проектом.
  - Б) Оборудование и люди объединены через проекты.
  - В) Линии коммуникаций сокращены.
  - Г) Командная работа и чувство сопричастности.
  - Д) Члены команды подчинены одному руководителю.
2. Какие из следующих показателей представляют интерес в управлении проектом?
  - А) Время
  - Б) Стоимость
  - В) Доступность ресурсов.
3. Для критического пути проектных работ, чтобы быть наиболее эффективным, работы или задачи проекта должны быть:
  - А) Отчетливо выраженными.
  - Б) Независимыми.
  - В) Упорядоченными.
  - Г) Все вышеуказанное.

Тема 2. Основы управления рекламным проектом

1. Раннее время завершения работ равняется:
  - А) Самое раннее возможное время начала работ.
  - Б) Самое раннее стартовое время плюс время выполнения работ.

- В) Самое последнее время выполнения работ без резервного времени.  
 Г) Самое раннее время деятельности минус время выполнения работы.  
 Д) Самое последнее стартовое время минус время выполнения работ.
2. Какой фактор из нижеперечисленных тезисов - основной недостаток матричного метода управления проектом?
- А) Единственный руководитель проекта признан ответственным за успешное завершение проекта.  
 Б) Участники группы должны оставить их функциональные обязанности в фирме и заняться только карьерным ростом в системе управления проектом.  
 В) Связь между функциональными обязанностями строго определена.  
 Г) Участники проектной команды подчиняются одновременно двум руководителям, что создает возможности потенциального конфликта.  
 Д) Комбинация функциональных знаний многих подготовленных работников может дать синергические решения возникающих проблем.

### Устный опрос

#### Тема 4. Проектная деятельность в PR

- Инструменты оперативного управления проектами.
  - Инструменты стратегического управления проектами.
- 4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена

#### Типовые вопросы экзамена (ПК-10)

- Понятие рекламный проект.
- Характеристики рекламного проекта.
- Признаки рекламного проекта.
- Концепция и базовые понятия управления рекламными проектами. Компоненты рекламного проекта.
- Типы организационной структуры рекламного проекта.

#### Типовые задания для экзамена (ПК-10)

Не предусмотрено

#### 4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«отлично» (85 - 100 баллов)	ПК-10	Демонстрирует высокий уровень знаний теории управления проектами. Анализирует социально-значимые проблемы в современной системе управления проектами, прослеживает междисциплинарные связи. Умеет применить в практической деятельности инструменты рекламы и PR в проектной деятельности. Ответ построен логично, материал излагается четко, ясно, грамотным языком, аргументировано

«хорошо» (70 - 84 баллов)	ПК-10	Демонстрирует достаточный уровень знаний теории управления проектами. Анализирует социально-значимые проблемы в современной системе управления PR- проектами. Умеет применить в практической деятельности инструменты рекламы и PR в проектной деятельности. Ответ построен логично, материал излагается четко, ясно, грамотным языком, аргументировано
«удовлетворительно» (50 - 69 баллов)	ПК-10	Демонстрирует в основном уровень знаний теории управления проектами. Анализирует социально-значимые проблемы в современной PR. Умеет применить в практической деятельности инструменты рекламы и PR в проектной деятельности. Ответ построен логично, материал излагается четко, ясно, грамотным языком, аргументировано
«неудовлетворительно» (менее 50 баллов)	ПК-10	Демонстрирует слабый уровень знаний в области управления проектами Не может анализировать систему управления проектами, затрудняется дать оценку проблемы в практической ситуации в области рекламных и PR-проектов. Не может привести примеры из реальной практики Не может выделить междисциплинарные связи Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал

## 5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

### 5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

### 5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;
- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

### 5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

#### 5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;

- личностные качества: ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;
- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **6.1 Основная литература:**

1. Акулич М. В. Интернет-маркетинг : учебник. - Москва: Дашков и К°, 2020. - 352 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573342>
2. Матвеева, М. А., Молибог, В. Н. Реклама и PR-Интернет : методическое пособие. - Весь срок охраны авторского права; Реклама и PR-Интернет. - Симферополь: Университет экономики и управления, 2018. - 70 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/86412.html>
3. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учеб. пособ. для студ., обуч. по спец. 032401-Реклама, Ч.1. - Тамбов: Изд-во ТГУ, 2009. - 115 с.

### **6.2 Дополнительная литература:**

1. Жильцова О. Н., Артемьева О. А., Жильцов Д. А., Карпова С. В., Поляков В. А., Рожков И. В. Интернет-маркетинг : Учебник для вузов. - пер. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 301 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/450115>
2. Катаев А. В., Катаева Т. М. Интернет-маркетинг : учебное пособие. - Ростов-на-Дону|Таганрог: Южный федеральный университет, 2018. - 154 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499687>
3. Лужнова Н. В. Маркетинговые коммуникации : учебное пособие. - Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2016. - 141 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481768>

### **6.3 Иные источники:**

1. <http://www.vuzl.org> - <http://www.vuzl.org>
2. <http://www.p-marketing.ru> - <http://www.p-marketing.ru>

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).



Лицензионное программное обеспечение:

1С:Предприятие 8.2 (8.2.18.61) учебная

Adobe Photoshop CS3

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00 MB 11.0.08

CorelDRAW Graphics Suite X3

IBM SPSS Statistics 20

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal Licence

LiteManager Pro - Server

Oracle VM VirtualBox 3.2.10

Skype

Альт-Инвест сумм

Операционная система "Альт Образование"

Операционная система Microsoft Windows XP SP3

Электронный периодический справочник "Система ГАРАНТ"

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Юрайт: электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru>

2. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки ТГУ. – URL: <http://biblio.tsutmb.ru/elektronnyij-katalog>

3. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» . – URL: <http://www.biblioclub.ru>

4. Университетская библиотека онлайн: электронно-библиотечная система. – URL: <https://biblioclub.ru>

5. Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина. – URL: <https://www.prilib.ru>

6. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: <https://elibrary.ru>

7. Консультант студента. Гуманитарные науки: электронно-библиотечная система. – URL: <https://www.studentlibrary.ru>

### **Электронная информационно-образовательная среда**

[https://auth.tsutmb.ru/authorize?response\\_type=code&client\\_id=moodle&state=xyz](https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz)

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.