**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Комплект рабочих программ дисциплин (модулей) по основной профессиональной образовательной программе высшего образования

Направление подготовки:
**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность (профиль):
**Интернет-маркетинг**

Форма обучения:
**очная**

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 02A7A1DF009BB38AAF4A2886FA3DCD085A
Владелец: НЕСТЕРОВ МАКСИМ СЕРГЕЕВИЧ
Действителен: с 20.11.2025 до 20.02.2027

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 15E5F2006BB416AB4E8C993599A2EAB4
Владелец: Васильев Артем Игоревич
Действителен: с 16.06.2026 до 16.06.2038

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «История России»

**Направление подготовки:** 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
**Профиль подготовки:** Интернет-маркетинг
**Квалификация выпускника:** Бакалавр
**Форма обучения:** очная

**2025**

## Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ ..... 3

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ..... 5

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ..... 6

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 11

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 37

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 53

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ..... 55

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «История России» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 08.06.2017 N 512.

Изучение дисциплины «История России» ориентировано на формирование у обучающихся восприятия межкультурного разнообразия общества, на повышение уровня теоретико-исторического и социально-гуманитарного мышления, на оценку и осмысление социально-исторических процессов в контексте опыта российской истории в ее неразрывной связи с мировой историей.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на первом курсе в первом и втором семестрах.

**Цель и задачи дисциплины**

***Целью изучения дисциплины*** «История России» является формирование у обучающихся способности воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

***Задачи дисциплины:***

- приобретение студентами знаний содержания различных культур, мировоззрения, поведения, моральных и религиозных принципов различных народов России;
- приобретение студентами знаний основных закономерностей процессов формирования и эволюции российского государства, общества, его культуры и конфессий, взаимоотношения власти и общества на различных этапах исторического развития;
- формирование у студентов умения давать объективную характеристику конкретным историческим периодам, фактам, явлениям для понимания межкультурного разнообразия общества;
- формирование у студентов умения использовать полученные знания об исторических особенностях, национальных и культурных традициях различных народов при взаимодействии с представителями различных национальных и культурных групп в повседневной жизни и практической деятельности;
- получение студентами практического опыта анализа исторических

фактов, оценки исторических событий и явлений, выявления исторических закономерностей с целью восприятия межкультурного разнообразия общества и конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей, навыками толерантного восприятия социальных и культурных различий.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компе-тенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **выпускник должен знать** | **выпускник должен уметь** | **выпускник должен иметь практический опыт** | |
| Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах | **УК-5** | **УК-5.3** Воспринимает межкультурное разнообразие общества, опираясь на знания и умения социально-исторического характера | содержание различных культур, мировоззрения, поведения, моральных и религиозных принципов различных народов России; основные закономерности процессов формирования и эволюции российского государства, общества, его культуры и конфессий, взаимоотношения власти и общества на различных этапах исторического развития | давать объективную характеристику конкретным историческим периодам, фактам, явлениям для понимания межкультурного разнообразия общества; использовать полученные знания об исторических особенностях, национальных и культурных традициях различных народов при взаимодействии с представителями различных национальных и культурных групп в повседневной жизни и практической деятельности | анализа исторических фактов, оценки исторических событий и явлений, выявления исторических закономерностей с целью восприятия межкультурного разнообразия общества и конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей, навыками толерантного восприятия социальных и культурных различий | Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа |

# 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| ***Очная форма*** | | | | | | | | | | | |
| ***1 семестр*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1. Общие вопросы курса* | 2 | 1 | 1 | | | | | | | 2 | Тест/6 Доклад-презентация и дискуссия/6 |
| *Тема 2. Народы и государства на территории современной России в древности. Русь в IX — первой трети XIII вв.* | 6 | | | | | | | | | 2 | |
| *Тема 3. Русь в XIII–XV вв.* | 6 | 1 | 1 | | | | | | | 2 | Тест/6 Доклад-презентация и дискуссия/6 |
| *Тема 4. Мир к началу эпохи Нового времени. Россия в XVI–начале XVII вв.* | 4 | | | | | | | | | 1 | Тест/6 Доклад-презентация и дискуссия/6 |
| *Тема 5. Россия в XVII в. Ведущие страны Европы и Азии, международные отношения. Культура России в XVI–XVII вв.* | 4 | | | | | | | | | 1 | |
| *Тема 6. Россия в эпоху преобразований Петра I* | 4 | 1 | 1 | | | | | | | 1 | Тест/6 Доклад-презентация и дискуссия/6 |

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| *Тема 7. Эпоха «дворцовых переворотов». 1725-1762 гг.* | 4 | | | | | | | | | 1 | |
| *Тема 8. Россия во второй половине XVIII в. Эпоха Екатерины II. Русская культура XVIII в.* | 4 | | | | | | | | | 1 | |
| *Тема 9. Российская империя в первой половине XIX в.* | 4 | 2 | 2 | | | | | | | 1 | Тест/6 Доклад-презентация и дискуссия/6 |
| *Тема 10. Время Великих реформ в России. Европа и мир в XIX в.* | 4 | | | | | | | | | 1 | |
| *Тема 11. Россия на пороге XX в. Первая русская революция. Российская империя в 1907-14 гг. Первая мировая война и Россия* | 6 | | | | | | | | | 1 | |
| **Всего:** | **48** | **5** | **5** | | | | | | | **14** | **100 (60 ТКУ+40 ПА)** |
| **Контроль, час** | **0** | | | | | | | | | | **Зачет (40)** |
| **Объем** | **72** | | | | | | | | | | |

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| **дисциплины (в академических часах)** | | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **2** | | | | | | | | | | |
| ***2 семестр*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 12. Великая российская революция (1917–1922) и ее основные этапы* | 4 | 2 | 2 | | | | | | | 2 | Тест/6 Доклад-презентация и дискуссия/6 |
| *Тема 13. Советский Союз в 1920-е-1930-е гг.* | 10 | | | | | | | | | 3 | Тест/6 Доклад-презентация и дискуссия/6 |
| *Тема 14. Великая Отечественная война 1941–1945 гг. Борьба советского народа против германского нацизма – ключевая составляющая Второй мировой войны* | 10 | 2 | 2 | | | | | | | 3 | Тест/6 Доклад-презентация и дискуссия/6 |
| *Тема 15. Преодоление последствий войны. Апогей и кризис советского общества. 1945-1984 гг. Мир после* | 8 | | | | | | | | | 2 | Тест/6 Доклад-презентация и дискуссия/6 |

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| *Второй мировой войны* | | | | | | | | | | | |
| *Тема 16. Период «перестройки» и распада СССР (1985-1991)* | 4 | | | | | | | | | 1 | |
| *Тема 17. Россия в 1990-е гг.* | 6 | 1 | 1 | | | | | | | 1 | Тест/6 Доклад-презентация и дискуссия/6 |
| *Тема 18. Россия в XXI в.* | 6 | | | | | | | | | 2 | |
| **Всего:** | **48** | **5** | **5** | | | | | | | **14** | **100 (60 ТКУ+40 ПА)** |
| **Контроль, час** | **0** | | | | | | | | | | **Зачет с оценкой (40)** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **72** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **2** | | | | | | | | | | |
| **Всего:** | **96** | **10** | **10** | | | | | | | **28** | **100 100** |
| **Контроль, час** | **0** | | | | | | | | | | **Зачет Зачет с оценкой** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **144** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных** | **4** | | | | | | | | | | |

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | Самостоятельная работа | ТКУ / балл Форма ПА |
| единицах) | | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### *Тема 1. Общие вопросы курса*

Методология исторической науки. Принципы периодизации в истории. Древний мир, Средние века, Новая история, Новейшая история. Общее и особенное в истории разных стран и народов.

Роль исторических источников в изучении истории. Археология и вещественные источники. Письменные источники. Исторический источник и научное исследование в области истории.

Научная хронология и летосчисление в истории России.

Хронологические рамки истории России. Ее периодизация в связи с основными этапами в развитии российской государственности от возникновения государства Русь в IX в. до современной Российской Федерации.

Географические рамки истории России в пределах распространения российской государственности в тот или иной период. История стран, народов, регионов, входивших в состав России на разных этапах ее существования как часть российской истории.

История России как часть мировой истории. Необходимость изучения истории России во взаимосвязи с историей других стран и народов, в связи с основными событиями и процессами, оказавшими большое влияние на ход мировой истории.

### *Тема 2. Народы и государства на территории современной России в древности. Русь в IX — первой трети XIII вв.*

Евразийское пространство: природно-географические характеристики. Происхождение человека. Генезис индоевропейцев. Заселение территории современной России человеком современного вида. Памятники каменного века на территории России. Основные направления развития и особенности древневосточной, древнегреческой и древнеримской цивилизаций. Возникновение христианства. Средние века: понятие, хронологические рамки, периодизация. Падение Западной Римской империи и образование германских королевств. Великое переселение народов. Вопрос о славянской прародине и происхождении славян. Расселение славян, их разделение на три ветви: восточных, западных и южных. Славянские общности Восточной Европы. Их соседи: балты и финно-угры. Хозяйство восточных славян, их общественный строй и политическая организация. Возникновение княжеской власти. Религиозные представления. Византийская империя. Страны и народы Восточной Европы, Сибири и Дальнего Востока. Возникновение и распространение ислама и арабский халифат.

Исторические условия складывания государственности. Формирование новой политической и этнической карты Европы. Политогенез в раннесредневековой Европе. Первые известия о *руси*.

Проблема образования Древнерусского государства. «Призвание варягов» и начало династии Рюриковичей. Дискуссии по поводу так называемой норманнской теории и современные научные взгляды на проблему.

Формирование территориально-политической структуры Руси. Дань и полюдье. Первые русские князья: Рюрик, Олег, Игорь, Ольга, Святослав, Владимир. Отношения с Византийской империей, странами Центральной, Западной и Северной Европы, кочевниками европейских степей. Торговые пути. Русь в международной торговле. Принятие христианства и его значение. Причины принятия христианства из Византии. Значение византийского наследия на Руси (право, религия, культура, искусство и др.). Предание о выборе веры Владимиром Святославичем как отражение религиозного многообразия. Христианство, ислам и иудаизм как традиционные религии России.

Феодальная иерархия и сеньориальная система в Западной Европе. Роль и положение христианской церкви и духовенства. Великая схизма: православие и католицизм. Средневековый город. Рыцарство. Крестовые походы. Мир кочевников. Китай. Империя Сун. Индия. Касты. Япония. Сегунат. Особенности общественно-политического строя в период Средневековья в странах Европы и Азии.

Территория и население государства Русь/Русская земля. Крупнейшие города Руси. Территориально-политическая структура Руси: волости. Органы власти: князь, посадник, тысяцкий, вече. Внутриполитическое развитие. Борьба за власть между сыновьями Владимира Святого. Ярослав Мудрый. Русь при Ярославичах. Любечский съезд.

Владимир Мономах. Русская церковь. Экономика древней Руси: земледелие, животноводство, ремесло, промыслы (охота, рыболовство, бортничество). Общественный строй Руси: дискуссии в исторической науке. Проблема «феодализма» в целом и в древней Руси в частности. Княжеско-дружинная элита, духовенство. Городское население. Категории рядового и зависимого населения. «Служебная организация» и вопрос о центральноевропейской социально-экономической модели на Руси. Древнерусское право. «Русская правда». Внешняя политика и международные связи: отношения с Византией, печенегами, половцами, странами Центральной, Западной и Северной Европы.

Русь в середине XII — начале XIII в. Формирование земель — самостоятельных политических образований («княжеств»). Важнейшие земли и особенности их социально-экономического и политического развития: Киевская, Черниговская, Смоленская, Галицкая, Волынская, Суздальская, Рязанская, Новгород. Значение Киева в период существования самостоятельных русских земель. Формирование элементов республиканской политической системы в Новгороде. Внешняя политика русских земель.

***Тема 3. Русь в XIII–XV вв.***

Особенности политического развития стран Европы. Эпоха кризисов. «Черная смерть». Начало Столетней войны. Османские завоевания на Балканах.

Монгольская империя. Завоевания Чингисхана и его потомков. Походы Батыя в Восточную и Центральную Европу. Возникновение Орды. Судьбы русских земель после монгольского нашествия. Система зависимости русских земель от ордынских ханов.

Южные и западные русские земли. Возникновение Литовского государства и включение в его состав части русских земель.

Северо-западные земли. Эволюция республиканского строя в Новгороде и Пскове.

Католическая церковь в XIII–XIV вв. Папство. Ордена крестоносцев и отношения с ними русских земель. Александр Невский. Споры в науке и публицистике о его «историческом выборе» между Западом и Востоком.

Княжества Северо-Восточной Руси. Борьба за великое княжение. Владимирское. Противостояние Твери и Москвы. Дмитрий Донской. Куликовская битва. Отношения Руси и Орды: современные научные представления и спорные вопросы. Причины длительности ордынского владычества над русскими землями. Закрепление первенствующего положения московских князей в Северо-Восточной Руси. Перенос митрополичьей кафедры в Москву. Роль православной церкви в ордынский период русской истории.

Образование национальных государств в Европе: общее и особенное. Византия эпохи Палеологов. Флорентийская уния. Завоевание Константинополя османами. Падение Византийской империи.

Великое княжество Литовское в XIV–XV вв. Грюнвальдская битва. Польско-литовская уния и судьбы западно-русских земель. Роль русского языка западного извода и русской письменности в культуре и повседневной жизни Великого княжества Литовского.

Объединение русских земель вокруг Москвы. Династическая война в Московском княжестве второй четверти XV в. Великий Новгород и Псков в XV в.: политический строй, отношения с Москвой, Тевтонским орденом в Ливонии, Ганзой, Великим княжеством Литовским. Падение Константинополя и изменение церковно-политической роли Москвы в православном мире. Возникновение доктрины «Москва — третий Рим». Иван III. Присоединение Новгорода и Твери.

Нарастание центробежных тенденций в Орде и ее распад на отдельные политические образования. Стояние на Угре. Ликвидация зависимости Руси от Орды.

Расширение международных связей Российского государства.

Принятие общерусского Судебника. Церковь и великокняжеская власть.

Дохристианская культура восточных славян и соседних народов. Основные достижения мировой культуры в эпоху Средневековья. Крещение Руси и его роль в дальнейшем развитии русской культуры. Начало каменного строительства. Древнерусское изобразительное искусство. Знания о мире и технологии. Обучение и уровень грамотности на Руси.

***Тема 4. Мир к началу эпохи Нового времени. Россия в XVI–начале XVII вв.***

Происхождение понятия «Новое время», хронологические рамки и периодизация. Великие географические открытия. Открытие Америки. Первые кругосветные путешествия. Испанская конкиста в Америке и проникновение португальцев в Индию, Китай и Японию. Первые колониальные империи. Начало африканской работорговли. Смещение основных торговых путей в океаны. Расцвет пиратства. Золотые и серебряные рудники, их значение для мировой экономики. «Революция цен». Становление капиталистических форм производства и обмена в Западной Европе, «Второе издание крепостничества» в странах к Востоку от Эльбы. Формирование национальных государств в Европе. Понятие и отличительные черты абсолютизма. Реформация и контрреформация в Европе. Крестьянская война в Германии. «Охота на ведьм». Религиозные войны во Франции. «Варфоломеевская ночь».

Османская империя (территориальный рост; государственное и военное устройство). Иран. Борьба с Османской империей. Народы Кавказа в условиях противостояния Ирана и Османской империи. Расширение связей с Россией. Индия. Возникновение и расцвет империи Великих Моголов. Проникновение португальцев и голландцев в Индию. Английская Ост-Индская компания. Китай. Расцвет Китая в правление династии Мин. Япония. Сёгунат Токугава. «Закрытие» Японии.

Завершение процесса объединения русских земель под властью великих князей московских. Внешняя политика Московского государства в первой трети XVI в. Военные конфликты с Великим княжеством Литовским, Крымским и Казанским ханствами. Великий князь Василий III Иванович. Боярская дума. Первые приказы. Укрепление власти великого князя московского. Ликвидация удельной системы. Завершение формирования доктрины «Москва — Третий Рим», формула монаха Филофея.

Регентство великой княгини Елены Глинской. Период боярского правления. Принятие Иваном IV царского титула, закреплявшее представление о наследовании правителями России статуса византийских императоров. Правительство «Избранной рады». Оформление приказной системы органов центрального управления. Первые Земские соборы, вопрос о сословном представительстве в Московском государстве. Принятие общерусского Судебника 1550 г. «Стоглавый собор» 1551 г. и усиление зависимости Русской

православной церкви от государства. Опричнина. Споры о причинах и характере опричнины в исторической науке. Послания Ивана Грозного о сущности самодержавной власти. Переписка с князем Андреем Курбским. Опричный террор. Внешняя политика Российского государства. Военные столкновения с Великим княжеством Литовским (Речью Посполитой) и Швецией. Ливонская война: задачи войны и причины поражения России. Расширение политических и экономических контактов со странами Европы. Начало морской торговли с европейскими странами через гавани Белого моря. Включение в состав России земель Казанского и Астраханского ханств. Походы на Крым и набеги крымских ханов на русские земли. Молодинская битва и ее историческое значение. Усиление российского влияния на Ногайскую орду и государственные образования Северного Кавказа. Поход атамана Ермака Тимофеевича и начало присоединения Западной Сибири. Социально-экономическое развитие страны.

Экономический кризис в Московском государстве конца XVI в. Крепостнические тенденции. Династическая ситуация после кончины Ивана Грозного. Царствование Федора Ивановича. Политическая борьба при московском дворе в конце XVI в. Учреждение патриаршества. Пресечение царской династии Рюриковичей. Земский собор и избрание на престол Бориса Годунова.

Дискуссия о причинах и хронологии Смутного времени в России. Периодизация Смуты. Начало Смутного времени. Предпосылки системного кризиса Российского государства в начале XVII в. Обострение социально-экономической ситуации. Голод 1601–1603 гг. Падение легитимности власти царя Бориса Годунова. Развитие феномена самозванства. Династический этап Смутного времени. Вторжение войска Лжедмитрия на территорию Российского государства при поддержке правящих кругов Речи Посполитой и Ватикана. Переход на его сторону населения южных и юго-западных уездов страны. Начало гражданской войны. Смерть Бориса Годунова и воцарение Лжедмитрия I. Внутренняя и внешняя политика самозванца. Свержение Лжедмитрия I.

Углубление и расширение гражданской войны. Царствование Василия IV Ивановича Шуйского. Восстание против него населения южнорусских и поволжских уездов Российского государства. Социальные противоречия как движущая сила в гражданской войне. Повстанческое войско Ивана Болотникова.

Лжедмитрий II и его поход под Москву. Участие в движении самозванца отрядов из Речи Посполитой. Поддержка самозванца в центральных и северо-западных уездах страны. Оборона Троице-Сергиева монастыря. Русско-шведский договор о военном союзе. Официальное вступление Речи Посполитой в войну против Росийского государства. Оборона Смоленска. Разгром Тушинского лагеря Лжедмитрия II. Низложение царя Василия Шуйского. Иностранная

интервенция как составная часть Смутного времени.

Кульминация Смуты. Договор о передаче престола польскому королевичу Владиславу. Договоры 1610 г. об избрании на престол королевича Владислава: перспектива ограничения царской власти боярской аристократией. Споры ученых о возможности включения России в русло центральноевропейской (польской) политической модели.

Подъем национально-освободительного движения. Формирование Первого ополчения. Образование Второго ополчения. Освобождение столицы. Земский собор 1613 г. Избрание на престол Михаила Федоровича Романова: консенсус или компромисс?

Завершение Смутного времени. Русско-шведские переговоры и заключение Столбовского мирного договора. Потеря выхода к берегам Балтийского моря. Поход войска королевича Владислава и запорожского гетмана П. Сагайдачного на Москву. Заключение Деулинского перемирия с Речью Посполитой. Цена первой в истории России гражданской войны.

***Тема 5. Россия в XVII в. Ведущие страны Европы и Азии, международные отношения. Культура России в XVI–XVII вв.***

Война в Нидерландах против испанского владычества. Гражданская война в Англии.

Международные отношения в XVII в. Экономические мотивы и религиозный фактор во внешней политике. Начало формирования системы равновесия. «Пороховая революция» и изменения в организации вооруженных сил европейских стран. Тридцатилетняя война (1618–1648) и Вестфальский мирный договор. Османская империя и ее противостояние со странами Европы.

Колонизации Северной Америки. Отношения с индейцами. Приход к власти маньчжурской династии Цин в Китае.

Россия в XVII в. Социально-экономическое развитие. Восстановление разрушенной в Смутное время экономики страны. Возрождение прежней фискальной системы наряду с взиманием экстраординарных налогов. Преодоление демографического провала эпохи Смуты. Продвижение российских границ на восток до берегов Амура и Тихого океана. Освоение огромных пространств Сибири русскими землепроходцами и крестьянами, историческое значение этого процесса. Развитие торговли и ремесла.

Общественные потрясения и трансформации XVII в. Продолжение политики «закрепощения сословий». Ограничение мобильности посадского населения городов. Бессрочный сыск беглых и окончательное закрепощение крестьянства. Соляной бунт в Москве и серия городских бунтов на юге и севере страны, Псковско-Новгородское восстание, Медный бунт в Москве. Казацко-крестьянское восстание под руководством Степана Тимофеевича Разина. Соловецкое восстание.

Политическое развитие Московского государства. Царь Михаил Федорович. Царь Алексей Михайлович. Укрепление абсолютистских тенденций. Соборное уложение 1649 г. — общерусский свод законов. Укрепление приказной системы государственного управления. Ослабление позиций Боярской думы. Прекращение созывов Земских соборов. Патриарх Никон. Спор о взаимоотношениях «священства и царства». Церковная реформа и раскол Русской православной церкви. Старообрядчество. Царь Федор Алексеевич. Отмена местничества.

Внешняя политика. Восстановление утраченных в Смутное время позиций на международной арене. Смоленская война с Речью Посполитой. Усиление национального, социального и религиозного гнета на украинских и белорусских землях в составе Речи Посполитой. Восстание под руководством Богдана Хмельницкого. Переяславская рада и решение о включении украинских земель в состав Российского государства. Русско-польская война. Андрусовское перемирие. Возвращение Смоленских и Северских земель в состав России, присоединение Левобережной Украины и Киева.

Культура России в XVI–XVII столетиях. Развитие традиций древнерусской культуры и новые веяния. Распространение грамотности. Появление книгопечатания в Западной Европе и в России, культурно-историческое значение этого достижения. Формирование старообрядческой культуры. Культура Возрождения, ее отличительные черты. Формирование культуры Нового времени. XVII век — век разума. Развитие экспериментального естествознания. Формирование представлений и стереотипов о России в Европе.

Западное влияние в русской культуре XVII в. и основные каналы его проникновения. Распространение европейских «диковин» в быту русской знати. Перевод памятников европейской литературы.

### *Тема 6. Россия в эпоху преобразований Петра I*

Необходимость преобразований. Методы, средства, принципы, цели реформ. Проблема цены преобразований. Вопросы о программе и планомерности преобразований. Перемены в структуре российского общества. Консолидация служилых чинов по отечеству в единое дворянское сословие («шляхетство»): причины трансформации его прав и обязанностей. Указ о единонаследии. Табель о рангах. Политика по отношению к купечеству и городу: расширение самоуправления и усиление налогового гнета («налоги в обмен на права»). Введение подушной подати и социальные последствия этой реформы. Упорядочивание крестьянского сословия и его новая стратификация: владельческие, государственные и дворцовые крестьяне. Рекрутские наборы. Общее и особенное в положении различных слоев общества в европейских странах и России.

Преобразования в области государственного управления. Реформы местного управления. Основные принципы и результаты: усиление

самодержавной власти, централизация, развитие бюрократии. Пропаганда и практика этатизма. Последовательное внедрение принципа регулярства. Генеральный регламент и регламенты коллегий. Табель о рангах и ее роль в реализации принципа личной выслуги в бюрократии и в армии. Отличия за заслуги на службе государству.

Прекращение деятельности Боярской думы, временные органы совещательного характера. Образование Сената, возрастание его роли в системе центрального управления. Приказная система в правление Петра I и ее угасание. Учреждение коллегий: усиление централизации управления с одновременным использованием принципа коллегиальности принятия решений.

Реформы местного управления. Первая и вторая областные реформы. Расширение самоуправления в городах (от «бурмистрской» реформы к созданию Главного магистрата).

Использование опыта европейских государств в преобразовании управления. Основание Санкт-Петербурга, становление его в качестве столицы Российской империи. Военная реформа Петра I. Строительство регулярной армии. Рекрутские наборы. Создание военного флота.

Внешняя политика Петра I. Международное положение России к концу XVII в. и основные задачи ее внешней политики. «Вечный» мир с Польшей и русско-турецкая война 1686–1700 гг. Крымские походы.

Изменение главного вектора внешней политики России на рубеже XVII и XVIII вв. Борьба за выход к Балтике — главная внешнеполитическая задача Петра I. Северная война 1700–1721 гг. обеды российской армии: взятие Нотебурга, Дерпта, Нарвы, Риги; битва при деревне Лесной. Полтавская битва и ее историческое значение. Победы флота у мыса Гангут и острова Гренгам. Ништадтский мир и его итоги.

Восточная политика Петра I. Прутский поход 1711 г. Каспийский поход 1722–1723 гг. Поиски путей в Индию. Нормализация взаимоотношений с Китаем. Реформы в дипломатической сфере.

Экономическое развитие. Политика меркантилизма и протекционизма, ее специфика для России. Внутренняя и внешняя торговля. Социальный протест. Государство и церковь в эпоху Петра I. Преобразования в области культуры и быта. Интенсивное развитие светской культуры. Активизация западноевропейских культурных заимствований. Перестройка повседневной жизни горожан и знати по европейскому образцу. Изменение положения женщин. Появление светских праздников и развлечений. Распространение стиля барокко. Перенесение на русскую почву западной архитектуры, живописи и музыки. Развитие образования и создание условий для научных исследований и их начало. Открытие первого высшего учебного заведения — Славяно-греко-латинской академии — и ее значение в развитии просвещения в эпоху Петра I.

Создание светских учебных заведений. Перевод научной

литературы. Начало научного коллекционирования (Кунсткамера), указ о создании Академии наук. Дискуссии о результатах и историческом значении реформ Петра I.

***Тема 7. Эпоха «дворцовых переворотов». 1725-1762 гг.***

Вопрос о продолжении преобразований Петра I его преемниками. Сохранение основных параметров курса внутренней и внешней политики, определенной Петром I. Предпосылки и основные факторы политической нестабильности в России после Петра I. Незавершенность преобразований в системе управления. Роль армии и гвардии. Фаворитизм. Неопределенность в престолонаследии. «Верхушечный» характер перемен во власти. Группировки внутри политической элиты в борьбе за власть. Противостояние «старой» и «новой» знати. Приверженцы различных ветвей правящей династии. Насильственная смена правящих монархов (свержение Иоанна Антоновича и Петра III), отстранение от власти фактических правителей А.Д. Меншикова, Э.И. Бирона.

Приход к власти Анны Иоанновны, «затейка верховников», попытка ограничения самодержавия, цели ее сторонников и причины провала. Правление Анны Иоанновны, особенности ее внутренней политики. «Бироновщина» — суть явления, вопрос о «немецком засилье».

Правление Елизаветы Петровны. Укрепление позиций дворянства. Меры в сфере экономики (распространение монополий, отмена внутренних торговых пошлин, учреждение дворянского и купеческого банков, протекционизм во внешней торговле, налоговая политика).

Петр III — результаты его кратковременного правления в сфере внутренней политики, «Манифест о вольности дворянской». Внешнеполитические акции Петра III. Недовольство его политикой в среде российского дворянства, армии, церкви. Причины свержения Петра III.

***Тема 8. Россия во второй половине XVIII в. Эпоха Екатерины II. Русская культура XVIII в.***

XVIII век — век Просвещения. Понятие «Просвещение». Трансформация абсолютных монархий. Модернизация как переход от традиционного к индустриальному обществу. Запад и Восток в XVIII в.: многообразие цивилизаций, их сходство и различия. Россия — «мост» между Западом и Востоком. Проблема «равновесия» в рамках европейского «концерта» держав, устойчивые союзы, противоречия и конфронтация. Колониальный период в истории Северной Америки. Война английских колоний за независимость. Образование Соединенных Штатов Америки. Французская революция конца XVIII в. Традиционные общества Востока в условиях европейской колониальной экспансии.

Вопрос о просвещенном абсолютизме в России. Взгляды российских мыслителей по актуальным политическим и социальным проблемам. Журналы и публицистика. Уложенная комиссия 1767–1769 гг. Укрепление самодержавной власти: идеология и практика. Реформа Сената, эволюция центральных отраслевых органов управления. Губернская реформа Екатерины II. Основное содержание: создание отдельных от администрации судебных органов, отраслевые учреждения на местах, привлечение сословий к местному управлению. Крепостное хозяйство и крепостное право в системе хозяйственных и социальных отношений. Положение крестьянства и права владельцев крепостных крестьян. Обострение социальных противоречий. Восстание под предводительством Емельяна Пугачева.

Формирование сословной структуры российского общества. Положение дворянства: привилегии «благородного сословия» и политика правительства по укреплению роли дворянства в качестве господствующего сословия. Взаимоотношения государства и церкви. Секуляризация церковных владений, ее последствия для дальнейшей жизни монастырей.

Национальная и конфессиональная политика Российской империи. Политика по отношению к старообрядцам, лицам инославных и нехристианских конфессий. Включение в состав российского дворянства представителей верхушки нерусских народов и территорий, вошедших в состав империи. Ликвидация Гетманства на Левобережной Украине, Запорожской Сечи. Сибирь в XVIII в. Освоение Северо-Западной Америки. Создание Российско-Американской компании.

Экономическая политика правительства. Развитие промышленности и торговли в условиях сохранения крепостнического режима. Появление ассигнаций. Промышленные предприятия: их владельцы, характер применяемой рабочей силы. Оброчная и барщинная форма крепостного хозяйства, их взаимосвязь с развитием рынка и крупного производства. Отходничество крестьян. Наемный труд на купеческих и крестьянских мануфактурах, формирование капиталистического уклада в промышленности. «Капиталистые» крестьяне. Развитие инфраструктуры экономики. Ярмарки и их роль в развитии внутреннего рынка. Транспортные коммуникации: «почтовые» дороги, водно-транспортные системы. Россия в системе европейского и мирового рынка.

Внешняя политика России середины и второй половины XVIII в. Россия — как одна из ведущих держав на международной арене. Упрочение ее статуса, признание ее в качестве империи. Основные цели Российской империи во внешней политике.

Предпосылки продвижения России к Черному морю: обеспечение безопасности юго-западных границ, освоение территорий Приазовья и Причерноморья, развитие российской внешней торговли через Черное море, укрепление влияния России на Балканах. Войны с Османской

империей и их результаты.

Освоение Новороссии, заселение края, развитие сельского хозяйства и промышленности, строительство новых городов и портов, деятельность российской администрации, развитие русской культуры. Политика России по отношению к Речи Посполитой. Участие России в разделах Речи Посполитой. Вхождение в состав России Правобережной Украины, Белоруссии и Литвы. Россия в Семилетней войне. Россия и революция во Франции.

Павел I. Основные черты, особенности и цели его внутренней политики. крепление самодержавия путем усиления личной власти императора, укрепления полиции, бюрократии. Политика по отношению к дворянству, крестьянству, крепостному праву. Указ «о трехдневной барщине». «Акт о престолонаследии». Внешняя политика Павла I. крепление самодержавия путем усиления личной власти императора, укрепления полиции, бюрократии. Политика по отношению к дворянству, крестьянству, крепостному праву. Указ «о трехдневной барщине». «Акт о престолонаследии». «Установление о российских императорских орденах». Дворцовый переворот 1801 г.

Идеология Просвещения и ее влияние на развитие русской культуры XVIII в. Школа и образование в России в XVIII в. Культура разных сословий. Российская наука в XVIII в. Новые веяния в русском искусстве.

### *Тема 9. Российская империя в первой половине XIX в.*

Правительственный конституционализм начала XIX в. «Блистательный век» Александра I: задуманное и осуществленное. Интеллектуальные последствия Французской революции конца XVIII в.: кризис Просвещения. Становление концепции национального государства. «Негласный комитет» и «Непременный совет». Проекты реформ Сперанского и их реализация. Административные преобразования: учреждение министерств, реформа Государственного совета, рекрутирование нового чиновничества. Российские реалии и французские образцы. Европейская идея. Н. М. Карамзин и первые шаги русского консерватизма.

Россия в системе международных отношений. Отечественная война 1812 г. Заграничные походы русской армии. Характер, последствия и итоги Наполеоновских войн. Роль России в освобождении Европы от наполеоновской гегемонии. Венский конгресс и становление «европейского концерта». Российская империя и новый расклад сил в Европе. Политическая концепция легитимизма. Идейные основания и политическая роль «Священного союза» монархов. Политическая реакция второй половины царствования Александра I. Социальная эволюция российского «общества»: количественные и качественные показатели.

Революционаризм в Европе. Соединенные Штаты Америки.

Экспансия американского фронтира на Запад. «Доктрина Монро».

Формирование традиций радикализма в России. Декабризм как политическая мысль и политическое действие. Опыт военного переворота в Испании: модель военной революции. Причины зарождения движения декабристов. Первые декабристские организации. «Конституция» Н. М. Муравьева и «Русская правда» П. И. Пестеля: два альтернативных осмысления будущего России. Восстания на Сенатской площади и на Украине. Значение событий на Сенатской площади 14 декабря 1825 г. для последующего царствования Николая I.

Государственный строй в николаевской России. Роль Собственной Его Императорского Величества Канцелярии в процессе выработки правительственных решений. Кодификация законодательства. Становление юридического образования в России. Крестьянский вопрос в царствование Николая I: секретные комитеты. Деятельность П. Д. Киселева в качестве министра государственных имуществ. «Киселевская реформа» государственных крестьян. Экономическое развитие второй четверти XIX в. Дискуссия о кризисе крепостного хозяйства. Финансовые преобразования Е. Ф. Канкрина: первоначальный успех и последовавшие трудности.

Русская общественная мысль второй четверти XIX в. Общественная мысль в России и немецкая классическая философия. Триада С. С. Уварова как государственная идеология: поиск формулы национальной идентичности. Концепция «народности». Общественные настроения в николаевское царствование. Славянофильство и западничество.

Перемены во внешнеполитическом курсе во второй четверти XIX в. Русско-иранская война (1826–1828). Политика России в восточном вопросе. Русско-турецкая война (1828–1829). Война на Северном Кавказе: причины, этапы, последствия. Россия и европейские революции. Российская империя второй четверти XIX в. и европейский консерватизм. Крымская война. Синопское сражение. Севастопольская оборона. Парижский мирный договор.

Развитие культуры и искусства в России в первой половине XIX в. Реформа народного просвещения в эпоху Александра I. Появление сети университетов. Развитие технических учебных заведений при Николае I.

### *Тема 10. Время Великих реформ в России. Европа и мир в XIX в.*

Становление индустриальной цивилизации. Промышленный переворот в XIX в. Технический прогресс. Изменение роли аристократии, эволюция положения крестьянства. Новый статус буржуазии. Появление среднего класса, рождение индустриального общества. Возникновение организованного рабочего движения.

Политика и общество. Утверждение конституционных и парламентских монархий. Развитие политических идеологий (консерватизм, либерализм, научный социализм). Профсоюзное движение. Империи и национальные государства.

Ведущие страны Европы и мира во второй половине XIX в. Внутренняя и внешняя политика Наполеона III. Французская республика. Парижская коммуна. Викторианская эпоха в Великобритании. Колониальная экспансия в Азии и Африке. Германской империи. Внутренняя и внешняя политика Бисмарка и новый политический курс Вильгельма II. Дуалистическая монархия Австро-Венгрия. Эпоха Рисорджименто в Италии. Гражданская война Севера и Юга в США. Общества и страны Востока в условиях европейской колониальной экспансии.

Россия после Крымской войны. Поражение в войне и общественное мнение середины XIX в. Великие реформы Александра II как модернизационный проект. Складывание новых отношений власти и общества: отмена крепостной зависимости крестьянства, введение земств, реформа городского самоуправления, Судебные уставы 1864 г. Университетский устав 1863 г. Временные правила о цензуре и печати 1865 г.

Крестьянская реформа 1861 г.: причины, этапы подготовки, последствия. Модернизация социальной структуры российского общества как политический фактор второй половины XIX в. Бюрократия и «аристократическая оппозиция». Трансформация правительственного курса.

Судебные преобразования 1870-х гг. Военная реформа Д.А. Милютина. Политический кризис конца 1870-х гг. Общественное брожение и поиск модели выхода из кризиса. Социальные и экономические последствия Великих реформ. Крестьянская община в меняющейся России: ее значение в ходе проведения крестьянской реформы 1861 г. Правовой статус крестьянина после реформы 1861 г.

Индустриализация и урбанизация. Развитие железнодорожной сети. Складывание новых социальных групп. Появление рабочего вопроса в России. Трансформация общественной среды в 1860–1870-х гг. Появление новых страт и институтов, рост периодической печати. Земское движение: лидеры, формы организации. Идеологические поиски второй половины XIX в. Классический либерализм в странах Западной Европы. Русский классический либерализм. Земский либерализм. Западноевропейский и русский консерватизм.

Феномен империи в Новое время. Типологизация империй. Империи морские и континентальные. Россия как континентальная империя. Взаимодействие европейских империй (Романовых, Габсбургов, Гогенцоллернов, Османов). Империя и национальное государство: проблема соотношения. Принципы национальной политики Российской империи. Особенности управления окраинами. Имперский центр и региональные элиты; их интеграция в общероссийскую. Россия как многоконфессиональное государство.

Самоопределение России в условиях менявшейся Европы. Европейское направление внешней политики в годы царствования

Александра II. Новое соотношение сил как результат образования больших европейских держав (Германии и Италии). Новые акценты российской дипломатии: политика России в Средней Азии, ее включение в состав Российской империи. Конкуренция России и Великобритании. Взаимоотношения Российской империи с дальневосточными государствами (Китаем и Японией). Панславизм и славянский вопрос. Внешняя политика и общественное мнение конца 1870-х гг. Русско-турецкая война (1877–1878): цена победы. Берлинский конгресс: вынужденные уступки или дипломатическое поражение? Внешнеполитический курс в царствование Александра III. Нарастающие конфликты с Германской империей. Русско-французское сближение. Становление блоковой системы в Европе конца XIX — начала XX в. Кризис «европейского концерта».

Складывание революционной традиции в России. Утопический социализм в странах Западной Европы. Становление и развитие западноевропейского марксизма. Русское народничество. Революционный террор конца 1870 — начала 1880-х гг. Попытки диалога власти и общества в 1878–1881 гг. Убийство народовольцами императора Александра II.

Начало царствования Александра III. Концепция «народной монархии» как основополагающий элемент официальной идеологии 1880–1890-х гг. Голод 1891–1892 гг. и кампания помощи голодающим: важная веха в истории общественного движения в России. Особенности русского марксизма рубежа XIX–XX вв.

Складывание Российской социал- демократической рабочей партии (РСДРП). Роль К. П. Победоносцева в первые годы царствования Александра III. Положение о мерах к охранению государственного порядка 1881 г.: «конституция Российской империи». Университетский устав 1884 г. Цензурная политика. Земское положение 1890 г. Городское самоуправление. Национальная политика в царствование Александра III.

Экономический рост 1890-х гг.: причины и масштабы.

Влияние на систему образования реформ Александра II. Основные направления развития и достижения мировой науки. Вклад российских ученых в развитие мировой науки. Культура и искусство Европы и Северной Америки в XIX в. Развитие культуры и искусства в России во второй половине XIX в.

### *Тема 11. Россия на пороге XX в. Первая русская революция. Российская империя в 1907-14 гг. Первая мировая война и Россия*

Начало царствования Николая II: общественные настроения, ожидания. Зарождение политических организаций и партий в России в конце XIX — начале XX в. Становление протопартийной системы. Характер и масштабы леворадикального движения. Второй съезд РСДРП: концепция партии нового типа. Нарастание политического кризиса. Деятельность В. К. Плеве в качестве министра внутренних дел.

Бюрократия и политический террор. «Полицейский социализм». Банкетная кампания.

Образование колониальных империй XIX — начала XX в. Столкновение интересов «великих держав» в Африке и Азии. Стремление России укрепить свои позиции на Дальнем Востоке. Взаимоотношения России и Японии. Русско-японская война. Складывание военно-политических блоков в Европе. Колониальная политика европейских государств. Мирные инициативы России и Первая Гаагская мирная конференция. Обострение международных отношений в начале XX в.

Первая русская революция. Политическое движение в России и европейское общественное мнение. Специфика массового движения 1905 г. Всеобщая октябрьская политическая стачка. Манифест 17 октября 1905 г. и его последствия. Особенности российского конституционализма. Проблема государственного строя Российской империи в 1906–1917 гг. в публицистике начала XX в. и историографии. Основные государственные законы 23 апреля 1906 г. Деятельность I Думы. II Государственная Дума и ее роспуск. Итоги Первой русской революции.

Партийная система России 1905–1917 гг. Социалистическое движение в условиях Первой русской революции. Российский либерализм начала XX в. Правомонархическое движение 1905–1917 гг. Государственный совет в политической системе Российской империи. Государственная дума и традиции европейского парламентаризма. Динамика изменений состава Государственной думы. Аграрная реформа Столыпина: замысел, механизмы осуществления, последствия. Реформы П. А. Столыпина в политико-правовом измерении.

Подготовка к большой европейской войне. Начало Первой мировой войны и российское общественное мнение. Этапы военных действий на Восточном фронте. Социальные последствия Мировой войны. Рост влияния общественных организаций: Всероссийский земский союз, Всероссийский союз городов, Земгор. Первая мировая война и трансформация политической системы России. Формирование Прогрессивного блока, его требования. Продовольственный кризис в Петрограде. Общественные ожидания революции. Нарастание политических противоречий в январе – феврале 1917 г.

Развитие культуры и искусства в России в начале XX в.

### *Тема 12. Великая российская революция (1917–1922) и ее основные этапы*

Кризис 1917 г. Причины революционного кризиса 1917 г. Первая мировая война как фактор революции. Нарастание наслаивавшихся друг на друга экономических затруднений: продовольственный, транспортный, топливный кризисы. Общественные настроения, отношение разных слоев общества и политических партий к власти и ее

институтам накануне 1917 г. Конфликт между правительственными структурами и Государственной думой. Усталость широких кругов общества от войны. Вопрос о неизбежности революции.

Свержение самодержавия и попытки выхода из политического кризиса. Причины и формы взаимодействия Петросовета и Временного правительства. Позиция лидеров российских социалистических партий по отношению к Временному правительству. Приказ № 1 и его влияние на армию. Основные направления политики Временного правительства. Политика большевиков по отношению к Временному правительству и ее динамика. Июльский кризис, конец Двоевластия, «Корниловский мятеж» и его подавление. Нарастание экономических трудностей, радикализация широких народных масс, рост влияния большевиков. Свержение Временного правительства, захват власти большевиками в октябре 1917 г. Значение «Декрета о мире» и «Декрета о земле». Осень 1917 — весна 1918 гг. — «Триумфальное шествие советской власти» или «Эшелонный период Гражданской войны»?

Гражданская война как особый этап революции. Причины Гражданской войны. Созыв и разгон Учредительного собрания. Создание советской республики. Национальный вопрос и сепаратистские движения. Формирование советской государственности: Совет народных комиссаров, Высший совет народного хозяйства и местные совнархозы. Создание ВЧК. Споры вокруг национализации промышленности. Конституция РСФСР 1918 г.

Брестский мир и борьба вокруг его заключения. Создание РККА. Военспецы. Основные фронты Гражданской войны и военные действия на них. Интервенция иностранных войск. Идеология Белого движения и важнейшие антибольшевистские правительства. Красный и белый террор. Национальная политика «красных» и «белых» в ходе Гражданской войны. Создание Украинской, Белорусской, Азербайджанской, Армянской и Грузинской советских социалистических республик. Советско-польская война и ее результаты.

Финальный этап Гражданской войны: поражение П.Н. Врангеля, окончание крупномасштабной Гражданской войны в России и постепенный переход в 1921-1922 гг. правительства большевиков к задачам мирного времени. Военные действия в Закавказье, Туркестане и на Дальнем Востоке. Дальневосточная республика. Военно-стратегические причины победы советских войск. Социально-экономические преобразования большевиков в годы Гражданской войны. Политика «Военного коммунизма». Массовая национализация промышленности, «главкизм». Продразверстка и продотряды. Карточное распределение, сокращение сферы обращения денег. Советские идеологические и культурные новации периода Гражданской войны.

### *Тема 13. Советский Союз в 1920-е-1930-е гг.*

Революционная волна в Европе и мире после Первой мировой войны. Крах империй и образование новых государств. Ноябрьская революция в Германии. Веймарская республика. Образование республики в Турции и кемализм. Версальско-вашингтонская система. Унижение Германии. Формирование мирового порядка под англо-французской гегемонией. Страны Запада в 1920-е гг. Реакция на «революционную волну». Послевоенная стабилизация. Рост влияния социалистических партий и профсоюзов.

Советская Россия на исходе Гражданской войны. Социально-политические и экономические результаты «Военного коммунизма». Перетекание реальных властных полномочий от органов советской власти к партийным структурам. Экономическая разруха. Размывание слоя кадровых рабочих — сокращение основной социальной базы советской власти. Значительное сокращение посевных площадей. Голод 1921–1922 гг. Изъятие церковных ценностей и преследование служителей культа. Нарастание социальной напряженности. Крестьянские восстания в Сибири, Поволжье и на Тамбовщине. Кронштадтское восстание.

Переход к Новой экономической политике. Важнейшие преобразования в рамках НЭПа. Переход от продразверстки к продналогу. Поощрение в сельской местности создания сельхозартелей и ТОЗов. Разрешение в мелкой промышленности частно-коммерческих отношений. Объединение крупной государственной промышленности в хозрасчетные тресты и синдикаты. Иностранные концессии. Стимулирование кооперации. Финансовая реформа 1922–1924 гг. и общее оздоровление финансовой системы.

Создание СССР. Предпосылки и причины объединения советских республик. Создание ЗСФСР. Спор по поводу «автономизации» и «федерализации». Роль В.И. Ленина в создании СССР по варианту «федерализации». Образование СССР и принятие конституции СССР 1924 г. Образование новых союзных республик в Закавказье и Средней Азии. Политика «коренизации» и ее результаты. Вопрос о фактической степени централизации Советского Союза.

Политическая борьба в СССР в 1920-е гг. Создание ОГПУ. Ликвидация небольшевистских партий и установление однопартийной политической системы. Смерть В.И Ленина и борьба за «ленинское наследство». Победа И. В. Сталина и его сторонников над оппозицией. Окончательное превращение партии большевиков во властную структуру. Результат политической борьбы в высших эшелонах советского руководства к концу 1920-х гг.

Социальная политика и ее реализация в 1920-е гг. Политика государства в области материнства и детства. Борьба с беспризорностью. Эмансипация женщин. Становление государственной системы здравоохранения. Социальные «лифты». Положение рабочих — биржи труда и проблема текучести. Феномен «лишенцев». Деревенский

социум: бедняки, середняки и кулаки. Вопросы общественной морали.

Политика советского руководства по отношению к церкви. Пропаганда атеизма. Культурное развитие в 1920-е гг. Политика ликвидации безграмотности и ее практические результаты к концу десятилетия.

Свертывание НЭПа. Итоги экономического развития СССР к середине 1920-х гг. «Восстановительный рост» — его плюсы и минусы. Дискуссия по поводу форм и темпов индустриализации. Противостояние «Генеральной линии» и «Левого уклона». Основные причины отказа от НЭПа в конце 1920-х гг.

«Великий перелом». Переход к политике форсированной индустриализации. Формирование директивно-плановой экономики как механизма мобилизации материальных и трудовых ресурсов. Выбор между приоритетным развитием группы отраслей «А» или «Б». Переход к политике массовой коллективизации. «Раскулачивание» и создание системы МТС. Массовый голод в СССР в 1932–1933 гг. Наиболее значимые стройки первых пятилеток. Возникновение в СССР новых отраслей промышленности. Освоение зарубежных технологий и использование иностранных специалистов.

Влияние нарастающей международной напряженности на темпы и приоритеты индустриализации. Милитаризация экономики Советского Союза, первоочередное развитие оборонных производств. Позитивные и негативные результаты экономического развития СССР в 1930-е гг. Индустриальный рост, превращение СССР в индустриально-аграрную державу. Ликвидация безработицы.

Политические процессы в СССР в 1930-х гг. Завершение складывания механизма власти единоличной власти Сталина. Завершение трансформации партии в основную властную структуру механизма управления СССР. Общее усиление идеологического контроля над обществом. Массовые политическое репрессии.

Советский социум в 1930-е гг. Конституция 1936 г. и ее практическое значение. Урбанизация — плюсы или минусы этого процесса. Феномен «советского человека». Возвращение к традиционным семейным ценностям. Пропаганда коллективизма и интернационализма. Массовый энтузиазм — причины и результаты. Культурная революция. Просвещение и образование в СССР в 1930-х гг. Формирование интеллигенции нового поколения. Государственный контроль над сферой искусства. Переход к патриотической интерпретации отечественной истории.

Внешняя политика СССР в 1920-е — 1930-е гг. Складывание Версальско-Вашингтонской системы мироустройства. Отказ советского руководства от ставки на мировую революцию и переход к концепции сосуществования с капиталистическим окружением. Попытка Запада организовать экономическую и политическую блокаду СССР. Международное значение советских социальных реформ. Договор в

Рапалло и «Полоса признаний». «Военная тревога» 1927 г. и ее роль в определении советского внешнеполитического курса. Коминтерн и сеть других международных прокоммунистических организаций и их роль в продвижении советских идей в мире, подготовка иностранных политических кадров в СССР. Вступление СССР в Лигу наций.

«Великая депрессия» 1929–1933 гг. на Западе и поиск выхода из кризиса. Приход к власти в Италии и Германии фашистского и нацистского режимов. СССР и попытки создания системы коллективной безопасности в Европе. Агрессия Японии в Китае. Помощь СССР республиканской Испании и Китаю.

***Тема 14. Великая Отечественная война 1941–1945 гг. Борьба советского народа против германского нацизма – ключевая составляющая Второй мировой войны***

Обострение международной ситуации в конце 1930-х гг. Вооруженные конфликты на Дальнем Востоке. Широкомасштабная агрессия Японии против Китая. Мюнхенская конференция 1938 г. и ее последствия. Британско-франко-советские переговоры в Москве и нежелание Великобритании и Франции идти на договоренности с СССР. Советско-германский договор 1939 г. (пакт Риббентропа-Молотова) и секретные протоколы к нему. Споры вокруг его значения. Присоединение к СССР Западной Украины и Западной Белоруссии, а также Бессарабии и прибалтийских республик. «Зимняя война» с Финляндией.

Начало Второй мировой войны и захватническая политика Гитлера. Несостоятельность обвинений СССР в равной ответственности с Германией за развязывание войны. Оккупация нацистской Германией Польши; вступление в войну Англии и Франции; «Странная война», «линия Мажино»; захват Германией Дании и Норвегии; разгром Франции; германо-британская борьба и захват Балкан; битва за Британию.

Германский план «Барбаросса». Нападение нацистской Германии на СССР. Боевые действия летом 1941 — зимой 1941/42 гг. Причины отступления советских войск. Массовый героизм советских воинов. Важнейшие сражения лета – осени 1941 г. Смоленское сражение, Киевское сражение, оборона Одессы, оборона Севастополя, Блокада Ленинграда. Победа под Москвой и ее историческое значение.

Наиболее значимые решения советского правительства по организации отпора врагу. Принципиальная разница между стратегией СССР и стратегией гитлеровского Рейха. Крах немецкой стратегии блицкрига.

Нацистский оккупационный режим. Политика и практика геноцида советского народа нацистами и их пособниками. Генеральный план «Ост» и замыслы гитлеровского руководства относительно населения СССР. Попытки украинских националистов наладить сотрудничество с

гитлеровской администрацией. Массовые преступления гитлеровцев на временно оккупированной территории СССР. Бесчеловечное обращение гитлеровцев с советскими военнопленными. Становление партизанского движения в тылу противника.

Нападение японцев на Перл-Харбор и вступление США в войну.

Сражения на советско-германском фронте с весны 1942 г. до весны 1943 г. Наступление противника на Кавказ и Сталинград (план «Блау»). Строительство Волжской рокады. Сталинградские сражение — решающий акт коренного перелома в Великой Отечественной и во всей Второй мировой войне. Советское наступление зимой – весной 1943 г. Деблокирование Ленинграда.

Жизнь советских граждан в тылу. Массовый трудовой героизм. Экономическое обеспечение перелома в войне. Попытки гитлеровцев наладить планомерную эксплуатацию оккупированных территорий. Расширение партизанского движения.

Военные действия на Тихом океане и в Северной Африке.

Сражение на Курской дуге и наступление Красной армии по всем фронтам до весны 1943 г. Курская битва и окончательный переход стратегической инициативы к Красной армии. Наступление под Ленинградом зимой 1944 г. «Битва за Днепр». Сражение на Правобережной Украине. Корсунь-Шевченковская операция. Рост выпуска военной техники в СССР, освоение новых образцов вооружений.

Сотрудничество с гитлеровцами различных коллаборантов. Власов и власовцы. Национальные формирования. ОУН-УПА. Отряды СС из народов Прибалтики.

Окончательное освобождение территории СССР и освободительный поход в Восточную и Центральную Европу. Важнейшие сражения: операция «Багратион», Ясско-Кишиневская операция, Висло-Одерская операция, Берлинская операция. Освобождение Праги. Капитуляция Германии. Наиболее известные факты фальсификации истории, связанные с освободительной миссией Красной армии в Европе.

Начало восстановления экономики освобожденных регионов СССР. Меры по консолидации советского общества и укреплению патриотических начал в условиях войны. Культура в годы Великой Отечественной войны. СССР и союзники. Формирование Антигитлеровской коалиции. Проблема открытия «второго фронта» в Европе. Операция «Оверлорд» и наступление войск западных союзников в 1944–1945 гг. Советско-японская война 1945 г. и атомные бомбардировки японских городов со стороны США. Капитуляция Японии. Тегеранская, Ялтинская и Потсдамская конференции. Формирование основ ялтинского послевоенного мироустройства. Итоги Великой Отечественной и Второй мировой войны. Решающий вклад СССР в победу антигитлеровской коалиции. Людские и материальные

потери. Изменения политической карты Европы.

***Тема 15. Преодоление последствий войны. Апогей и кризис советского общества. 1945-1984 гг. Мир после Второй мировой войны***

Послевоенное восстановление экономики. «Поздний сталинизм» (1945–1953). «Холодная война» и ее влияние на социально-экономическое развитие страны. Необходимость нового технологического рывка в свете военно-технического противостояния с Западом. «Атомный проект», переход к турбореактивному самолетостроению, развитие ракетостроения. Крупнейшие стройки десятилетия.

Новый виток массовых репрессий. «Оттепель» (вторая половина 1950-х — первая половина 1960-х гг.). Борьба за власть после смерти И.В. Сталина. XX съезд КПСС. Сокращение армии, ставка на ракетные войска. Успехи в освоении космоса.

Завершение в СССР процесса урбанизации и экономические последствия этого. Поиск командой Хрущева новых методов интенсификации экономики. Практические результаты реформ. Важнейшие достижения СССР в этот период: решение жилищной проблемы, лидирующие позиции в исследованиях космоса и компьютерных технологиях. Замедление темпов роста экономики к середине 1960-х гг. Изменения в общественных настроениях. Причины отстранения Хрущева от власти.

Власть и общество во второй половине 1960-х — начале 1980-х гг. Приход к власти Л.И. Брежнева. Реформа по внедрению в экономику принципов экономического стимулирования и причины ее свертывания. Взаимоотношения союзного центра и республик СССР. Возрастание роли и значения ВПК и ТЭК. Освоение нефтегазовых месторождений Западной Сибири и их значение. Строительство Байкало-Амурской магистрали. Проекты международного сотрудничества с Европой (газопровод «Дружба») и экономические санкции.

СССР — вторая экономика мира. Динамика экономического развития СССР в середине 1960-х — начале 1980-х гг. по сравнению с ведущими странами Запада. Причины снижения темпов экономического развития и появления кризисных явлений к началу 1980-х гг. Отставание в производительности труда, в компьютерных технологиях, в наукоемких отраслях промышленности. Рост «теневой экономики». Ситуация в сельском хозяйстве. Причины неудач в решении продовольственной проблемы.

Советское общество в период «позднего социализма». Приоритеты социальной политики. Повышение культурно-образовательного уровня и материального благосостояния граждан. Ликвидация бедности. Формирование советского «среднего класса». Рост потребительских запросов населения и обострение проблемы товарного дефицита. Принятие Конституции СССР 1977 г. Рост влияния КПСС. Увеличение

привилегий номенклатуры к началу 1980-х гг. Зарождение и стремительный рост различных «неформальных» течений. Общественные настроения и критика власти. Потребительские тенденции в социуме. Рост «теневой экономики». Состояние советского социума к 1985 г. Попытки советского руководства создать новую историческую общность — «советской народ». Причины неудачи этой политики. Нарастание националистических настроений в республиках в первой половине 1980-х гг. Национальный вопрос в послевоенном СССР.

Внешняя политика СССР в 1945–1985 гг. Начало «холодной войны» и формирование биполярного мира. Важнейшие причины, обусловившие советско-американское соперничество. Образование ГДР и ФРГ. СССР и война в Корее. «План Маршалла». Создание НАТО и ЕЭС. Смысл «холодной войны» как комплексного противостояния в экономической, военно- технической, дипломатической, идеологической и культурной сферах. Соотношение сил просоветского и проамериканского блоков.

Образование Китайской Народной Республики. Обретение независимости странами Юго-Восточной Азии. Индия. Поиски «индийской национальной идеи». Национально- освободительное движение. Освобождение стран Африки и Азии от колониальной зависимости, движение неприсоединения, формирование стран «третьего мира», поддержка СССР национально-освободительного движения в Азии и Африке. Советско-американское соперничество в Латинской Америке. Кубинская революция. Арабские страны и возникновение государства Израиль. Позиция СССР в Арабо-израильском противостоянии. Агрессия США во Вьетнаме.

Складывание системы информационного давления на СССР и его союзников. Создание СЭВ и ОВД. Политика СССР по отношению к странам социалистического содружества. Советско-китайские отношения. СССР и война во Вьетнаме. Разрядка международной напряженности в 1970-е гг. Экономическая интеграция в рамках СЭВ и ЕЭС. Усиление внешнеполитических вызовов для СССР в первой половине 1980-х гг. Развитие культуры и искусства СССР в послевоенный период. Переход к индустриальному домостроительству. Развитие телевидения.

### *Тема 16. Период «перестройки» и распада СССР (1985–1991)*

Попытки реформирования СССР во второй половине 1980-х гг. Приход к властным рычагам политиков новой генерации. Поиск выхода из кризиса — «госприемка», антиалкогольная компания, Госагропром. Формирование идеологии нового курса: «ускорение», «гласность», «перестройка». Реакция населения на политику «перестройки». Политическая реформа в духе лозунга «больше социализма!» — практические результаты этой реформы, степень их соответствия

заявленному лозунгу. Экономическая реформа: кооперативы и государственные предприятия с выборными директорами и СТК. Результаты этой реформы и причины, обусловившие столь негативные итоги реформирования.

Перемены в отношении государства и церкви. «Парад суверенитетов» — причины и следствия. Обострение межнациональных конфликтов. «Новоогаревский процесс» и договор об учреждении Союза Суверенных Государств. Путч ГКЧП, учреждение Содружества Независимых Государств, и роспуск СССР. Непосредственные и долгосрочные последствия распада СССР. Дискуссия о причинах распада СССР и о соотношении в данном случае внешнего и внутреннего факторов. Внешняя политика периода «перестройки». «Новое мышление». Советско-американский договор о ракетах малой и средней дальности. Роспуск ОВД и СЭВ. Поэтапная сдача руководством СССР внешнеполитических позиций. Объединение Германии и вопрос о расширении НАТО на восток. «Бархатные революции» в Восточной Европе. Окончание «холодной войны». Культура СССР в период «перестройки».

***Тема 17. Россия в 1990-е гг.***

Экономическое и социально-политическое развитие России в 1990-х гг. Отказ от советской планово-директивной системы в сторону рыночной экономики. Команда реформаторов. Программа экономических реформ и ее реализация. Вопрос о неизбежности применения «шоковой терапии». Ваучерная приватизация — позитивные и негативные аспекты. Свобода внешней торговли, свобода выезда за рубеж, окончательное крушение железного занавеса, хождение иностранной валюты. Рост зависимости экономики от международных цен на энергоносители.

Нарастание негативных последствий реформ. Безработица, деиндустриализация, «челноки», криминализация общества, падение жизненного уровня большинства населения, имущественное расслоение, формирование олигархата. Финансовые пирамиды. Залоговые аукционы. «Новые русские». Смена ценностных ориентиров. Экономический кризис 1998 г. Кризис образования и науки. Феномен «Утечки мозгов». Демографические последствия трансформационного шока.

Складывание системы независимых СМИ. Использование газет и телеканалов в информационных войнах.

Центробежные тенденции. Особенности политических процессов 1990-х гг. Центр и российские регионы, подписание Федеративного договора 1992 г. Борьба за восстановление конституционного порядка в Чечне. Хасавюртовские соглашения. Особенности политических процессов 1990-х гг. Б.Н. Ельцин и его окружение. Складывание и особенности многопартийности 1990-х гг. Основные политические партии и движения 1990-х гг., их лидеры и платформы. Нарастание

противоречий по поводу хода и результатов реформ между президентом и Верховным Советом. Политический кризис 1993 г. и его разрешение. Принятие Конституции РФ 1993 г. Болезнь Ельцина и снижение управляемости страной. Назначение премьер-министром РФ В.В. Путина и вставшие перед ним первоочередные задачи. Победа над международным терроризмом в Чечне.

Внешняя политика. Курс США и НАТО на мировую гегемонию в рамках построения однополярного мира. Начало расширения НАТО на восток. Распад Югославии. Попытки руководства РФ найти взаимоустраивающие формы сотрудничества со странами Запада. Бомбардировки США и НАТО Югославии в 1999 г. как переломный момент взаимоотношений России с Западом.

Начало интеграционных процессов на постсоветском пространстве. Миротворческая миссия России в Приднестровье и Южной Осетии. Роль России в урегулировании армяно-азербайджанского конфликта из-за Нагорного Карабаха. Культура России в конце XX века. Активизация культурных контактов с Западом, засилье иностранной литературы и кинопродукции. Проникновение в Россию зарубежных благотворительных фондов, оказывавших финансовую помощь в обмен на идеологическую лояльность. Бурный рост шоу-бизнеса и индустрии развлечений. Коммерциализация кино и телевидения.

***Тема 18. Россия в XXI в.***

Основные тенденции, проблемы и противоречия мировой истории начала XXI в. Постиндустриальное общество. Интернет. Информационная революция. Информационная экономика. Экономические кризисы. Глобализация и региональная интеграция. Интеграционные процессы в Евразии, Тихоокеанском и Атлантическом регионах. Новые социальные и культурные проблемы. Проблемы климата, экологии и демографии. Межэтнические конфликты. Миграционный кризис. Пандемия. Нарастание разрыва между богатыми и бедными. Новая научная картина мира.

Особенности внутри- и внешнеполитического развития отдельных стран Европы и США. Интеграционные процессы в мире. Модернизационные процессы в странах Латинской Америки, Азии и Африки в конце XX в. — начале XXI века. Государства на постсоветском пространстве в Европе и Азии. Интеграционные процессы в Евразии. Проблемы формирования новой системы международных отношений. Борьба с международным терроризмом. Стремление США установить свою монополию в мире. Расширение НАТО и Европейского союза на восток. Возрастание роли Китая на международной арене. Восстановление лидирующих позиций России в международных отношениях. Последовательное отстаивание Россией концепции многополярного мира.

Экономическое и социально-политическое развитие страны в начале XXI в. Избрание в 2000 г. В. В. Путина президентом России. Приоритеты нового руководства страны. Преодоление противостояния парламента и правительства. Укрепление «вертикали власти», создание федеральных округов. «Равноудаление» бизнеса от власти. Восстановление в Чечне конституционного порядка. Разграничение властных полномочий федерального центра и регионов. Приведение местного законодательства в соответствие с федеральным. Переизбрание В.В. Путина президентом в 2004 г., главные положения его политической программы. Рост устойчивости политической системы России, консолидация ведущих политических сил страны. Борьба с терроризмом на территории РФ. Избрание в 2008 г. президентом РФ Д. А. Медведева, деятельность В. В. Путина на посту председателя Правительства. Принятие новой военной доктрины (2010). Переизбрание В. В. Путина президентом РФ в 2012 и 2018 гг. Конституционный референдум 2020 г.

Устойчивый экономический рост. Курс на сбалансированный бюджет, минимизацию инфляции, повышение уровня жизни населения, технологическую модернизацию. Снижение роли нефтегазовых доходов в бюджете страны.

«Цифровой прорыв» — стремительное проникновение цифровых технологий во все отрасли жизни. Распространение в России различных социальных сетей, формирование интернет-сегмента экономики.

Политика построения инновационной экономики. Технопарки. Инновационный центр «Сколково». Восстановление научного потенциала. Крупнейшие инфраструктурные проекты. Пропаганда спорта и здорового образа жизни. Государственная программа повышения рождаемости. Политика борьбы с «цифровым неравенством». Перевооружение армии. Влияние международных санкций, введенных в 2014–2022 гг. на экономику России. Общие результаты социально-экономического развития РФ в 2000–2022 гг. Внедрение в России «Болонской системы» образования. Система ЕГЭ.

Миграционная политика РФ, рост продолжительности жизни и уровня рождаемости. Демографические итоги первого двадцатилетия XXI в. Пандемия КОВИД и ее влияние на экономику России. Демографические потери от пандемии. Успехи в разработке вакцины от КОВИД. Культура России в начале XXI в. Феномен социальных сетей, блогерство и видеоблогерство, сетевая культура.

Внешняя политика в 2000–2013 гг. Теракт в США 11 сентября 2001 г. и последовавший за ним ввод войск США и их союзников в Афганистан. Свержение режима Каддафи в Ливии. Попытки России наладить равноправный диалог с Западом. Позиция России по отношению к Англо-Американскому вторжению в Ирак в 2003 г., интервенции стран НАТО в Ливию, вводу войск коалиции западных стран в Афганистан, и вмешательству США и их союзников в

гражданскую войну в Сирии. Вступление РФ в ВТО. Продолжение расширения НАТО на восток. Отказ НАТО учитывать интересы России.

Отход России от односторонней ориентации на страны Запада, ставка на многовекторную внешнюю политику. Вступление РФ в ШОС и БРИКС. Китайский вектор внешней политики России. Латиноамериканский вектор внешней политики России. Россия и Венесуэла.

Интеграционные процессы на постсоветском пространстве. Создание ОДКБ. Образование Союзного государства России и Белоруссии. Последовательное развитие экономической интеграции: ЕврАзЭС – ЕЭП –ЕАЭС.

Феномен «цветных революций» в мире и на постсоветском пространстве. Россия и «оранжевая революция» 2004 г. на Украине. Газовые споры с Украиной. Нападение Грузии на Южную Осетию и российских миротворцев в 2008 г. «Арабская весна» и ее влияние на международную политику. Создание на ближнем Востоке экстремистской квазигосударственной группировки ИГИЛ (организация, запрещенная в РФ).

Внешнеполитические события 2014–2022 гг. Вступление мира в период «политической турбулентности». Провозглашение руководством Грузии и Украины курса на вступление в НАТО. Критическое для национальной безопасности России приближение военной инфраструктуры НАТО к нашим границам. Украина в фарватере антироссийской политики США и НАТО. Односторонний выход США из договора о ракетах средней и малой дальности. Газопроводы СП-1 и СП-2, а также «Южный поток», отношение США и их союзников к этим экономическим проектам как к политическим инструментам России.

Государственный переворот 2014 г. на Украине и его последствия. Воссоединение Крыма и Севастополя с Россией, создание ЛНР и ДНР. «Минские соглашения» и их судьба. Нарастание напряженности во взаимоотношениях с США и их европейскими союзниками. Помощь России законному правительству Сирии в борьбе с террористическими силами ИГИЛ (организация, запрещенная в РФ). Успешная деятельность российского воинского контингента в Сирии.

Попытки «цветных революций» в Белоруссии и Казахстане и их роль в политике создания вокруг России «пояса нестабильности». Роль ОДКБ в сохранении стабильности в Казахстане. Помощь зарубежным странам в борьбе с коронавирусной инфекцией.

Обострение конфликта и периодические боевые действия в Нагорном Карабахе, роль России в их урегулировании. Отказ США, НАТО и ЕС от обсуждения угроз национальной безопасности России. Вооруженные провокации на Донбассе. Вооруженные провокации и подготовка украинским режимом силового захвата республик Донбасса. Официальное признание ЛНР и ДНР

Россией.

Начало специальной военной операции на Украине. Санкционное давление стран Запада на Россию, попытки ее изоляции от остального мира. Цели специальной военной операции. Вхождение в состав России Донецкой Народной Республики, Луганской Народной Республики, Запорожской области, Херсонской области.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекции, семинары, выполнение тестовых заданий, также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданиям преподавателя.

***Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля,

на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

***Методические указания для обучающихся при работе на семинаре***

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях:

журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов одногруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

***Методические указания для обучающихся по подготовке доклада-презентации и обсуждения***

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию.

Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.

2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).

3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.

4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.

5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.

6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).

7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

- готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего;
- план сообщения;
- краткие выводы из всего сказанного;
- список использованных источников.

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);
- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

*Структура выступления.*

Вступление должно содержать:

- название, сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- живую интересную форму изложения;
- акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы

слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

Обсуждение целенаправленного конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами.

Задача - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Обсуждение может быть свободным и управляемым.

К технике управляемого обсуждения относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность.

Групповое обсуждение. Для его проведения все обучающиеся, присутствующие на практическом занятии, разбиваются на небольшие подгруппы, которые обсуждают те или иные вопросы, входящие в тему занятия.

Обсуждение может организовываться двояко: либо все подгруппы анализируют один и тот же вопрос, либо какая-то крупная тема разбивается на отдельные задания.

Для проведения обсуждения необходимо:

1. Выбрать тему, ее может предложить, как преподаватель, так и студенты.
2. Выделить проблематику. Обозначить основные спорные вопросы.
3. Рассмотреть, исторические и современные подходы по выбранной теме.
4. Подобрать литературу.
5. Выписать тезисы.
6. Проанализировать материал и определить свою точку зрения по данной проблематике.

***Методические указания для обучающихся по подготовке к тесту***

Тест – особая форма проверки знаний. Проводится после освоения одной или нескольких тем и свидетельствует о качестве понимания исторических фактов в рамках изучаемого материала. Тестовые задания составлены к датам, понятиям, явлениям, основным разделам, важным терминологическим категориям изучаемой дисциплины.

Для подготовки к тесту необходимо знать ключевые даты, терминологический аппарат дисциплины, понимать смысл научных категорий и уметь их использовать в профессиональной лексике.

Владение хронологией, понятийным аппаратом, включённым в тестовые задания, позволяет преподавателю быстро проверить уровень понимания студентами важных методологических категорий.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

*Работа с литературой (конспектирование)*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией,

способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию,

монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления

(конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы,

рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

***Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины***

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоятельная работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Общие вопросы курса* | Географические рамки истории России в пределах распространения российской государственности в тот или иной период. История стран, народов, регионов, входивших в состав России на разных этапах ее существования как часть российской истории.<br>История России как часть мировой истории. Необходимость изучения истории России во взаимосвязи с историей других стран и народов, в связи с основными событиями и процессами, оказавшими большое влияние на ход мировой истории. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка к тесту<br>Подготовка к докладу-презентации и дискуссии | Тест<br>Доклад-презентация и дискуссия |
| *Тема 2. Народы и государства на территории современной России в древности. Русь в IX — первой трети XIII вв.* | Основные направления развития и особенности древневосточной, древнегреческой и древнеримской цивилизаций. Исторические условия складывания государственности. Формирование новой политической и этнической карты Европы. Политогенез в раннесредневековой Европе. Первые известия о руси. Проблема образования Древнерусского государства. «Призвание варягов» и начало династии Рюриковичей. Дискуссии по поводу так называемой норманнской теории и современные научные взгляды на проблему.<br>Формирование территориально-политической структуры Руси. Дань и полюдье. Первые русские князья: Рюрик, Олег, Игорь, Ольга, Святослав, Владимир. Отношения с Византийской империей, странами Центральной, Западной и Северной Европы, кочевниками европейских степей. Торговые пути. Русь в международной торговле. Принятие христианства и его значение. Причины принятия христианства из Византии.<br>Экономика древней Руси: земледелие, животноводство, ремесло, промыслы (охота, рыболовство, бортничество).<br>Русь в середине XII — начале XIII в. Формирование земель — самостоятельных политических образований («княжеств»). Важнейшие земли и особенности их социально-экономического и политического развития: Киевская, Черниговская, Смоленская, Галицкая, Волынская, Суздальская, Рязанская, Новгород. Значение Киева в период существования самостоятельных русских земель. Формирование элементов республиканской политической системы в Новгороде. | | |
| *Тема 3. Русь в XIII–XV вв.* | Монгольская империя. Завоевания Чингисхана и его потомков. Походы Батыя в Восточную и Центральную Европу. Возникновение Орды. Судьбы русских земель после монгольского нашествия. Система зависимости русских земель | Работа с литературой, включая ЭБС, | Тест<br>Доклад-презентация и дискусс |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоятельная работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| | от ордынских ханов.<br>Южные и западные русские земли. Возникновение Литовского государства и включение в его состав части русских земель.<br>Северо-западные земли. Эволюция республиканского строя в Новгороде и Пскове.<br>Католическая церковь в XIII–XIV вв. Папство. Ордена крестоносцев и отношения с ними русских земель. Александр Невский. Споры в науке и публицистике о его «историческом выборе» между Западом и Востоком.<br>Княжества Северо-Восточной Руси. Борьба за великое княжение. Владимирское. Противостояние Твери и Москвы. Дмитрий Донской. Куликовская битва. Отношения Руси и Орды: современные научные представления и спорные вопросы. Причины длительности ордынского владычества над русскими землями. Закрепление первенствующего положения московских князей в Северо-Восточной Руси. Перенос митрополичьей кафедры в Москву. Роль православной церкви в ордынский период русской истории.<br>Объединение русских земель вокруг Москвы. Династическая война в Московском княжестве второй четверти XV в. Великий Новгород и Псков в XV в.: политический строй, отношения с Москвой, Тевтонским орденом в Ливонии, Ганзой, Великим княжеством Литовским. Падение Константинополя и изменение церковно-политической роли Москвы в православном мире. Возникновение доктрины «Москва — третий Рим». Иван III. Присоединение Новгорода и Твери.<br>Нарастание центробежных тенденций в Орде и ее распад на отдельные политические образования. Стояние на Угре. Ликвидация зависимости Руси от Орды. | источниками в сети Internet Подготовка к тесту Подготовка к докладу-презентации и дискуссии | ия |
| *Тема 4. Мир к началу эпохи Нового времени. Россия в XVI–начале XVII вв.* | Первые Земские соборы, вопрос о сословном представительстве в Московском государстве. Принятие общерусского Судебника 1550 г. «Стоглавый собор» 1551 г. и усиление зависимости Русской православной церкви от государства. Опричнина. Споры о причинах и характере опричнины в исторической науке. Послания Ивана Грозного о сущности самодержавной власти. Переписка с князем Андреем Курбским. Опричный террор. Внешняя политика Российского государства. Военные столкновения с Великим княжеством Литовским (Речью Посполитой) и Швецией. Ливонская война: задачи войны и причины поражения | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к тесту Подготовка к | Тест Доклад-презентация и дискуссия |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоятельная работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| | России. Расширение политических и экономических контактов со странами Европы.<br>Экономический кризис в Московском государстве конца XVI в. Крепостнические тенденции. Династическая ситуация после кончины Ивана Грозного. Царствование Федора Ивановича. Политическая борьба при московском дворе в конце XVI в. Учреждение патриаршества. Пресечение царской династии Рюриковичей. Земский собор и избрание на престол Бориса Годунова.<br>Дискуссия о причинах и хронологии Смутного времени в России. Периодизация Смуты. Начало Смутного времени. Предпосылки системного кризиса Российского государства в начале XVII в. Обострение социально-экономической ситуации. Голод 1601–1603 гг. Падение легитимности власти царя Бориса Годунова. Развитие феномена самозванства. Династический этап Смутного времени. Вторжение войска Лжедмитрия на территорию Российского государства при поддержке правящих кругов Речи Посполитой и Ватикана. Переход на его сторону населения южных и юго-западных уездов страны. Начало гражданской войны. Смерть Бориса Годунова и воцарение Лжедмитрия I. Внутренняя и внешняя политика самозванца. Свержение Лжедмитрия I.<br>Углубление и расширение гражданской войны. Царствование Василия IV Ивановича Шуйского. Восстание против него населения южнорусских и поволжских уездов Российского государства. Социальные противоречия как движущая сила в гражданской войне. Повстанческое войско Ивана Болотникова.<br>Лжедмитрий II и его поход под Москву. Участие в движении самозванца отрядов из Речи Посполитой. Поддержка самозванца в центральных и северо-западных уездах страны. Оборона Троице-Сергиева монастыря. Русско-шведский договор о военном союзе. Официальное вступление Речи Посполитой в войну против Росийского государства. Оборона Смоленска. Разгром Тушинского лагеря Лжедмитрия II. Низложение царя Василия Шуйского. Иностранная интервенция как составная часть Смутного времени.<br>Кульминация Смуты. Договор о передаче престола польскому королевичу Владиславу. Договоры 1610 г. об избрании на престол королевича Владислава: перспектива ограничения царской власти боярской аристократией. Споры ученых о возможности включения России в русло | докладу-презентации и дискуссии | |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоятельная работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| | центральноевропейской (польской) политической модели.<br>Подъем национально-освободительного движения. Формирование Первого ополчения. Образование Второго ополчения. Освобождение столицы. Земский собор 1613 г. Избрание на престол Михаила Федоровича Романова: консенсус или компромисс? | | |
| *Тема 5. Россия в XVII в. Ведущие страны Европы и Азии, международные отношения. Культура России в XVI–XVII вв.* | Политическое развитие Московского государства. Царь Михаил Федорович. Царь Алексей Михайлович. Укрепление абсолютистских тенденций. Соборное уложение 1649 г. — общерусский свод законов. Укрепление приказной системы государственного управления. Ослабление позиций Боярской думы. Прекращение созывов Земских соборов. Патриарх Никон. Спор о взаимоотношениях «священства и царства». Церковная реформа и раскол Русской православной церкви. Старообрядчество. Царь Федор Алексеевич. Отмена местничества.<br>Внешняя политика. Восстановление утраченных в Смутное время позиций на международной арене. Смоленская война с Речью Посполитой. Усиление национального, социального и религиозного гнета на украинских и белорусских землях в составе Речи Посполитой. Восстание под руководством Богдана Хмельницкого. Переяславская рада и решение о включении украинских земель в состав Российского государства. Русско-польская война. Андрусовское перемирие. Возвращение Смоленских и Северских земель в состав России, присоединение Левобережной Украины и Киева. | | |
| *Тема 6. Россия в эпоху преобразований Петра I* | Внешняя политика Петра I. Международное положение России к концу XVII в. и основные задачи ее внешней политики. «Вечный» мир с Польшей и русско-турецкая война 1686–1700 гг. Крымские походы.<br>Изменение главного вектора внешней политики России на рубеже XVII и XVIII вв. Борьба за выход к Балтике — главная внешнеполитическая задача Петра I. Северная война 1700–1721 гг. обеды российской армии: взятие Нотебурга, Дерпта, Нарвы, Риги; битва при деревне Лесной. Полтавская битва и ее историческое значение. Победы флота у мыса Гангут и острова Гренгам. Ништадтский мир и его итоги.<br>Восточная политика Петра I. Прутский поход 1711 г. Каспийский поход 1722–1723 гг. Поиски путей в Индию. Нормализация взаимоотношений с Китаем. Реформы в дипломатической сфере. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к тесту Подготовка к докладу-презентации и дискуссии | Тест Доклад-презентация и дискуссия |
| *Тема 7.* | Приход к власти Анны Иоанновны, «затейка верховников», попытка ограничения | | |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоятельная работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| *Эпоха «дворцовых переворотов». 1725-1762 гг.* | самодержавия, цели ее сторонников и причины провала. Правление Анны Иоанновны, особенности ее внутренней политики. «Бироновщина» — суть явления, вопрос о «немецком засилье».<br>Петр III — результаты его кратковременного правления в сфере внутренней политики, «Манифест о вольности дворянской». Внешнеполитические акции Петра III. Недовольство его политикой в среде российского дворянства, армии, церкви. Причины свержения Петра III. | | |
| *Тема 8. Россия во второй половине XVIII в. Эпоха Екатерины II. Русская культура XVIII в.* | Внешняя политика России середины и второй половины XVIII в. Россия — как одна из ведущих держав на международной арене. Упрочение ее статуса, признание ее в качестве империи. Основные цели Российской империи во внешней политике.<br>Предпосылки продвижения России к Черному морю: обеспечение безопасности юго-западных границ, освоение территорий Приазовья и Причерноморья, развитие российской внешней торговли через Черное море, укрепление влияния России на Балканах. Войны с Османской империей и их результаты.<br>Освоение Новороссии, заселение края, развитие сельского хозяйства и промышленности, строительство новых городов и портов, деятельность российской администрации, развитие русской культуры. Политика России по отношению к Речи Посполитой. Участие России в разделах Речи Посполитой. Вхождение в состав России Правобережной Украины, Белоруссии и Литвы. Россия в Семилетней войне. Россия и революция во Франции. | | |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоятельная работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| *Тема 9. Российская империя в первой половине XIX в.* | Правительственный конституционализм начала XIX в. «Блистательный век» Александра I: задуманное и осуществленное. Интеллектуальные последствия Французской революции конца XVIII в.: кризис Просвещения. Становление концепции национального государства. «Негласный комитет» и «Непременный совет». Проекты реформ Сперанского и их реализация. Административные преобразования: учреждение министерств, реформа Государственного совета, рекрутирование нового чиновничества. Российские реалии и французские образцы. Европейская идея. Н. М. Карамзин и первые шаги русского консерватизма.<br>Государственный строй в николаевской России. Роль Собственной Его Императорского Величества Канцелярии в процессе выработки правительственных решений.<br>Перемены во внешнеполитическом курсе во второй четверти XIX в. Русско-иранская война (1826–1828). Политика России в восточном вопросе. Русско-турецкая война (1828–1829). Война на Северном Кавказе: причины, этапы, последствия. Россия и европейские революции. Российская империя второй четверти XIX в. и европейский консерватизм. Крымская война. Синопское сражение. Севастопольская оборона. Парижский мирный договор. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка к тесту<br>Подготовка к докладу-презентации и дискуссии | Тест<br>Доклад-презентация и дискуссия |
| *Тема 10. Время Великих реформ в России. Европа и мир в XIX в.* | Великие реформы Александра II как модернизационный проект. Складывание новых отношений власти и общества: отмена крепостной зависимости крестьянства, введение земств, реформа городского самоуправления, Судебные уставы 1864 г. Университетский устав 1863 г. Временные правила о цензуре и печати 1865 г.<br>Крестьянская реформа 1861 г.: причины, этапы подготовки, последствия. Модернизация социальной структуры российского общества как политический фактор второй половины XIX в. Бюрократия и «аристократическая оппозиция». Трансформация правительственного курса.<br>Судебные преобразования 1870-х гг. Военная реформа Д.А. Милютина. Политический кризис конца 1870-х гг. Общественное брожение и поиск модели выхода из кризиса. Социальные и экономические последствия Великих реформ. Крестьянская община в меняющейся России: ее значение в ходе проведения крестьянской реформы 1861 г. Правовой статус крестьянина после реформы 1861 г. | | |
| *Тема 11. Россия на* | Партийная система России 1905–1917 гг. Социалистическое движение в условиях Первой | | |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоятельная работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| *пороге XX в. Первая русская революция. Российская империя в 1907-14 гг. Первая мировая война и Россия* | русской революции. Российский либерализм начала XX в. Правомонархическое движение 1905–1917 гг. Государственный совет в политической системе Российской империи. Государственная дума и традиции европейского парламентаризма. Динамика изменений состава Государственной думы. Аграрная реформа Столыпина: замысел, механизмы осуществления, последствия. Реформы П. А. Столыпина в политико-правовом измерении.<br>Подготовка к большой европейской войне. Начало Первой мировой войны и российское общественное мнение. Этапы военных действий на Восточном фронте. Социальные последствия Мировой войны. Рост влияния общественных организаций: Всероссийский земский союз, Всероссийский союз городов, Земгор. Первая мировая война и трансформация политической системы России. Формирование Прогрессивного блока, его требования. Продовольственный кризис в Петрограде. Общественные ожидания революции. Нарастание политических противоречий в январе – феврале 1917 г.<br>Развитие культуры и искусства в России в начале XX в. | | |
| *Тема 12. Великая российская революция (1917–1922) и ее основные этапы* | Кризис 1917 г. Причины революционного кризиса 1917 г. Первая мировая война как фактор революции. Нарастание наслаивавшихся друг на друга экономических затруднений: продовольственный, транспортный, топливный кризисы. Общественные настроения, отношение разных слоев общества и политических партий к власти и ее институтам накануне 1917 г. Конфликт между правительственными структурами и Государственной думой. Усталость широких кругов общества от войны. Вопрос о неизбежности революции.<br>Свержение самодержавия и попытки выхода из политического кризиса. Причины и формы взаимодействия Петросовета и Временного правительства. Позиция лидеров российских социалистических партий по отношению к Временному правительству. Приказ № 1 и его влияние на армию.<br>Созыв и разгон Учредительного собрания. Брестский мир и борьба вокруг его заключения. Создание РККА. Военспецы. Основные фронты Гражданской войны и военные действия на них. Интервенция иностранных войск. Идеология Белого движения и важнейшие антибольшевистские правительства. Красный и белый террор. Национальная политика «красных» | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка к тесту<br>Подготовка к докладу-презентации и дискуссии | Тест<br>Доклад-презентация и дискуссия |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоятельная работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| | и «белых» в ходе Гражданской войны. Создание Украинской, Белорусской, Азербайджанской, Армянской и Грузинской советских социалистических республик. Советско-польская война и ее результаты. | | |
| *Тема 13. Советский Союз в 1920-е-1930-е гг.* | Переход к Новой экономической политике. Важнейшие преобразования в рамках НЭПа. Переход от продразверстки к продналогу. Поощрение в сельской местности создания сельхозартелей и ТОЗов. Разрешение в мелкой промышленности частно-коммерческих отношений. Объединение крупной государственной промышленности в хозрасчетные тресты и синдикаты. Иностранные концессии. Стимулирование кооперации. Финансовая реформа 1922–1924 гг. и общее оздоровление финансовой системы.<br>Свертывание НЭПа. Итоги экономического развития СССР к середине 1920-х гг. «Восстановительный рост» — его плюсы и минусы. Дискуссия по поводу форм и темпов индустриализации. Противостояние «Генеральной линии» и «Левого уклона». Основные причины отказа от НЭПа в конце 1920-х гг.<br>«Великий перелом». Переход к политике форсированной индустриализации. Формирование директивно-плановой экономики как механизма мобилизации материальных и трудовых ресурсов. Выбор между приоритетным развитием группы отраслей «А» или «Б». Переход к политике массовой коллективизации. «Раскулачивание» и создание системы МТС. Массовый голод в СССР в 1932–1933 гг. Наиболее значимые стройки первых пятилеток. Возникновение в СССР новых отраслей промышленности. Освоение зарубежных технологий и использование иностранных специалистов.<br>Внешняя политика СССР в 1920-е — 1930-е гг. Складывание Версальско-Вашингтонской системы мироустройства. Отказ советского руководства от ставки на мировую революцию и переход к концепции сосуществования с капиталистическим окружением. Попытка Запада организовать экономическую и политическую блокаду СССР. Международное значение советских социальных реформ. Договор в Рапалло и «Полоса признаний». «Военная тревога» 1927 г. и ее роль в определении советского внешнеполитического курса. Коминтерн и сеть других международных прокоммунистических организаций и их роль в продвижении советских идей в мире, подготовка иностранных политических кадров в СССР. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка к тесту<br>Подготовка к докладу-презентации и дискуссии | Тест<br>Доклад-презентация и дискуссия |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоятельная работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| | Вступление СССР в Лигу наций.<br>«Великая депрессия» 1929–1933 гг. на Западе и поиск выхода из кризиса. Приход к власти в Италии и Германии фашистского и нацистского режимов. СССР и попытки создания системы коллективной безопасности в Европе. Агрессия Японии в Китае. Помощь СССР республиканской Испании и Китаю. | | |
| *Тема 14. Великая Отечественная война 1941–1945 гг. Борьба советского народа против германского нацизма – ключевая составляющая Второй мировой войны* | Нападение нацистской Германии на СССР. Причины отступления советских войск. Победа под Москвой и ее историческое значение.<br>Наиболее значимые решения советского правительства по организации отпора врагу. Принципиальная разница между стратегией СССР и стратегией гитлеровского Рейха. Крах немецкой стратегии блицкрига.<br>Нацистский оккупационный режим. Политика и практика геноцида советского народа нацистами и их пособниками. Генеральный план «Ост» и замыслы гитлеровского руководства относительно населения СССР. Попытки украинских националистов наладить сотрудничество с гитлеровской администрацией. Массовые преступления гитлеровцев на временно оккупированной территории СССР. Бесчеловечное обращение гитлеровцев с советскими военнопленными.<br>Сотрудничество с гитлеровцами различных коллаборантов. Власов и власовцы. Национальные формирования. ОУН-УПА. Отряды СС из народов Прибалтики.<br>Окончательное освобождение территории СССР и освободительный поход в Восточную и Центральную Европу. Наиболее известные факты фальсификации истории, связанные с освободительной миссией Красной армии в Европе.<br>СССР и союзники. Формирование Антигитлеровской коалиции. Проблема открытия «второго фронта» в Европе. Операция «Оверлорд» и наступление войск западных союзников в 1944–1945 гг. Советско-японская война 1945 г. и атомные бомбардировки японских городов со стороны США. Капитуляция Японии. Тегеранская, Ялтинская и Потсдамская конференции. Формирование основ ялтинского послевоенного мироустройства. Итоги Великой Отечественной и Второй мировой войны. Решающий вклад СССР в победу антигитлеровской коалиции. Людские и материальные потери. Изменения политической карты Европы. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка к тесту<br>Подготовка к докладу-презентации и дискуссии | Тест<br>Доклад-презентация и дискуссия |
| *Тема 15.* | Послевоенное восстановление экономики. | Работа с | Тест |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоятельная работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| *Преодоление последствий войны. Апогей и кризис советского общества. 1945-1984 гг. Мир после Второй мировой войны* | «Поздний сталинизм» (1945–1953). «Холодная война» и ее влияние на социально-экономическое развитие страны. Необходимость нового технологического рывка в свете военно-технического противостояния с Западом. «Атомный проект», переход к турбореактивному самолетостроению, развитие ракетостроения. Крупнейшие стройки десятилетия.<br>Завершение в СССР процесса урбанизации и экономические последствия этого. Поиск командой Хрущева новых методов интенсификации экономики. Практические результаты реформ. Важнейшие достижения СССР в этот период: решение жилищной проблемы, лидирующие позиции в исследованиях космоса и компьютерных технологиях. Замедление темпов роста экономики к середине 1960-х гг. Изменения в общественных настроениях. Причины отстранения Хрущева от власти.<br>Власть и общество во второй половине 1960-х — начале 1980-х гг. Приход к власти Л.И. Брежнева. Реформа по внедрению в экономику принципов экономического стимулирования и причины ее свертывания. Взаимоотношения союзного центра и республик СССР. Возрастание роли и значения ВПК и ТЭК. Освоение нефтегазовых месторождений Западной Сибири и их значение. Строительство Байкало-Амурской магистрали. Проекты международного сотрудничества с Европой (газопровод «Дружба») и экономические санкции.<br>СССР — вторая экономика мира. Динамика экономического развития СССР в середине 1960-х — начале 1980-х гг. по сравнению с ведущими странами Запада. Причины снижения темпов экономического развития и появления кризисных явлений к началу 1980-х гг. Отставание в производительности труда, в компьютерных технологиях, в наукоемких отраслях промышленности. Рост «теневой экономики». Ситуация в сельском хозяйстве. Причины неудач в решении продовольственной проблемы.<br>Внешняя политика СССР в 1945–1985 гг. Начало «холодной войны» и формирование биполярного мира. Важнейшие причины, обусловившие советско-американское соперничество. Образование ГДР и ФРГ. СССР и война в Корее. «План Маршалла». Создание НАТО и ЕЭС. Смысл «холодной войны» как комплексного противостояния в экономической, военно-технической, дипломатической, идеологической и | литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка к тесту<br>Подготовка к докладу-презентации и дискуссии | Доклад-презентация и дискуссия |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоятельная работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| | культурной сферах. Соотношение сил просоветского и проамериканского блоков. Освобождение стран Африки и Азии от колониальной зависимости, движение неприсоединения, формирование стран «третьего мира», поддержка СССР национально-освободительного движения в Азии и Африке. Советско-американское соперничество в Латинской Америке. Кубинская революция. Арабские страны и возникновение государства Израиль. Позиция СССР в Арабо-израильском противостоянии. Агрессия США во Вьетнаме. Складывание системы информационного давления на СССР и его союзников. Создание СЭВ и ОВД. Политика СССР по отношению к странам социалистического содружества. Советско-китайские отношения. СССР и война во Вьетнаме. Разрядка международной напряженности в 1970-е гг. Экономическая интеграция в рамках СЭВ и ЕЭС. | | |
| *Тема 16. Период «перестройки» и распада СССР (1985-1991)* | Попытки реформирования СССР во второй половине 1980-х гг. Приход к властным рычагам политиков новой генерации. Поиск выхода из кризиса — «госприемка», антиалкогольная компания, Госагропром. Формирование идеологии нового курса: «ускорение», «гласность», «перестройка». Реакция населения на политику «перестройки». Политическая реформа в духе лозунга «больше социализма!» — практические результаты этой реформы, степень их соответствия заявленному лозунгу. Перемены в отношении государства и церкви. Культура СССР в период «перестройки». | | |
| *Тема 17. Россия в 1990-е гг.* | Внешняя политика. Курс США и НАТО на мировую гегемонию в рамках построения однополярного мира. Начало расширения НАТО на восток. Распад Югославии. Попытки руководства РФ найти взаимоустраивающие формы сотрудничества со странами Запада. Бомбардировки США и НАТО Югославии в 1999 г. как переломный момент взаимоотношений России с Западом. Начало интеграционных процессов на постсоветском пространстве. Миротворческая миссия России в Приднестровье и Южной Осетии. Роль России в урегулировании армяно-азербайджанского конфликта из-за Нагорного Карабаха. Культура России в конце XX века. Активизация культурных контактов с Западом, засилье иностранной литературы и кинопродукции. Проникновение в Россию зарубежных благотворительных фондов, | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к тесту Подготовка к докладу-презентации и дискуссии | Тест Доклад-презентация и дискуссия |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоятельная работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| | оказывавших финансовую помощь в обмен на идеологическую лояльность. Бурный рост шоу-бизнеса и индустрии развлечений. Коммерциализация кино и телевидения. | | |
| *Тема 18. Россия в XXI в.* | Внешняя политика в 2000–2013 гг. Теракт в США 11 сентября 2001 г. и последовавший за ним ввод войск США и их союзников в Афганистан. Свержение режима Каддафи в Ливии. Попытки России наладить равноправный диалог с Западом. Позиция России по отношению к Англо-Американскому вторжению в Ирак в 2003 г., интервенции стран НАТО в Ливию, вводу войск коалиции западных стран в Афганистан, и вмешательству США и их союзников в гражданскую войну в Сирии. Вступление РФ в ВТО. Продолжение расширения НАТО на восток. Отказ НАТО учитывать интересы России.<br>Отход России от односторонней ориентации на страны Запада, ставка на многовекторную внешнюю политику. Вступление РФ в ШОС и БРИКС. Китайский вектор внешней политики России. Латиноамериканский вектор внешней политики России. Россия и Венесуэла.<br>Интеграционные процессы на постсоветском пространстве. Создание ОДКБ. Образование Союзного государства России и Белоруссии. Последовательное развитие экономической интеграции: ЕврАзЭС – ЕЭП –ЕАЭС. | | |

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1. История России : учебник и практикум для вузов / Д. О. Чураков [и др.] ; под редакцией Д. О. Чуракова, С. А. Саркисяна. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09040-6. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература:***

1. Зуев, М. Н. История России : учебник и практикум для вузов / М. Н. Зуев, С. Я. Лавренов. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 706 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15320-0. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. История России. XX — начало XXI века : учебник для вузов / Д. О. Чураков [и др.] ; под редакцией Д. О. Чуракова,

С. А. Саркисяна. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 311 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13567-1. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

3. *Карамзин, Н. М.* История государства Российского в 12 т. Тома IX—X / Н. М. Карамзин. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 310 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-05272-5. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

4. *Степанова, Л. Г.* История России. Практикум : учебное пособие для вузов / Л. Г. Степанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 231 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09507-4. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № | Наименование ресурса | Ссылка |
|---|---|---|
| 1. | Электронные тексты документов по курсу российской истории. | https://histrf.ru/biblioteka/b/eliektronnyie-riesursy-po-istorii-rossii |
| 2. | Энциклопедический словарь «История Отечества». | http://www.rubricon.com/io_1.asp |
| 3. | Исторические источники по истории России XVIII - начала XX в. на русском языке в Интернете (Электронная библиотека Исторического факультета МГУ им. М.В.Ломоносова) | http://www.hist.msu.ru/ER/Etext/index.html |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

### 6.4. Перечень информационных технологий, используемых

**при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

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

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)
- Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

| № п/п | Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1 | Тест | 6 – верные ответы на 90% и более заданий<br>5 – верные ответы на 80% и более заданий<br>4 – верные ответы на 70% и более заданий<br>3 – верные ответы на 60% и более заданий<br>2-1 – верные ответы на 50% и более заданий |
| 3 | Доклад-презентация и дискуссия | *Максимальная оценка за мероприятие составляет 6 баллов и включает оценку за доклад-презентацию и оценку за дискуссию*<br>Доклад-презентация<br>3– доклад выполнен в соответствии с заявленной темой, презентация легко читаема и ясна для понимания, грамотное использование исторической терминологии, свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик правильно ответил на все вопросы;<br>2 – некорректное оформление либо отсутствие презентации, грамотное использование исторической терминологии, в основном свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик частично правильно ответил на все вопросы в ходе дискуссии.<br>1 - отсутствие презентации, неграмотное использование исторической терминологии, алогичное изложение рассматриваемых проблем, докладчик частично правильно ответил на все вопросы<br>Дискуссия<br>3-2 – точные, развернутые и аргументированные ответы на указанные вопросы, грамотное использование историко-правовой терминологии,<br>1 – правильные ответы на один вопросы в целом грамотное использование историко-правовой терминологии<br>0 – неправильные ответы либо отсутствие ответов на указанные вопросы |

## *Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости*

***Примерные темы докладов-презентаций:***

***Тема 1. Общие вопросы курса. Тема 2. Народы и государства на территории современной России в древности. Русь в IX — первой трети XIII вв.***

1. Географические рамки истории России.
2. История России как часть мировой истории.
3. Проблема образования государства Русь.
4. Экономика Руси.
5. Формирование земель — самостоятельных политических образований («княжеств»).

***Тема 3. Русь в XIII–XV вв.***

1. Судьбы русских земель после монгольского нашествия.
2. Объединение русских земель вокруг Москвы.
3. Династическая война в Московском княжестве второй четверти XV в.

***Тема 4. Мир к началу эпохи Нового времени. Россия в XVI– начале XVII вв. Тема 5. Россия в XVII в. Ведущие страны Европы и Азии, международные отношения. Культура России в XVI–XVII вв.***

1. Внешняя политика Московского государства в первой трети XVI в.
2. Первые Земские соборы, вопрос о сословном представительстве в Московском государстве.
3. Опричнина.
4. Смутное время в России.

***Тема 6. Россия в эпоху преобразований Петра I. Тема 7. Эпоха «дворцовых переворотов». 1725-1762 гг. Тема 8. Россия во второй половине XVIII в. Эпоха Екатерины II. Русская культура XVIII в.***

1. Внешняя политика Петра I.
2. Губернская реформа Екатерины II.
3. Внешняя политика России середины и второй половины XVIII в.

***Тема 9. Российская империя в первой половине XIX в.***

1. Проекты реформ Сперанского и их реализация.
2. Государственный строй в николаевской России.
3. Крымская война.

***Тема 10. Время Великих реформ в России. Европа и мир в XIX в. Тема 11. Россия на пороге XX в. Первая русская революция. Российская империя в 1907-14 гг. Первая мировая война и Россия***

1. Крестьянская реформа 1861 г.
2. Военная реформа Д.А. Милютина.
3. Партийная система России 1905–1917 гг.

***Тема 12. Великая российская революция (1917–1922) и ее основные этапы***

1. Февральские события в Петрограде. Отречение Николая II.
2. Созыв и разгон Учредительного собрания.
3. Брестский мир.

***Тема 13. Советский Союз в 1920-е-1930-е гг.***

1. Важнейшие преобразования в рамках НЭПа.
2. Массовая коллективизация.
3. Внешняя политика СССР в 1920-е — 1930-е гг.

***Тема 14. Великая Отечественная война 1941–1945 гг. Борьба советского народа против германского нацизма – ключевая составляющая Второй мировой войны***

1. Битва за Москву.
2. Открытие «второго фронта» в Европе.
3. Наиболее известные факты фальсификации истории, связанные с освободительной миссией Красной армии в Европе.

***Тема 15. Преодоление последствий войны. Апогей и кризис советского общества. 1945-1984 гг. Мир после Второй мировой войны. Тема 16. Период «перестройки» и распада СССР (1985-1991)***

1. Послевоенное восстановление экономики.
2. «Холодная война».
3. Экономическое развитие СССР в середине 1960-х — начале 1980-х гг.

***Тема 17. Россия в 1990-е гг. Тема 18. Россия в XXI в.***

1. Начало интеграционных процессов на постсоветском пространстве в 1990-е гг.
2. Культура России в конце XX века.
3. Внешняя политика России в 2000–2013 гг. – основные направления.

***<u>Примерные темы обсуждений:</u>***

***Тема 1. Общие вопросы курса. Тема 2. Народы и государства на территории современной России в древности. Русь в IX — первой трети XIII вв.***

1. Чем обусловлены географические рамки истории России?
2. Чем обусловлена необходимость изучения истории России во взаимосвязи с историей других стран и народов?
3. Какие факторы способствовали возникновению государства Руси?
4. Какие факторы влияли на экономическое развитие Руси?
5. В чем заключалось отличие социально-экономического и политического развития Суздальской и Галицкой земель?

***Тема 3. Русь в XIII–XV вв.***

1. В чем заключалась зависимость русских земель от ордынских ханов?
2. Почему именно Москва одержала победу в борьбе за

объединение русских земель?
3. Какие факторы обусловили династическую войну в Московском княжестве второй четверти XV в.?

***Тема 4. Мир к началу эпохи Нового времени. Россия в XVI– начале XVII вв. Тема 5. Россия в XVII в. Ведущие страны Европы и Азии, международные отношения. Культура России в XVI–XVII вв.***

1. Какие задачи в сфере внешней политики стояли перед Московским государством в первой трети XVI в.?
2. Чем был обусловлен социальный состав Земских соборов?
3. Каким образом опричнина повлияла на развитие России?
4. Какие факторы обусловили наступление Смутного времени?

***Тема 6. Россия в эпоху преобразований Петра I. Тема 7. Эпоха «дворцовых переворотов». 1725-1762 гг. Тема 8. Россия во второй половине XVIII в. Эпоха Екатерины II. Русская культура XVIII в.***

1. Какие задачи в сфере внешней политики стояли перед Россией в начале XVIII в.?
2. Какие задачи преследовала губернская реформа Екатерины II?
3. Какие факторы обусловили раздел Речи Посполитой?

***Тема 9. Российская империя в первой половине XIX в.***

1. Какой из проектов реформ Сперанского можно считать наиболее удачным и своевременным?
2. Какую роль играла Собственная Его Императорского Величества Канцелярии в процессе выработки правительственных решений?
3. Каковы были последствия Крымской войны для развития России?

***Тема 10. Время Великих реформ в России. Европа и мир в XIX в. Тема 11. Россия на пороге XX в. Первая русская революция. Российская империя в 1907-14 гг. Первая мировая война и Россия***

1. Насколько завершенный характер носила крестьянская реформа 1861 г.?
2. Какие последствия имела военная реформа Д.А. Милютина?
3. Какой характер носила партийная система России 1905–1917 гг.?

***Тема 12. Великая российская революция (1917–1922) и ее основные этапы***

1. Какие факторы обусловили кризис власти в начале 1917 г.?

Имело ли место иностранное вмешательство?
2. Какие последствия имел разгон Учредительного собрания?
3. Носило ли заключение Брестского мира вынужденный характер? Существовала ли альтернатива?

***Тема 13. Советский Союз в 1920-е-1930-е гг.***

1. Чем был обусловлен переход к Новой экономической политике?
2. Чем был обусловлен переход к политике массовой коллективизации?
3. Какие задачи в сфере внешней политики стояли перед ССР в 1920-е гг.? Насколько успешно они были реализованы?

***Тема 14. Великая Отечественная война 1941–1945 гг. Борьба советского народа против германского нацизма – ключевая составляющая Второй мировой войны***

1. Какое значение для СССР имела победа в битве за Москву?
2. Чем было обусловлено промедление с открытием «второго фронта» в Европе?
3. Какие цели обычно преследуют лица, фальсифицирующие исторические факты, связанные с освободительной миссией Красной армии в Европе?

***Тема 15. Преодоление последствий войны. Апогей и кризис советского общества. 1945-1984 гг. Мир после Второй мировой войны. Тема 16. Период «перестройки» и распада СССР (1985-1991)***

1. Благодаря чему в послевоенный период удалось в короткие сроки восстановить экономику СССР?
2. Как «Холодная война» повлияла на социально-экономическое развитие СССР?
3. Какова была динамика экономического развития СССР в середине 1960-х — начале 1980-х гг. по сравнению с ведущими странами Запада?

***Тема 17. Россия в 1990-е гг. Тема 18. Россия в XXI в.***

1. Какие факторы способствовали интеграции на постсоветском пространстве в 1990-е гг.?
2. Какие факторы оказали влияние на развитие культуры России в конце XX века?
3. Чем были обусловлены отход России от односторонней ориентации на страны Запада и ставка на многовекторную внешнюю политику?

***<u>Примерные тестовые задания:</u>***

***Тема 1. Общие вопросы курса. Тема 2. Народы и государства на территории современной России в древности. Русь в IX — первой трети XIII вв.***

1. Новейшая история изучает период …

а) в истории человечества, выделяемый между Доисторическим периодом и началом Средних веков в Европе

б) в истории человечества, следующий после Античности и предшествующий Новому времени

в) в истории человечества, находящийся между Средневековьем и Новейшим временем

г) в истории человечества с 1914 г. по нынешнее время

2. Археология – это…

а) наука, изучающая историю общества по материальным остаткам жизни и деятельности людей – вещественным памятникам

б) отрасль истории, изучающая историю через «призму» географии, также это и география какой-либо территории на определенном историческом этапе ее развития

в) наука о народах, изучающая их происхождение и расселение, быт и культуру

г) отрасль исторической науки, изучающая ее историю (накопление исторических знаний, истолкование исторических явлений, смена методологических направлений в исторической науке и др.)

3. Историческая дисциплина, изучающая историю исторической науки – это …

а) геральдика
б) историография
в) историософия
г) вексиллология

4. Автором «Повести временных лет» является …

а) Нестор
б) Лаврентий
в) Иларион

5.… был первым князем единого Древнерусского государства

а) Игорь
б) Олег
в) Святослав

***Тема 3. Русь в XIII–XV вв.***

1. Московское княжество было выделено Даниилу Александровичу в …
   а) 1247 г.
   б) 1276 г.
   в) 1325 г.
   г) 1327 г.

2. Превращение Москвы в центр объединения русских земель связано с активной деятельностью …
   а) Владимира Мономаха и Мстислава Удалого
   б) Юрия Долгорукого и Андрея Боголюбского
   в) Ивана Калиты и Дмитрия Донского
   г) Ярослава Всеволодовича и Александра Невского

3. Княжеством, претендовавшим на объединение русских земель помимо Московского княжества, являлось …
   а) Киевское княжество
   б) Великое княжество Литовское и Русское
   в) Рязанское княжество
   г) Переяславское княжество

4. Укажите, что из перечисленного ниже относится к деятельности Ивана Калиты.
   а) получение права сбора дани для ордынского хана со всех русских земель
   б) начало освоения Сибири
   в) прекращение уплаты дани ордынскому хану
   г) учреждение приказов

5. В каком году произошла Куликовская битва?
   а) 1378 г.
   б) 1380 г.
   в) 1480 г.
   г) 1497 г.

***Тема 4. Мир к началу эпохи Нового времени. Россия в XVI– начале XVII вв. Тема 5. Россия в XVII в. Ведущие страны Европы и Азии, международные отношения. Культура России в XVI–XVII вв.***

1. … – это сословно-представительное учреждение в России, появившееся в период реформ Избранной рады
   а) Земский собор
   б) Уложенная комиссия
   в) Негласный комитет
   г) Боярская дума

2. Результатом церковных реформ Никона в XVII в. стало такое событие, как …

а) учреждение патриаршества в России
б) изменение церковных обрядов
в) отделение церкви от государства
г) передача церковной земельной собственности государству

3. Походом казаков в Сибирь в конце XVI в., положившим начало освоению Россией данного региона, руководил…
а) Семен Дежнев
б) Ерофей Хабаров
в) Витус Беринг
г) Ермак Тимофеевич

4. Расставьте имена правителей в хронологической последовательности их правления:
а) Михаил Романов
б) Борис Годунов
в) Федор Иванович
г) Лжедмитрий I
Ответ: в, б, г, а

5. … относится к XVII в.
а) Введение заповедных лет
б) Учреждение стрелецкого войска
в) Создание полков «нового строя»
г) Созыв первого Земского собора

***Тема 6. Россия в эпоху преобразований Петра I. Тема 7. Эпоха «дворцовых переворотов». 1725-1762 гг. Тема 8. Россия во второй половине XVIII в. Эпоха Екатерины II. Русская культура XVIII в.***

1. В середине XVIII в. Россия принимала участие в … войне
а) Семилетней
б) Северной
в) Отечественной

2. Ассамблеи появились в России в царствование …
а) Петра I
б) Екатерины II
в) Елизаветы Петровны

3. … - лицо, руководившее государством в случае малолетства или болезни монарха
а) Фаворит
б) Кесарь

в) Регент
г) Опричник

4. В первую очередь Петр I преобразовал …
а) мануфактуры
б) армию и флот
в) приказную систему

5. … Петр I назвал «матерью Полтавской баталии»
а) Сражение при Лесной
б) Взятие Нарвы
в) Взятие Нотебурга

***Тема 9. Российская империя в первой половине XIX в.***

1. Бородинское сражение произошло … 1812 г.
а) 26 августа
б) 8 ноября
в) 14 декабря

2. Верховная власть в России в начале XIX в. принадлежала …
а) императору
б) Сенату
в) Синоду

3. Представители одного из направлений русской общественной мысли
1840–50 гг., которые выступали за отмену крепостного права и признание необходимости развития России преимущественно по западноевропейскому пути – это …
а) либералы
б) демократы
в) прогрессисты
г) западники

4. Картели, синдикаты и тресты – это …
а) государственные органы, осуществляющие управление промышленностью
б) основные виды промышленных монополий
в) общественные организации банкиров и предпринимателей
г) виды производственных кооперативов

5. В России в первой половине XIX в. б*о*льшая часть земли принадлежала …

а) дворянам
б) представителям духовенства
в) купечеству

***Тема 10. Время Великих реформ в России. Европа и мир в XIX в. Тема 11. Россия на пороге XX в. Первая русская революция. Российская империя в 1907-14 гг. Первая мировая война и Россия***

1. Третьеиюньский государственный переворот произошел в …
а) 1905 г.
б) 1907 г.
в) 1909 г.
г) 1911 г.

2. Русско-японская война завершилась в …
а) 1900 г.
б) 1905 г.
в) 1907 г.
г) 1917 г.

3. Управление церковью в конце XIX в. от имени государства осуществлялось …

а) императором
б) Сенатом
в) Синодом

4. Согласно Основным государственным законам 1906 г. монарх разделял законодательную власть с ...
а) Советом Министров
б) Государственной Думой
в) Советом Федерации
г) Государственным Советом

5. Декадентство – это …
а) настроение упадничества, тоски и безнадежности, свойственное многим деятелям культуры рубежа XIX–XX вв.
б) совокупность литературно-художественных течений начала XX в., выступающих против традиционного реализма
в) направление в европейском и русском искусстве конца XIX – начала XX в., характеризующееся стремлением запечатлеть мир в его изменчивости

***Тема 12. Великая российская революция (1917–1922) и ее основные***

***этапы***

1. Органом, созданным в России весной 1917 г. вместо полиции, была…
а) милиция
б) жандармерия
в) национальная гвардия
г) дружина

2. Двоевластие заключалось в том, что власть в России делили
а) Временное правительство
б) Совнарком
в) Государственная Дума
г) Петроградский совет рабочих и солдатских депутатов

3. Система экономических и политических мер Советском государстве в условиях Гражданской войны (1918–1920), связанная с ликвидацией всех рыночных отношений, национализацией промышленных предприятий, это…
…
а) военный коммунизм
б) приватизация
в) секуляризация

4. Первая Конституции РСФСР была принята в …году
а) 1914
б) 1917
в) 1918
г) 1920

5. Свержение монархии в России произошло в…году
а) 1801
б) 1861
в) 1904
г) 1917

***Тема 13. Советский Союз в 1920-е-1930-е гг.***

1. По Конституции СССР 1924 г. высшим органом власти в СССР объявлялся
а) Съезд Советов СССР
б) Совет народных комиссаров СССР
в) Верховный Совет СССР
г) Сенат

2. Комплекс репрессивных мер, связанных принудительным переселением зажиточных крестьянских семей, объявленных

кулаками, в отдаленные районы СССР с передачей их имущества и хозяйств колхозам, называется…
а) раскулачиванием
б) инквизицией
в) индустриализацией
г) секуляризацией

3. Одной из целей НЭПа можно назвать…
а) введение полного запрета на предпринимательскую деятельность
б) упразднение централизованного планирования
в) создание крупных коллективных сельских хозяйств
г) укрепление социальной базы власти большевиков

4. В Декларации и Договоре о создании СССР предусматривалось вхождение республик в единое государство…
а) на принципах автономизации
б) на принципах федерации
в) на принципах унитарности
г) на принципах конфедерации

5. В 1922 г. Советская Россия восстановила дипломатические отношения с…
а) Великобританией
б) Германией
в) Италией
г) Францией

### *Тема 14. Великая Отечественная война 1941–1945 гг. Борьба советского народа против германского нацизма – ключевая составляющая Второй мировой войны*

1. 30 сентября 1941 г. – 20 апреля 1942 г. происходила…
А) Битва за Москву
Б) Сталинградская битва
В) Курская битва
Г) Битва за Днепр

2. Укажите страны, являющиеся союзниками гитлеровской Германии и входившие в «Ось» в годы Второй мирровой войны:
А) Чехословакия
Б) Италия
В) США
Г) Португалия
Д) Венгрия

3. Итогом Второй мировой войны стало усиление влияния…
а) нацизма
б) реваншизма
в) колониализма
г) коммунистических партий

4. На Тегеранской конференции 1943 года обсуждался вопрос…
а) о безоговорочном вступлении СССР в войну с Японией
б) о размере репараций, которые должна будет выплатить Германия
в) об открытии второго фронта
г) о Ленд-Лизе

5. Главное управление контрразведки, образованное в 1943 г., получило сокращенное наименование…
а) Совнарком
б) НКВД
в) ВСНХ
г) СМЕРШ

***Тема 15. Преодоление последствий войны. Апогей и кризис советского общества. 1945-1984 гг. Мир после Второй мировой войны. Тема 16. Период «перестройки» и распада СССР (1985-1991)***

1. На грань ядерной войны поставило мир…
1) ведение войск СССР и государств ОВД в Чехословакию
2) ввод советских войск в Афганистан в 1979г.
3) разрастание Карибского кризиса
4) выступление Н.Хрущева в ООН

2. Заключительный акт Совещания по безопасности и сотрудничеству в Европе был подписан в Хельсинки в …
1) 1970 г.
2) 1972 г.
3) 1975 г.
4) 1979 г.

3. Международная организация, созданная после Второй мировой войны державами-победительницами для поддержания и укрепления мира и безопасности, это…
а) Содружество независимых государств
б) Организация Варшавского договора
в) Лига Наций
г) Организация объединенных наций

4. СССР прекратил свое существование в … году

а) 1990
б) 1991
в) 1992
г) 1993

5. Второй этап НТР в XX в. связан…
а) с развитием энергетики
б) с развитием астрофизики
в) с развитием микроэлектроники
г) с развитием генетики

***Тема 17. Россия в 1990-е гг. Тема 18. Россия в XXI в.***

1. На выборах в Государственную Думу РФ в 2021 г. наибольшее число мест получила партия …

а) ЛДПР
б) Демократическая Россия
в) Единая Россия
г) Родина

2. Первым Президентом Российской Федерации был …
а) Б.Н. Ельцин
б) Н.И. Рыжков
в) Ю.В. Андропов
г) А.В. Руцкой

3. Принятие Конституции Российской Федерации состоялось в … году
а) 1990
б) 1993
в) 1995
г) 1999

4. Членами НАТО являются …

а) США
б) Китай
в) Великобритания
г) ФРГ
д)

5. Переход государственной собственности в частную собственность называется…

а) национализацией
б) приватизацией
в) секуляризацией
г) конфискацией

## 7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета в первом семестре и зачета с оценкой во втором семестре.

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:<br><br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:<br>Задание 1: 0-10 баллов<br>Задание 2: 0-10 баллов<br>Задание 3: 0-20 баллов<br>**Суммарное количество баллов с учетом ТКУ и ПА**<br>**«зачтено»**<br>**-100-90** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-89-70 –** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Ход решения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-69-50 –** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены частично.<br>**«не зачтено»**<br>**- 49-0** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены |

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| Зачет с оценкой представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:<br><br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; | Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:<br>Задание 1: 0-10 баллов<br>Задание 2: 0-10 баллов<br>Задание 3: 0-20 баллов<br>**Суммарное количество баллов с учетом ТКУ и ПА**<br>**-100-90 (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-89-70 (хорошо) –** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Ход решения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-69-50 (удовлетворительно) –** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не |

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены частично.<br>**- 49-0 (неудовлетворительно)** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены |

## *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

### *1 семестр*

#### *Задания 1 типа*

1. Периодизация в истории.
2. Виды исторических источников.
3. Заселение территории современной России человеком современного вида.
4. Формирование территории государства Русь.
5. Экономика Руси.
6. Куликовская битва.
7. Великий Новгород и Псков в XV в.: политический строй, отношения с Москвой, Тевтонским орденом в Ливонии, Ганзой, Великим княжеством Литовским.
8. Русские земли в составе Великих княжеств Литовского, а также Польского королевства, и Великого княжества Московского.
9. Дохристианская культура восточных славян и соседних народов.
10. Внешняя политика Московского государства в первой трети XVI в.
11. Первые Земские соборы, вопрос о сословном представительстве в Московском государстве.
12. «Стоглавый собор» 1551 г. и усиление зависимости Русской православной церкви от государства.
13. Политическая борьба при московском дворе в конце XVI в.
14. Соборное уложение 1649 г. — общерусский свод законов.
15. Укрепление приказной системы государственного управления.
16. Восстание под руководством Богдана Хмельницкого. Переяславская рада и решение о включении украинских земель в состав Российского государства.
17. Культура России в XVI–XVII столетиях.
18. Северная война 1700–1721 гг. Ништадтский мир и его итоги.
19. Внешняя политика России середины и второй половины XVIII в.
20. Правительственный конституционализм начала XIX в.
21. Отечественная война 1812 г. Заграничные походы русской армии.

22. Война на Северном Кавказе: причины, этапы, последствия.
23. Крестьянская реформа 1861 г.: причины, этапы подготовки, последствия.
24. Основные государственные законы 23 апреля 1906 г.
25. Деятельность I Думы. II Государственная Дума и ее роспуск.

***Задания 2 типа***

1. Охарактеризуйте роль исторических источников в изучении истории. Ответ обоснуйте.
2. Охарактеризуйте Историю России как часть мировой истории. Ответ обоснуйте.
3. Охарактеризуйте дискуссии по поводу так называемой норманнской теории и современные научные взгляды на проблему. Ответ обоснуйте.
4. Охарактеризуйте значение принятия христианства для развития Руси. Ответ обоснуйте.
5. Охарактеризуйте эволюцию республиканского строя в Новгороде и Пскове. Ответ обоснуйте.
6. Охарактеризуйте противостояние Твери и Москвы в борьбе за великое княжение. Ответ обоснуйте.
7. Охарактеризуйте процесс объединения русских земель вокруг Москвы. Ответ обоснуйте.
8. Охарактеризуйте роль православной церкви в ордынский период русской истории. Ответ обоснуйте.
9. Охарактеризуйте значение принятия общерусского Судебника 1497 г. Ответ обоснуйте.
10. Охарактеризуйте подходы в рамках дискуссии о причинах и хронологии Смутного времени в России. Периодизация Смуты. Ответ обоснуйте.
11. Охарактеризуйте последствия реформ Петра I. Ответ обоснуйте.
12. Охарактеризуйте предпосылки и основные факторы политической нестабильности в России после Петра I. Ответ обоснуйте.
13. Охарактеризуйте влияние идеологии Просвещения на развитие русской культуры XVIII в. Ответ обоснуйте.
14. Охарактеризуйте причины зарождения движения декабристов. Ответ обоснуйте.
15. Охарактеризуйте русскую общественную мысль второй четверти XIX в. Ответ обоснуйте.
16. Охарактеризуйте последствия Крымской войны. Ответ обоснуйте.
17. Охарактеризуйте социальные и экономические последствия Великих реформ. Ответ обоснуйте.
18. Охарактеризуйте концепцию «народной монархии» как

основополагающего элемента официальной идеологии 1880–1890-х гг. Ответ обоснуйте.

19. Охарактеризуйте причины и масштабы экономического роста 1890-х гг. Ответ обоснуйте.
20. Охарактеризуйте особенности русского марксизма рубежа XIX–XX вв. Ответ обоснуйте.
21. Охарактеризуйте последствия принятия Манифест 17 октября 1905 г. Ответ обоснуйте.
22. Охарактеризуйте партийную систему России 1905–1917 гг. Ответ обоснуйте.
23. Охарактеризуйте итоги Первой русской революции. Ответ обоснуйте.
24. Охарактеризуйте причины и последствия аграрной реформы Столыпина. Ответ обоснуйте.
25. Охарактеризуйте значение Первой мировой войны в связи с трансформацией политической системы России. Ответ обоснуйте.

***Задания 3 типа***

**Задание № 1**

Ниже указаны две точки зрения на крепостное право.

1. Крепостное право в России XVII – первой половины XIX в. являлось тяжёлой формой эксплуатации, при которой крестьянин был фактически рабом помещика-землевладельца. 2. Крепостное право в России XVII – первой половины XIX в. являлось для своего времени эффективной формой взаимодействия государства, землевладельцев и крестьян.

Какая из точек зрения представляется Вам более предпочтительной? Используя исторические знания, приведите три аргумента, подтверждающих избранную Вами точку зрения.

**Задание № 2**

Прочтите исторический текст. Найдите ошибки и объясните их.

«Новое время в Европе»

Политическое развитие стран Европы в Новое время характеризовалось крушением сословно-представительных режимов. Утверждались новые принципы взаимоотношений власти и общества, которые активно разрабатывались мыслителями идеологии рационализма. У истоков теорий общественного договора, естественных, неотъемлемых прав человека, сыгравших большую роль и не потерявших своего гуманистического пафоса и поныне, стоят фигуры К. Маркса и Ф. Энгельса. К началу XIX столетия, когда уже свершились революции в Германии, Англии и Франции, социальная структура буржуазного общества в Западной Европе только складывалась. Но к середине XIX века ярко проявила себя сила в лице представителей передовой интеллигенции, на которую и сделали ставку авторы

знаменитого «Манифеста Коммунистической партии», обратившись к ним с призывом для переустройства общества на новых началах.

**Задание № 3**

Найдите ошибки в историческом тексте и объясните их.

«Россия революционная»:

Россия участвовала в I Мировой войне на стороне Союза трёх императоров. Поражения на фронтах, тяжелая ситуация в тылу наряду с узлом нерешенных проблем создали в стране предпосылки для революционного взрыва. Авторитет Николая Владимировича Романова, всероссийского императора, династии падал из-за приближения к трону личности священника Иоанна Кронштадского. Временное правительство, пришедшее к власти в марте 1917 г. и состоявшее из меньшевиков и кадетов, обещали стране решение первоочередных задач. Готовились всенародные выборы в Государственный совет, который должен был решить судьбу страны. Непоследовательность, нерешительность правительства, а также ситуация двоевластия постепенно лишали правительства авторитета. Попытка генерала Алексеева навести порядок в стране провалилась. Октябрист Керенский, возглавивший правительство, призвал на борьбу с генералом и его сторонниками. Особенно возрос авторитет большевиков. Под руководством Сталина они осуществили переворот в Москве и на 2 Всероссийском съезде Советов провозгласили переход власти к ним в руки, а также начало преобразований на основе принятых постоянных декретов «О мире», «О земле», «О власти».

**Задание № 4**

Прочтите отрывок из сочинения церковного деятеля.

«Апреля в 14 день, на Фомины недели в четверг, в Пустозёрском остроге, по указу цареву, полуголова Иван Елагин взял ис тюрем протопопа Аввакума, попа Лазаря, дьякона Фёдора и старца Епифания, и шли они до уреченного места на посечение, где плаха лежит, и мучительная вся готова, и палачь готовитца на посечение их. Они же никако унывше, вкупе народ благословляли и прощались, светлым лицем, весели, в своем благочестии непоколебимо стояли и за отеческое предание смерть принимали, а к народам говорили: «не прельщайтеся Никоновым учением! за истину страждем и умираем».

1) Определите, о каком явлении идёт речь.

2) Охарактеризуйте эпоху.

3) Назовите важнейших действующих лиц.

4) Определите значение данного явления в истории страны.

**Задание № 5**

Найдите исторические ошибки в предложенном тексте и объясните их.

«Россия эпохи Петра I»:

Петр I придавал много значения человеческой личности, ее правам и свободам. Поэтому в период его правления в армии, на гражданской службе находились те, кто считал своим долгом принести пользу Отечеству. Другие могли заниматься хозяйством, путешествовать, проводить свой досуг в имении. Теперь, благодаря петровским указам, помещики имели больше прав, чем старинные вотчинники. Особое внимание преобразователь обратил на церковь, и она получила условия для своего развития в качестве духовной направляющей силы русского общества. Много внимания император, а он этот титул получил после подавления восстания и казни стрельцов, уделил российской системе образования, подписывая указы об открытии разнообразных учебных заведений.

***2 семестр***

***Задания 1 типа***

1. Хронологические рамки истории России.
2. Формирование территориально-политической структуры Руси.
3. Общественный строй Руси.
4. Формирование элементов республиканской политической системы в Новгороде.
5. Княжества Северо-Восточной Руси. Борьба за великое княжение Владимирское.
6. Внешняя политика Московского государства в первой трети XVI в.
7. Дискуссия о причинах и хронологии Смутного времени в России.
8. Переяславская рада и решение о включении украинских земель в состав Российского государства.
9. Идеология Просвещения и ее влияние на развитие русской культуры XVIII в.
10. Отечественная война 1812 г.
11. Развитие культуры и искусства в России в первой половине XIX в.
12. Зарождение политических организаций и партий в России в конце XIX — начале XX в.
13. Создание советской республики.
14. Важнейшие преобразования в рамках НЭПа.
15. Создание СССР.
16. Внешняя политика СССР в 1920-е — 1930-е гг.
17. Нацистский оккупационный режим.
18. Сражение на Курской дуге.
19. Развитие культуры и искусства СССР в послевоенный период.

20. Экономическое и социально-политическое развитие России в 1990-х гг.
21. Объединение Германии и вопрос о расширении НАТО на восток.
22. Политика построения инновационной экономики в России в начале XXI в.
23. Культура России в начале XXI в.
24. Воссоединение Крыма и Севастополя с Россией.
25. Начало специальной военной операции на Украине.

***Задания 2 типа***

1. Охарактеризуйте взаимосвязь истории России с историей других стран и народов. Ответ обоснуйте.
2. Сравните исторические условия складывания государственности в Западной Европе и на территориях, населенных восточными славянами. Ответ обоснуйте.
3. Охарактеризуйте значение византийского наследия на Руси. Ответ обоснуйте.
4. Сравните положение церкви в Средние века на Руси и в Западной Европе. Ответ обоснуйте.
5. Охарактеризуйте противостояние Твери и Москвы в борьбе за великое княжение. Ответ обоснуйте.
6. Охарактеризуйте последствия Флорентийской унии. Ответ обоснуйте.
7. Охарактеризуйте тенденции развития культуры России в XVI–XVII столетиях. Ответ обоснуйте.
8. Дайте оценку результатов реформ Петра I. Ответ обоснуйте.
9. Охарактеризуйте внешнюю политику России середины и второй половины XVIII в. Ответ обоснуйте.
10. Охарактеризуйте причины зарождения движения декабристов. Ответ обоснуйте.
11. Сравните морские и континентальные империи, охарактеризуйте особенности России как континентальной империи. Приведите примеры морских и континентальных империй.
12. Охарактеризуйте причины Первой русской революции. Ответ обоснуйте.
13. Охарактеризуйте причины перехода к политике форсированной индустриализации в конце 1920-х гг. Ответ обоснуйте.
14. Охарактеризуйте партизанское движение в СССР в годы Великой Отечественной войны. Ответ обоснуйте.
15. Охарактеризуйте историческое значение победы под Москвой в период Великой Отечественной войны. Ответ обоснуйте.
16. Охарактеризуйте наиболее известные факты фальсификации истории, связанные с освободительной миссией Красной армии в Европе. Приведите примеры фальсификаций истории.

17. Охарактеризуйте итоги Великой Отечественной и Второй мировой войны. Ответ обоснуйте.
18. Охарактеризуйте изменения политической карты Европы по итогам Второй мировой войны. Ответ обоснуйте.
19. Охарактеризуйте причины появления и роста «неформальных» течений в СССР в послевоенный период. Приведите примеры «неформальных» течений.
20. Охарактеризуйте влияние «Холодной войны» на социально-экономическое развитие СССР. Ответ обоснуйте.
21. Охарактеризуйте динамику экономического развития СССР в середине 1960-х — начале 1980-х гг. по сравнению с ведущими странами Запада. Приведите примеры.
22. Охарактеризуйте экономическую интеграцию в рамках СЭВ и ЕЭС. Приведите примеры направлений интеграции.
23. Охарактеризуйте причины обострения межнациональных конфликтов в СССР в конце 1980-х гг. Приведите примеры подобных конфликтов.
24. Охарактеризуйте непосредственные и долгосрочные последствия распада СССР. Ответ обоснуйте.
25. Охарактеризуйте помощь зарубежным странам в борьбе с коронавирусной инфекцией. Приведите примеры.

***Задания 3 типа***

**Задание № 1**

*Определите, о ком идет речь в отрывках, расставьте их в хронологической последовательности. Ответ обоснуйте.*

А. «И в могиле ему не было покоя: в народе разнеслась молва, что ночью там виден огонь и раздается веселая музыка; для того через восемь дней вырыли труп из могилы, сожгли в пепел и, зарядив им огромную пушку, выстрелили в те ворота, коими он вступил в Москву».

Б. «Сей злохищный львичище сольсти короля ляхского и литовского, и учини заговор с некоими паны, давными Русской земле и православной нашей христианской вере лиходеи, пришел в наши украинские грады с войски великими, хотя похитити царство Московское и православную христианскую веру истребити, а ввести проклятую латинскю папежскую веру».

В. «Боляре же и началницы Московского царства, вкупе же и весь народ, обещание даша царице: да служат ей и сыну ея и возведут его на царский престол вместо отца его; и тако утвердиша быти и разыдошася в домы своя. Царь же погребен бысть честно в пречестнем храме архистратига Михаила с прочими первоначальствующими цари и князи».

Г. «В то же время, егда стояху людие царевы под Кромами, случися царю в царствующем граде сидети за столом в царском своем доме,

обедне кушание творяще по обычею царскому; и по отшествии стола того… внезапу случися ему смерть и пад… И слышенна бысть смерть царева воеводам и началником и всему воинству, которые пребывают во обступлении града Кром и в защишении от врага царева Ростриги, и начаша воинскии людие умы своими колебатися».

Д. «В субботу рано утром открылся страшный мятеж: знатнейшие московские бояре, составив заговор, вломились во дворец, чтобы умертвить ___. Немецкая гвардия, стоявшая при воротах в числе 30 человек, была прогнана; после того бояре разломали двери в покоях великокняжеских и ворвались в них… Бояре бросились на великого князя, избили его жестоко и неоднократно спрашивали, точно ли он сын Иоанна Васильевича?».

**Задание № 2.**

*О каких деятелях эпохи дворцовых переворотов и царствованиях рассуждают историки?*

А. «Россияне хвалили ее царствование: она изъявляла к ним более доверенности, нежели к немцам, восстановила власть Сената, отменила смертную казнь, имела любовников добродушных, страсть к веселью и нежным стихам».

Б. «Шуты составляли необходимую принадлежность двора… В числе их находился один князь Голицын, прозывавшийся Квасником. Пятидесятилетнего Квасника вздумали женить на придворной калмычке Буженинoвой, и при этом удобном случае решились повеселиться на славу… Придумали для новобрачных построить Ледяной дом…».

В. «Серо и черство началась ее семейная жизнь с 17-летним вечным недорослком… Он играл в свои куклы и солдаты… Настоящей тиранкой была «дорогая тетушка» … К родителям она могла посылать только письма, составленные в Коллегии иностранных дел… Настоящую, надежную союзницу в борьбе со скукой [она] встретила в книге».

Г. «[Он] не достиг того возраста, когда определяется вполне личность человека, и едва ли история вправе произнести о нем какой-нибудь приговор… Смерть постигла его в то время, когда он находился во власти Долгоруковых; вероятно, если бы он остался жив, то Долгоруковых, по интригам каких-нибудь любимцев счастья, постигла бы судьба Меньшикова».

Д. «Он завел себе особую голштинскую гвардию из всякого международного сброда, но только не из русских своих подданных: то были большею частью сержанты и капралы прусской армии… Считая для себя образцом армию Фридриха II, [он] старался усвоить себе манеры и привычки прусского солдата».

Е. «Россия ПРИШЛА В СЕБЯ. На высших местах управления снова явились русские люди, и когда на место второстепенное назначали иностранца, то [императрица] спрашивала: разве нет русского? Иностранца можно назначить только тогда, когда нет способного

русского».

Ж. «Как бы ни старались в отдельных частных чертах уменьшить бедствия этого времени, оно навсегда останется самым темным временем в нашей истории XVIII века, ибо дело шло не о частных бедствиях, не о материальных лишениях: народный дух страдал, чувствовалась измена основному, жизненному правилу великого

преобразователя, чувствовалась самая темная сторона новой жизни, чувствовалось иго с Запада, более тяжкое, чем прежнее иго с Востока – иго татарское».

**Задание № 3.**

Прочитайте отрывок из дипломатической ноты и определите страну, от имени которой представлена данная нота. Ответ обоснуйте. «25 сентября 1938 г.

Мое правительство уже изучило этот документ и карту. Это действительно ультиматум, который предъявляется побежденной нации, а не предложение суверенному государству, проявившему максимально возможную готовность принести жертвы в интересах мира в Европе. Правительство г-на Гитлера до сих пор не продемонстрировало ни малейших признаков подобной готовности к жертвам. Правительство … крайне удивлено содержанием меморандума. Его предложения идут значительно дальше того, на что мы согласились в так называемом англо-французском плане. Они лишают нас всякой гарантии нашего национального существования. Мы должны уступить значительную часть наших тщательно подготовленных оборонительных укреплений и пустить германские войска в глубь территории нашей страны раньше, чем сможем создать такие укрепления на новой основе или провести мероприятия по их защите. Наша национальная и экономическая независимость с принятием плана г-на Гитлера автоматически перестанет существовать».

Используя справочную литературу, документы, содержащие статистические данные, составьте график ВВП республик в составе СССР в 1990 г. и ВВП стран бывшего СССР в 2019 г. На основе графика определите, в каких странах рост ВВП оказался наиболее высоким, в каких – наиболее низким, объясните причины. Проанализируйте изменения по России.

**Задание № 4**

Прочитайте текст, определите имя политического и военного деятеля, название города, в котором он выступал и год выступления. Охарактеризуйте речь и биполярную систему международных отношений. «Выступал он уже не как премьер-министр, выборы его консервативная партия проиграла, он был обычным отдыхающим на территории США. Обвинив Советский Союз в построении «железного занавеса» над Европой и попытках силой навязать народам планеты

коммунизм, сам он не стеснялся в выражениях. К примеру: «А для этого (сдерживания СССР) нужно под эгидой Объединённых Наций и на основе военной силы англоязычного содружества найти взаимопонимание с Россией». Знаменитая речь положила начало новой эпохе в истории человечества. Отныне формировался новый, биполярный мир, начиналось соперничество двух огромных военно-политических блоков, продлившееся до 1991 года».

**Задание № 5**

Прочитайте текст и определите имя военного и политического деятеля, охарактеризуйте его вклад в Победу СССР в Великой Отечественной войне. «В годы войны он стал вторым после И. В. Сталина человеком в советской военной иерархии. Был бессменным членом Ставки ВГК, а с августа 1942 г. — единственным заместителем Верховного Главнокомандующего и 1-м заместителем наркома обороны. Неоднократно выезжал в войска как представитель Ставки, командовал разными фронтами, причем нередко в критической ситуации, стоял у истоков многих крупнейших стратегических операций. В начале 1943 г. после того, как при его непосредственной координации была прорвана блокада Ленинграда, ему было присвоено звание Маршала Советского Союза. Четыре раза был награжден звездой Героя Советского Союза, дважды за годы войны удостоен высшего полководческого ордена «Победа».

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Философия»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

**Содержание**

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ....3

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ....5

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН....7

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ....8

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ....11

6.МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ....18

6.1. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ....18

6.2. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»....18

6.3. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ....18

6.4. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, В ТОМ ЧИСЛЕ КОМПЛЕКТ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ЭЛЕКТРОННО-БИБЛИОТЕЧНЫЕ СИСТЕМЫ, СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ....19

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ....20

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Философия» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 N 512.

Изучение дисциплины «Философия» ориентировано на получение обучающимися знаний о базовых философских категориях, истории и структуре философского мышления и познания. Данная дисциплина способствует формированию мировоззрения и ценностных установок личности, является исходной теоретической и методологической основой для получения и осмысления знаний по другим социальным, гуманитарным, экономическим и специализированным дисциплинам. Философия имеет универсальный и интегральный характер обобщающего и систематизирующего знания о явлениях природы, общества, культуры, человеческой жизни и деятельности. Дополняя и завершая любое специальное образование, философия помогает будущему специалисту сформировать необходимые предпосылки осознанного самоопределения в жизни, дает ориентиры для самостоятельного поиска ответа на вечные вопросы бытия, стимулирует активное участие в решении судеб своей страны и современного мира.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 2 курсе во 3 семестре.

**Цель и задачи дисциплины**

***Целью*** дисциплины «Философия» является формирование у обучающихся базовой системы философских знаний, выработка философского способа мышления в отношении общей картины мира, сложных взаимосвязей жизненной реальности, ценностей человеческого существования, профессиональной деятельности.

***Задачи изучения дисциплины:***

- изучение философского наследия;
- раскрытие сущности и содержания основных философских категорий;
- формирование философского мышления и мировоззрения;
- формирование нравственных ценностных установок личности;
- обучение использованию источников философской и научной

мысли;

- формирование навыков самостоятельной и коллективной работы студентов по философской тематике и проблематике;
- обучение универсальному и критически-осмысляющему философскому подходу в восприятии и анализе явлений природы, общества, культуры, человеческой жизни и профессиональной деятельности;
- овладение основами логики и методологии научного познания;
- повышение общего уровня философской культуры.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | ***выпускник должен знать*** | ***выпускник должен уметь*** | ***выпускник должен иметь практический опыт*** | |
| Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах | **УК-5** | **УК-5.1** Воспринимает социокультурные особенности различных социальных групп, опираясь на знания и умения философского характера | философский понятийно-категориальный аппарат и философско-методологический инструментарий развитие философской мысли у различных народов, основные философские направления и концепции особенности развития общества, место человека в системе социальных связей современного общества, в глобализирующемся мире | использовать философский понятийно-категориальный аппарат, философско-методологический инструментарий и знания об основных философских направлениях и философских концепциях, о развитии философской мысли у различных народов, особенности развития общества, место человека в системе социальных связей современного общества, в глобализирующемся мире для осмысления межкультурного разнообразия общества | анализа философских фактов, оценки событий и явлений окружающего мира с целью восприятия межкультурного разнообразия общества и конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей, навыками толерантного восприятия социальных и культурных различий | Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа |
| | | **УК-5.2** Владеет | основные | оценивать | осуществления | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | навыками построения конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей, опираясь на знания и умения этического характера | понятия и категории этики, этические ценности представителей различных культур | факты и явления через призму этических ценностей представителей различных культур | конструктивного взаимодействия с представителями различных культур с учетом их систем этических ценностей | |

# 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ /балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической | | |
| ***Очная форма*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1. Философия: смысл и предназначение* | 2 | 2 | | | | | | | | 4 | Доклады и обсуждение/ 10 |
| *Тема 2. Основные этапы и направления развития философии* | 4 | 2 | | | | | | 2 | | 6 | Доклады и обсуждение/ 10 Дидактическая игра/15 |
| *Тема 3. Отечественная философия* | 2 | 2 | | | | | | 2 | | 6 | Доклады и обсуждение/ 10 Дидактическая игра/15 |
| *Тема 4. Философия бытия* | 2 | 2 | | | | | | | | 4 | Доклады и обсуждение/ 10 |
| *Тема 5. Философия познания* | 2 | 2 | | | | | | | | 4 | Доклады и обсуждение/ 10 |
| *Тема 6. Философия человека* | 2 | 2 | | | | | | | | 4 | Доклады и обсуждение/ 10 |
| *Тема 7. Социальная философия* | 5 | 3 | | | | | | | | 6 | Доклады и обсуждение/ 10 |
| **Всего:** | **19** | **15** | | | | | | **4** | | **34** | **100** |
| **Контроль (зачет) час** | **36** | | | | | | | | | | **Экзамен** |
| **Общая трудоемкость дисциплины (в академич. часах)** | **108** | | | | | | | | | | |
| **Общая трудоемкость дисциплины (в зачетных единицах)** | **3** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Философия: смысл и предназначение.***

Предмет философии. Основные подходы к определению предмета философии. Место и роль философии в культуре. Функции философии. Специфика и структура философского знания. Философия как система универсальных знаний о мире и человеке. Философия как способ мышления. Соотношение философии, науки, религии и искусства. Философия – ядро мировоззрения. Исторические типы мировоззрения: миф, религия, философия. Становление философии. Философия в «Осевое Время». Основные философские понятия и категории. Основные проблемы философии. Принципы классификации философских направлений. Онтология и гносеология. Материализм и идеализм. Диалектика и метафизика. Философские картины мира. Место философии в осмыслении актуальных проблем современной цивилизации. Плюрализм и толерантность современной философской мысли.

***Тема 2. Основные этапы и направления развития философии.***

Рождение философской теоретической мысли, ее культурно-исторические предпосылки. Философия древности: Восток и европейская Античность. Основные направления и поиски античной философии. Философия средних веков, ее религиозный характер. Проблема разума и веры, сущности и существования, свободы воли. Патристика и схоластика. Философия Ренессанса. Пантеистическая картина мира и антропоцентрический характер философии Ренессанса. Гелиоцентризм и учение о бесконечности Вселенной. Философия Нового Времени. Критика средневековой схоластики. Научная революция и создание механико-материалистической картины мира. Рационализм и проблема метода познания. Просвещение. Классическая немецкая философия. Философия марксизма. Современная философия Запада. Критический пересмотр и обновление классических философских традиций (неотомизм, неокантианство, неопозитивизм, неомарксизм и др.). Отношение к разуму и науке в философии XX в. Рационализм и иррационализм. Философские направления XX в.: экзистенциализм, персонализм, философская антропология, структурализм, герменевтика, интуитивизм, геополитика. Теории модернизма и постмодернизма. Философский радикализм второй половины XX века: критика современного западного общества. Новые левые. Традиционалистские концепции и «Новые правые». Футурология. Глобальное моделирование. Концепции Римского клуба. Особенности философии информационного общества. Технократизм и его критика. Теория «постиндустриального общества» Д. Белла. «Футурошок» Э. Тоффлера. «Мегатренды» Д. Нейсбита. Финалистские концепции катастрофизма. Нарастание кризиса западной цивилизации и

особенности философии начала XXI века.

***Тема 3. Отечественная философия.***

Особенности русской философии XI-XVII вв. Православная традиция и религиозно-этическая ориентация русской философии. «Русское просвещение» XVIII в. Русская философия XIX – начала XX вв., ее социо- и политикоцентрический характер и связь с литературной традицией. Славянофилы и западники. Идеологические направления в русской философии: либеральное, народническое, анархистское, марксистское, консервативное, евразийское. Русская религиозная философия конца XIX-начала XX вв, ее вклад в развитие мировой культуры. Философия русского зарубежья. Теоретические поиски в марксистской философии 1920-х гг. Официальная доктрина «марксизма-ленинизма» и идеологизированный характер философии советского периода. Концепция «развитого социализма» и кризис советской философии. Российская философия на современном этапе. Освоение немарксистского философского наследия. Возрождение традиционных философско-идеологических парадигм и их роль в современном общественно-политическом и экономическом развитии России.

Перспективы отечественной философии в XXI веке.

***Тема 4. Философия бытия.***

Категория «бытие», ее смысл и место в системе философских категорий. Учение о бытии. Монистические и плюралистические концепции бытия. Основные типы и формы бытия: материально-предметное, объективно-идеальное, бытие человека, социальное бытие. Самоорганизация бытия. Синергетика и ее парадигмы. Понятия материального и идеального. Формирование научно-философского понятия материи. Современные взгляды на категорию «материя». Системная организация материального мира. Пространство и время как формы бытия материи. Пространственно-временной континуум. Движение и развитие. Основные формы движения, их соотношение. Диалектика и ее альтернативы. Детерминизм и индетерминизм. Динамические и статические закономерности. Закономерности развития природы, общества и мышления.

***Тема 5. Философия познания.***

Сознание и бытие. Роль языка и социокультурных факторов в возникновении и развитии сознания. Научные, философские и религиозные картины мира. Многоуровневость сознания. Сознательное и бессознательное. Сознание и познание. Сущность познания, его понимание в истории философской мысли. Проблема познаваемости мира. Скептицизм и агностицизм. Познание, творчество и практика. Вера и знание. Понимание и объяснение. Рациональное и иррациональное в познавательной деятельности. Действительность,

мышление, логика и язык. Диалектика абсолютного и относительного в знании. Проблема истины. Действительность, мышление; логика и язык. Искусство спора. Основы логики. Научное и вненаучное знание. Наука как специфическая форма познания. Критерии научности. Структура научного познания, его эмпирический и теоретический уровни. Методы и формы научного познания. Рост научного знания. Научные революции и смены типов рациональности. Наука и техника. Проблема моделирования мыслительных процессов в кибернетических системах. Философские аспекты создания искусственного интеллекта.

***Тема 6. Философия человека.***

Человек и природа. Человек и общество. Человек и культура. Человек в системе социальных связей. Человек и исторический процесс. Проблема «субъектности» и «объектности» человека в истории. Роль исторических личностей в социальном процессе. Концепция личности как социального качества человека. Понятия «человек», «индивид», «личность», «индивидуальность». Самосознание и личность. Закономерности личностного развития человека. Социальные роли личности в системе социокультурных связей. Личность и массы. Человек в контексте «вечных» философских вопросов: свобода и необходимость, свобода и ответственность, мораль и справедливость, правда и право, насилие и ненасилие, цели и средства, «низкое» и «высокое». Проблема смысла человеческого бытия; смерти и бессмертия в духовном опыте человека. Нравственные ценности. Представления о совершенном человеке в различных культурах. Этические и эстетические ценности и их роль в человеческой жизни. Религиозные ценности и свобода совести. Роль человека в современном глобализирующемся мире.

***Тема 7. Социальная философия.***

Философское понимание общества, соотношение с социологическим, политологическим, историческим, социально-психологическим, экономическим подходами. Развитие представлений об обществе в истории философии. Поиски общественного идеала. Общество и его структура. Политическое бытие общества и политическая философия. Особенность политического подхода к проблеме «жизни и смерти». Влияние политики на все сферы общества, общественное развитие и жизнь каждого отдельного человека. Соотношение общества и государства в социальной философии. Концепции «гражданского» и «органического» общества. Гражданское общество и государство. Культура и цивилизация. Формационная и цивилизационная концепции общественного развития. Формы и методы общественного развития. Эволюция и революция. Реформы и контрреформы. Кризисы и стабилизации. Роль социально-философских образов «будущего», «настоящего» и «прошлого» в общественных процессах. Общественное

развитие современной России: тенденции и противоречия. Социально-философские проблемы альтернатив общественного развития. Теория многополярного мира. Будущее человечества. Взаимодействие цивилизаций и сценарии будущего. Характерные черты и особенности научно-технической революции и информационного общества. Глобальные проблемы современности и социально-философское осмысление путей и методов их решения. Роль философии в процессах устойчивого развития современного мира.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплины «Философия» используются такие виды учебной работы, как лекции, семинары, дидактические игры, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

***Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера. При подготовке лекции преподаватель руководствуется рабочей программой дисциплины.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Преподаватель приводит список используемых и рекомендуемых источников для изучения конкретной темы.

В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

При чтении лекций по дисциплине преподаватель использует электронные мультимедийные презентации.

Обучающимся предоставляется возможность копирования презентаций для самоподготовки и подготовки к промежуточной аттестации.

***Методические указания для обучающихся при работе на семинаре***

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов согруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

***Методические указания для обучающихся по подготовке доклада и обсуждения***

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку

умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);
- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

Структура выступления.

Вступление должно содержать:

- название, сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- живую интересную форму изложения;
- акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

Обсуждение целенаправленного конкретного вопроса, сопровождающееся, обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами.

Задача - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Обсуждение может быть свободным и управляемым.

К технике управляемого обсуждения относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность.

Групповое обсуждение. Для его проведения все обучающиеся, присутствующие на практическом занятии, разбиваются на небольшие подгруппы, которые обсуждают те или иные вопросы, входящие в тему занятия.

Обсуждение может организовываться двояко: либо все подгруппы анализируют один и тот же вопрос, либо какая-то крупная тема разбивается на отдельные задания.

Для проведения осуждения необходимо:

1. Выбрать тему, ее может предложить, как преподаватель, так и студенты.

2.Выделить проблематику. Обозначить основные спорные вопросы.

3.Рассмотреть, исторические и современные подходы по выбранной теме.

4. Подобрать литературу.

5. Выписать тезисы.

6. Проанализировать материал и определить свою точку зрения по данной проблематике.

***Методические указания для обучающихся по участию в проведении дидактической игры.***

Дидактическая игра – совместная деятельность обучаемых, направленная на нахождение путей оптимального решения поставленной задачи в соответствии с выбранной или назначенной ролью с целью выработки коммуникативных навыков, развития мышления, умения применять полученные теоретические знания на практике, быстроты оценки ситуации и принятия решения. Дидактическая игра позволяет вовлекать участников в моделирование процессов будущей профессиональной деятельности, развивает помимо профессиональных навыков, аналитические, рефлексивные способности, умение организовать собственную деятельность и деятельность группы.

Прежде чем приступать к участию в дидактической игре, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;

- получить от преподавателя информацию о целях и практических задачах игры, о порядке проведения дидактической игры, критериях оценки действий участников игры;

- получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы, описание игровой ситуации и конкретную роль в дидактической игре с разъяснением функций и порядка действий по сценарию;

По итогам проведения дидактической игры, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии

преподавателя.

*Работа с литературой(конспектирование)*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления, в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

### *Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины*

| **Наименование темы** | **Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение** | **Формы самост. работы** | **Форма текущего контроля** |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Философия: смысл и предназначение* | Основные подходы к определению предмета философии. Специфика и структура философского знания. Философия как система универсальных знаний о мире и человеке. Философия как способ мышления. Соотношение философии, науки, религии и искусства. Исторические типы мировоззрения: миф, религия, философия. Философия в «Осевое Время». Принципы классификации философских направлений. Онтология и гносеология. Материализм и идеализм. Диалектика и метафизика. Философские картины мира. Плюрализм и толерантность современной философской мысли. | Работа в библиотеке, включая ЭБС, написание конспекта Подготовка доклада | Доклады и обсуждение |
| *Тема 2. Основные этапы и* | Основные направления и поиски античной философии. Проблема разума и веры, | Работа в библиотеке, | Доклады и обсуждение |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самост. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| *направления развития философии* | сущности и существования, свободы воли. Патристика и схоластика. Пантеистическая картина мира и антропоцентрический характер философии Ренессанса. Гелиоцентризм и учение о бесконечности Вселенной. Критика средневековой схоластики. Рационализм и проблема метода познания. Просвещение. Философия марксизма. Критический пересмотр и обновление классических философских традиций (неотомизм, неокантианство, неопозитивизм, неомарксизм и др.). Отношение к разуму и науке в философии XX в. Рационализм и иррационализм. Теории модернизма и постмодернизма. Философский радикализм второй половины XX века: критика современного западного общества. Новые левые. Традиционалистские концепции и «Новые правые». Глобальное моделирование. Концепции Римского клуба. Технократизм и его критика. Теория «постиндустриального общества» Д. Белла. «Футурошок» Э. Тоффлера. «Мегатренды» Д. Нейсбита. Финалистские концепции катастрофизма. Нарастание кризиса западной цивилизации и особенности философии начала XXI века. | включая ЭБС, написание конспекта Подготовка доклада, подготовка к дидактической игре | Дидактическая игра |
| *Тема 3. Отечественная философия* | Православная традиция и религиозно-этическая ориентация русской философии. Славянофилы и западники. Философия русского зарубежья. Теоретические поиски в марксистской философии 1920-х гг. Концепция «развитого социализма» и кризис советской философии. Освоение немарксистского философского наследия. Возрождение традиционных философско-идеологических парадигм и их роль в современном общественно-политическом и экономическом развитии России. Перспективы отечественной философии в XXI веке. | Работа в библиотеке, включая ЭБС, написание конспекта Подготовка доклада, подготовка к дидактической игре | Доклады и обсуждение Дидактическая игра |
| *Тема 4. Философия бытия.* | Учение о бытии. Монистические и плюралистические концепции бытия. Основные типы и формы бытия: материально-предметное, объективно-идеальное, бытие человека, социальное бытие. Синергетика и ее парадигмы. Формирование научно-философского понятия материи. Современные взгляды на категорию «материя». Системная организация материального мира. Пространственно-временной континуум. | Работа в библиотеке, включая ЭБС, написание конспекта Подготовка доклада | Доклады и обсуждение |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самост. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| | Основные формы движения, их соотношение. Детерминизм и индетерминизм. Закономерности развития природы, общества и мышления. | | |
| *Тема 5. Философия познания.* | Роль языка и социокультурных факторов в возникновении и развитии сознания. Многоуровневость сознания. Сознательное и бессознательное. Сущность познания, его понимание в истории философской мысли. Проблема познаваемости мира. Скептицизм и агностицизм. Вера и знание. Понимание и объяснение. Рациональное и иррациональное в познавательной деятельности. Диалектика абсолютного и относительного в знании. Действительность, мышление; логика и язык. Искусство спора. Основы логики. Наука как специфическая форма познания. Критерии научности. Структура научного познания, его эмпирический и теоретический уровни. Рост научного знания. Наука и техника. Проблема моделирования мыслительных процессов в кибернетических системах. Философские аспекты создания искусственного интеллекта. | Работа в библиотеке, включая ЭБС, написание конспекта Подготовка доклада | Доклады и обсуждение |
| *Тема 6. Философия человека.* | Человек в системе социальных связей. Проблема «субъектности» и «объектности» человека в истории. Роль исторических личностей в социальном процессе. Концепция личности как социального качества человека. Самосознание и личность. Закономерности личностного развития человека. Личность и массы. Свобода и необходимость, свобода и ответственность, мораль и справедливость, правда и право, насилие и ненасилие, цели и средства, «низкое» и «высокое». Нравственные ценности. Представления о совершенном человеке в различных культурах. Религиозные ценности и свобода совести. | Работа в библиотеке, включая ЭБС, написание конспекта Подготовка доклада | Доклады и обсуждение |
| *Тема 7. Социальная философия.* | Поиски общественного идеала. Особенность политического подхода к проблеме «жизни и смерти». Влияние политики на все сферы общества, общественное развитие и жизнь каждого отдельного человека. Соотношение общества и государства в социальной философии. Концепции «гражданского» и «органического» общества. Гражданское общество и государство. Формы и методы | Работа в библиотеке, включая ЭБС, написание конспекта Подготовка доклада | Доклады и обсуждение |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самост. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| | общественного развития. Эволюция и революция. Реформы и контрреформы. Кризисы и стабилизации. Роль социально-философских образов «будущего», «настоящего» и «прошлого» в общественных процессах. Социально-философские проблемы альтернатив общественного развития. Взаимодействие цивилизаций и сценарии будущего. Характерные черты и особенности научно-технической революции и информационного общества. Роль философии в процессах устойчивого развития современного мира. | | |

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1. Балашов, Л. Е. Философия : учебник : [16+] / Л. Е. Балашов. – 4-е изд., испр. и доп. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 612 с. : ил. – https://www.iprbookshop.ru

2. Батурин, В. К. Философия: учебник для бакалавров / В. К. Батурин. – Москва : Юнити, 2016. – 343 с. – https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература:***

1. Гуревич, П. С. Философия : хрестоматия / П. С. Гуревич ; сост. П. С. Гуревич. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 539 с. – https://www.iprbookshop.ru

2. Гусев, Д. А. Курс лекций по философии : [16+] / Д. А. Гусев. – Москва : Директ-Медиа, 2014. – 520 с. – https://www.iprbookshop.ru

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № | Наименование портала (издания, курса, документа) | Ссылка |
|---|---|---|
| 1 | «Философский штурм»: совместное философское творчество | http://www.philosophystorm.org/ |
| 2 | Философы и мыслители | http://www.great-philosopher.ru/ |
| 3 | Лекции по философии | http://www.studfiles.ru/dir/cat10/subj171/file14519/view150253.html |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

При проведении образовательного процесса по дисциплине необходимо наличие:

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)

• Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)

• Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

• Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

• Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

• Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

• Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)

• Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### *7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины*

| № п/п | Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1 | Доклад - обсуждение | 7-6 – доклад выполнен в соответствии с заявленной темой, презентация легко читаема и ясна для понимания, грамотное использование политологической терминологии, свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик правильно ответил на все вопросы в ходе дискуссии.<br>5-4 – доклад выполнен в основном соответствии с требованиями, но не совсем правильно оформленных слайдов презентации, грамотное использование политологической терминологии, в основном свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик в основном правильно ответил на все вопросы преподавателя и обучающихся<br>3-2 – доклад выполнен в основном соответствии с требованиями, 10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации, докладчик был «привязан» к тексту, докладчик испытывал затруднения при ответе на вопросы преподавателя и обучающихся<br>«0» - доклад не выполнен.<br>*Обсуждение*<br>«3» – активное участие в дискуссии, обсуждение 2 и более выступлений, точка зрения аргументирована и обоснована;<br>«2» – обсуждение 1 выступления, ответы построены в основном логично, недостаточная аргументация<br>«0» - не принимал участие в обсуждении. |
| 2 | Дидактическая | «15-6» – активное участие в процессе в заранее определенной роли, |

| | | |
|---|---|---|
| | игра | выступление логично и аргументировано;<br>«5-1» – участие в процессе в определенной роли, выступление в основном логично, недостаточная аргументация |

### *Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости*

***Типовой сценарий дидактической игры:***

Студенты, на основании «сценариев» диалогов Платона, определяют философский вопрос, подлежащий рассмотрению (например, «природа человека»); распределяют роли (Сократ, Протагор, Фрасимах и др.); проводят философскую дискуссию, руководствуясь точками зрения соответствующих философов, и используют соответствующие теме дидактические единицы. «Арбитры» (группа студентов, внимательно следящая за аргументами сторон) определяют, чьи доводы оказываются более убедительными, и кто лучше раскрыл дидактические единицы.

***Примерные темы докладов и обсуждений:***

1. Философия как система универсальных знаний о мире и человеке.
2. Философия как способ мышления.
3. Плюрализм современной философской мысли.
4. Многообразие мировоззренческих взглядов.
5. Скептицизм и агностицизм.
6. Становление античной философии («досократический» период).
7. Сократический поворот в философии.
8. Учение Платона об “идеи”.
9. Философия Аристотеля как энциклопедическое учение.
10. Философия эллинистического периода.
11. Философские искания А. Августина.
12. Фома Аквинский - систематизатор средневековой схоластики.
13. Спор между номиналистами и реалистами в средневековой философии.
14. Гуманизм и антропоцентризм - ведущие принципы философии Возрождения.
15. Идеи новой космологии в философии Возрождения.
16. Сущность и основные черты научной революции XVII в.
17. Учение о методе в философии Нового времени, эмпиризм Ф. Бэкона и рационализм Р. Декарта.
18. Критическая философия Канта.
19. Философия духа Гегеля.
20. Философия экзистенциализма.
21. Философские модели общества**.**
22. Закономерности развития природы, общества и мышления;

23. Формационная и цивилизационная концепции общества.
24. Духовное бытие общества.
25. Проблема смысла жизни в духовном опыте человека.

### *7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации*

Промежуточная аттестация по дисциплине «Философия» проводится в форме экзамена.

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя.<br><br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины<br>Задания №3 – задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины (курса) (решение задачи). | Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:<br>Задание 1: 0-30 баллов<br>Задание 2: 0-30 баллов<br>Задание 3: 0-40 баллов<br>**-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Ход решения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены частично.<br>**«Не зачтено»**<br>**-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены |

### *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена.

**Задания 1 типа.**

1. Дайте определение понятиям «Мифология», «Религия», «Философия», «Осевое Время».
2. Дайте определение понятиям «Онтология», «Гносеология», «Методология».
3. Дайте определение понятиям «Эстетика» и «Этика».
4. Дайте определение понятиям «Синкретичность», «Анимизм», «Тотемизм».

5. Дайте определение понятиям «Натурфилософия», «Стоицизм», «Эпикуреизм».

6. Дайте определение понятиям «Теоцентризм», «Томизм».

7. Дайте определение понятиям «Патристика», «Схоластика».

8. Дайте определение понятиям «Антропоцентризм», «Гуманизм».

9. Дайте определение понятиям «Эмпиризм», «Рационализм», «Сенсуализм».

10. Дайте определение понятиям «Деизм», «Пантеизм».

11. Дайте определение понятиям «Иррационализм», «Волюнтаризм».

12.Дайте определение понятиям «Натурализм» и «Социал-дарвинизм».

13. Дайте определение понятиям «Позитивизм» и «Марксизм».

14. Дайте определение понятиям «Герменевтика», «Экзистенциализм», «Технократизм».

15. Дайте определение понятиям «Бытие», «Диалектика».

16. Дайте определение понятиям «Синергетика», «Научная революция».

17.Дайте определение понятиям «Сознание», «Познание».

18. Дайте определение понятиям «Субстанция», «Материя», «Идеальное».

19. Дайте определение понятиям «Монизм», «Дуализм», «Гилозоизм».

20. Дайте определение понятиям «Гностицизм», «Агностицизм».

21. Дайте определение понятиям «Человек», «Индивид».

22. Дайте определение понятиям «Личность», Индивидуальность».

23. Дайте определение понятиям «Гражданское общество», «Эгалитаризм».

24. Дайте определение понятиям «Эволюция», «Реформы».

25. Дайте определение понятиям «Пацифизм», «Многополярный мир».

**Задания 2 типа.**

1. Охарактеризуйте проблематику «материального» и «идеального» в философии.

2. Определите принципы классификации философских направлений.

3. Выявите закономерности развития мышления.

4. Дайте характеристику особенностям античной философии.

5. Дайте характеристику особенностям средневековой философии.

6. Дайте характеристику особенностям философии эпохи Возрождения.

7. Дайте характеристику особенностям философии Нового Времени.

8. Дайте характеристику особенностям философии Просвещения.

9. Дайте характеристику особенностям немецкой классической философии.

10. Дайте характеристику особенностям философии марксизма.

11. Дайте характеристику особенностям философии иррационализма.

12. Дайте характеристику особенностям феноменологии.

13. Дайте характеристику особенностям философии экзистенциализма.

14. Дайте характеристику особенностям философии постмодерна.

15. Дайте характеристику русской религиозно-идеалистической философии конца XIX – начала XX в.

16. Выявите диалектику абсолютного и относительного в знании.

17. Охарактеризуйте соотношение чувственного и рационального в познании.

18. Охарактеризуйте проблему познаваемости мира.

19. Охарактеризуйте эволюцию представлений о материи.

20. Охарактеризуйте концепцию личности как социального качества человека

21. Выявите специфику философского понимания общества, его соотношение с социологическим, политологическим, историческим, социально-психологическим, экономическим подходами.

22. Охарактеризуйте критерии общественного прогресса.

23. Выявите социально-философскую проблематику «Культуры» и «Цивилизации».

24. Проблема типологии исторического процесса (О.Шпенглер, К.Маркс, А.Тойнби).

25. Охарактеризуйте глобальные проблемы современной цивилизации.

**Задания 3 типа.**

1. Французский философ Р. Декарт замечал: «Философия (...) распространяется на все доступное для человеческого познания».
Согласны ли вы с таким пониманием предмета философии? Что вы можете добавить к сказанному для более полной характеристики философского знания?

2. Немецкий философ А. Шопенгауэр замечал: «Истинно философское воззрение на мир... то, которое учит нас познавать его внутреннюю сущность...». О какой функции философии идет речь в этом высказывании? Выскажите свои представления об основных функциях философии.

3. Греческий философ Аристотель писал: «Большинство первых философов считали началом всего одни лишь материальные начала, а именно то, из чего состоят все вещи...», а также: «Фалес – основатель такого рода философии – утверждал, что начало есть вода (поэтому он

заявлял, что земля находится на воде)». О какой философской школе ведет речь Аристотель? Выскажите свое понимание проблемы о соотношении материи и сознания.

4. Современный английский философ А. Уайтхэд пишет: «Когда цивилизация достигает своей кульминации, общество, избавленное от общефилософского понимания жизни, обречено на упадок... Те исторические эпохи, развитие которых было связано с распространением философского мировоззрения, никогда не исчезнут из памяти человечества».

5. Прочитайте отрывок из произведения Томаса Мора «Утопия».

«Посредине каждой части имеется рынок со всякими постройками. Туда, в определенные дома, свозятся предметы производства каждого семейства, и отдельные виды их распределяются в розницу по складам.

В них каждый отец семейства просит того, что нужно ему и его близким, и без денег, совершенно без всякой уплаты, уносит все, что ни попросит. Да и зачем ему отказывать в чем-либо? Ведь, во-первых, все имеется в достаточном изобилии, а во-вторых, не может быть никакого опасения, что кто-либо пожелает потребовать больше, чем нужно. Зачем предполагать, что лишнего попросит тот, кто уверен, что у него никогда ни в чем не будет недостатка? Действительно, у всякого рода живых существ жадность и хищность возникают или от боязни нужды, или, у человека только, от гордости, вменяющейся себе в достоинство превзойти прочих излишним хвастовством своим имуществом. Порок такого рода совершенно не имеет места среди обычаев утопийцев».

Попытайтесь мысленно представить полемику представителей гносеологического оптимизма и скептицизма. Какие аргументы могли бы быть приведены с той и с другой стороны? Что рационального вы могли бы вынести из этого спора?

6. Попытайтесь мысленно представить полемику представителей гносеологического оптимизма и скептицизма. Какие аргументы могли бы быть приведены с той и с другой стороны? Что рационального вы могли бы вынести из этого спора?

7. Немецкий философ М. Хайдеггер замечал: «Философия – ни наука, ни мировоззренческая проповедь». Справедливо ли это суждение? Выскажите свое отношение к взаимосвязи философии и мировоззрения.

8. Подумайте над проблемой.

Закон отрицания гласит: «развитие осуществляется посредством отрицания старого новым, низшего высшим. Поскольку новое, отрицая старое, сохраняет и развивает его положительные черты, развитие приобретает прогрессивный характер. Вместе с тем, развитие идет по спирали, с повторением в высших стадиях отдельных сторон и черт низших».

9. Современный российский философ И.А. Гобозов отмечает:

«Настоящий политик руководствуется не моральными нормами, а

интересами государства и народа …Потеряв часть, сохраняется целое, но потеряв целое, погибает и часть».

10. Ж.А. Пуанкаре, характеризуя … истину, писал: «Основные положения геометрии Евклида суть также не что иное, как соглашение, и было бы настолько же неразумно доискиваться, истины они или ложны, как задавать вопрос, истина или ложна метрическая система. Эти соглашения только удобны».

11. Русский философ В. Соловьев писал: «Все философские направления, где бы они ни искали сущей истины, как бы ее ни определяли, одинаково признают, что она должна представлять характер всеобщности и неизменности, отличающий ее от преходящей и раздробленной действительности явлений».

12. В.И. Ленин писал: «для материалиста «фактически дан» внешний мир, образом коего являются наши ощущения. Для идеалиста «фактически дано» ощущение, причем внешний мир объявляется «комплексом ощущений»».

13. Немецкий философ К. Маркс писал: «В общественном производстве своей жизни люди вступают в определенные, необходимые, от их воли не зависящие отношения – производственные отношения, которые соответствуют определенной ступени развития их материальных производительных сил. Совокупность этих производственных отношений составляет экономическую структуру общества, реальный базис, на котором возвышается юридическая и политическая надстройка и которому соответствуют определенные формы общественного сознания. Способ производства материальной жизни обусловливает социальный, политический и духовный процессы жизни вообще». Что понимает автор под базисом и надстройкой? Согласны ли Вы с данной точкой зрения? Выскажите Ваше понимание взаимодействия базиса и надстройки в обществе?

14. Соотнесите имена философов с периодами развития русской философии.

А) философия Московской Руси

Б) философия первой половины XIX в.

В) философия «Серебряного века»

Г) философия Древней Руси

Д) философия XVIII в.

1. Н. Бердяев, С. Франк

2. Нестор, Иларион

3. М. Ломоносов, С. Десницкий

4. П. Чаадаев, И. Киреевский

5. Филофей, Максим Грек

15. Советский философ Э.В. Ильенков, характеризуя вопрос соотношения материи и сознания, утверждает, что «представить себе материю в целом – как всеобщую субстанцию, – лишенную мышления как одного из ее атрибутов, – значит представить ее себе неверно, более

бедной, чем она на самом деле есть».

16. Проанализируйте отрывок из текста и самостоятельно внесите соответствующую определенному понятию букву под каждую цифру в табличке.

Крупнейшим русским консервативным философом был Лев Александрович Тихомиров (1852–1923). В своих работах «Монархическая государственность», «Начала и концы» и др. он настаивал на том, что «подсказанный историей» тип самодержавной _____(1) – лучшая форма правления для России. В частности, он писал: «Всякий русский должен признать установленную в России власть и, думая об улучшениях, должен думать о том, как их сделать с самодержавием и при самодержавии». В православно-самодержавном государственном _____(2)Л.А. Тихомиров видел гаранта сохранения Россией своего исторического пути развития и преодоления крайностей – _____(3) и революционных потрясений. Он был убежден, что и социализм, и либеральная _____(4) западного толка одинаково неорганичны и разрушительны для страны. Л.А. Тихомиров настаивал на том, что русская национальная философия и наука должны быть самостоятельными, непосредственно изучать и понимать свою _____(5), относиться продуманно и взвешенно к любым заимствованным_____(6), не быть подверженной слепому влиянию философских доктрин, исходящих из совершенно иных комбинаций культурных и социальных _____(7).

| | |
|---|---|
| А) страна | Д) демократия |
| Б) идеи | Е) условия |
| В) монархия | Ж) застой |
| Г) устройство | |

17. Соотнесите высказывания и их авторов

1.Человек – общественное животное

2. Человек есть мера всех вещей

3. Жизнь человека в сущности бессмысленна и абсурдна

4. Человек изначально представляет собой чистую доску и при столкновении с жизнью он получает массу впечатлений, которые закрашивают эту чистую доску

А). А. Камю

Б). Аристотель

В). Протагор

Г). Дж. Локк.

18. Перед вами два столбика, в которых приводятся категории диалектики. Задача соединить между собой парные категории.

| | |
|---|---|
| А). Сущность | 1). Единичное |
| Б). Содержание | 2). Причина |
| В). Необходимость | 3). Явление |
| Г). Возможности | 4). Форма |

Д). Общее 5). Действительность

Е). Следствие 6). Случайность

19. Прочитайте высказывание Л. Фейербаха: «…искусство не выдает свои создания за нечто другое, чем они есть на самом деле, т.е. другое, чем создание искусства; религия же выдает свои вымышленные существа за существа действительные».

20. Соотнесите понятия и их значения:

1. Право
2. Свобода
3. Необходимость
4. Мораль

А). Представления о добре и зле

Б). Мера должного поведения, предоставляемая индивиду

В). Способность поступать в соответствии с осознанным выбором

Г). То, что при определенных условиях обязательно произойдет

21. Проанализируйте отрывок из текста и самостоятельно внесите соответствующую определенному понятию букву под каждую цифру в табличке.

Единственно надежным источником познания, согласно Бэкону, являются чувства, _____(1) и то, что из них вытекает. В этой связи философию Бэкона можно определить как эмпирическую (эмпирия – опыт, опирающийся на _____(2), а не изолированное чувственное восприятие). Бэкон считал, что эмпирический _____(3) требует решительного освобождения человеческого разума от ложных представлений и предвзятых идей, которые он называет «идолами», или _____(4). «Идолов», унаследованных от прошлого, возникших из особенностей человеческой природы или позиций устоявшихся _____(5), он делил на четыре вида:

1) «Идолы рода» – ложные представления о вещах, возникшие из-за несовершенства органов человеческих чувств человека и ограниченности человеческого _____(6);

2) «Идолы пещеры» – искаженные представления о действительности, связанные с индивидуальным воспитанием человека, его образованием, а также со слепым поклонением авторитетам;

3) «Идолы рынка» – ложные представления людей, порожденные неправильным употреблением слов (как обычно употребляются слова на рынках, площадях, в толпе);

4) «Идолы _____(7)» – искаженные представления людей, заимствованные ими из различных философских концепций и идей.

Своим учением об «идолах» Ф. Бэкон стремился очистить сознание людей от влияния схоластических представлений и разного рода заблуждений, создать тем самым условия для успешного развития и распространения научных знаний. В мире науки он видел и основное средство решения социальных проблем. Естественно-научный подход Ф.

Бэкона напрямую повлиял на становление в XIX в. философии позитивизма.

А) метод Д) «призраки»
Б) авторитеты Е) эксперимент
В) опыт Ж) разум
Г) театр

22. Установите соответствие между теоретическими моделями общества и персоналиями, их представляющими. Проставьте буквы в квадратах.

А) Идеалистическая
Б) Материалистическая
В) Плюралистическая
Г) Натуралистическая

1.Ш. Монтескье, Г. Бокль
2.Августин, Фома Аквинский
3. К. Маркс, Ф. Энгельс
4. М. Вебер, Р. Арон

23. Соотнесите имена философов с основными подходами к определению предмета философии:

А) этический
Б) гносеологический
В) эстетический
Г) антропологический

1. Платон
2. Л. Фейербах
3. О. Конт
4. Ф. Ницше

24. Советский философ М. А Лифшиц, говоря о религии, считал: «сила религиозной морали состоит в том, что она утоляет жажду непосредственной, добровольной связи между людьми. Люди ненавидят казённщину своих отношений, им не хватает тепла. Религиозная мораль удовлетворяет эту потребность, но, что бы ни говорили её защитники, она удовлетворяет её бессильной грёзой. В праздничном целовании, условно подчёркнутом личном доброжелательстве, в общем преклонении перед аскетическим самопожертвованием немногих подвижников, искупающих грехи мирян, религиозная мысль создаёт отдушину, ничего не меняя, по существу. Религия исходит из глубокого разъединения людей, их коренного одиночества, не побеждённого обществом, а, напротив, усиленного им. Она, собственно, лишь утверждает человека в том, что он не может приблизиться к сердцу другого без посредников, земных и небесных… Только на почве демократического подъёма и особенно в порывах энтузиазма народных восстаний реальное нравственное поле росло, сметая ничтожные преграды между людьми и обнажая от лицемерных фраз преграды действительные, требующие уничтожения. Революция есть слияние

общественного дальнодействия с близкодействием. Это дружное вмешательство людей в их собственную, украденную у них жизнь».

В чем состоит, по мнению, Лифшица, сила религиозной морали? На какой основе, по мнению Лифшица, возможно реальный рост нравственности? Согласны ли Вы с его позицией? Ответ аргументируйте.

25. Найдите ошибки в тексте. Перепишите текст в правильном варианте.

Двумя крупнейшими направлениями философии Нового времени XVII века были эмпиризм и рационализм. Согласно эмпиризму, основу нашего знания составляет рациональное познание, а основным источником получаемых знаний выступает разум. Рационализм же исходил из того, что только чувственный опыт, эксперимент могут дать нам истинное знание. Главными представителями эмпиризма являлись Ф. Бэкон, Р. Декарт, Л. Фейербах, а рационализма – Т. Гоббс, Дж. Локк, Б. Спиноза, Г. Лейбниц. XVIII век был в основном представлен представителями Немецкой классической философии (К. Марксом, К. Каутским, Ф. Ницше и др.).

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

## Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ ..... 3

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ..... 4

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ..... 6

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 7

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 7

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 14

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ..... 16

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 N 512.

Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» ориентирована на получение обучающимися знаний об идентификации, защите и ликвидации последствий реализации опасностей антропогенного, техногенного и естественного происхождения, и их совокупности (поле опасностей), действующих в системах «объект защиты – источник опасности», а также твёрдых практических умений и опыта в использовании средств и систем защиты от опасностей и действий в чрезвычайных ситуациях.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 1 курсе во 1 семестре.

**Цель и задачи дисциплины**

***Цель изучения дисциплины*** – формирование у обучающихся способности решать проблемы обеспечения безопасности жизнедеятельности, грамотно и эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях и при ликвидации их последствий.

***Задачи изучения дисциплины:***

- сформировать знания основ безопасности жизнедеятельности;
- выработать умение находить пути решения сложных ситуаций, связанных с безопасностью жизнедеятельности;
- научиться применять в практической деятельности основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **выпускник должен знать** | **выпускник должен уметь** | **выпускник должен иметь практический опыт** | |
| Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов | **УК-8** | **УК-8.1.** Анализирует, идентифицирует и устраняет факторы вредного влияния элементов среды обитания, в т.ч. в рамках осуществляемой деятельности. | факторы, воздействующие на человека в процессе трудовой деятельности; какие параметры нормируются при назначении климата рабочей зоны. | организовывать рабочую зону в соответствии с требованиями нормативов; правильно организовывать режим труда и отдыха | по обеспечению защиты работающих от перегрева и охлаждения | Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа |
| | | **УК-8.2.** Формирует общую культуру безопасного и ответственного поведения; выявляет и устраняет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте. | вредные производственные факторы; требования, предъявляемые к рабочему месту. | организовывать электробезопасность на рабочем месте; обращаться с вредными химическими веществами и средствами пожаротушения. | по расчету параметров рабочего места: освещенность, шум, электромагнитное излучение. | |
| | | **УК-8.3.** Осуществляет действия по предотвращению и возникновению чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) на рабочем месте; в случае возникновения чрезвычайной ситуации применяет средства | особенности поражающих факторов биологического. Химического и зажигательного оружий; основы радиационной безопасности. | производить оценку обстановки при землетрясении, урагане, наводнении; производить оценку обстановки при взрыве конденсированных взрывчатых веществ | по использованию индивидуальных средств защиты. | |

| Результаты освоения ООП (содержание компетенций) | Код компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенций | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине | | | Формы образовательной деятельности |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | выпускник должен знать | выпускник должен уметь | выпускник должен иметь практический опыт | |
| | | защиты, оказывает первую помощь, принимает участие в восстановительных мероприятиях. | | | | |
| Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности | **УК-10** | **УК-10.2.** Формирует представление о сущности, формах и методах борьбы с социально опасным явлением-экстремизмом в рамках безопасности жизнедеятельности. | основные понятия в области профилактики экстремизма и зависимых форм поведения; о кратком содержании основных экстремистских идеологий и концепций; о формах практической реализации экстремистских идей и воззрений. | последовательно и эффективно объяснять сущность, формы и опасность экстремизма для государства, общества и конкретного индивидуума; совершенствовать и развивать свои знания в области противодействия и профилактики экстремизма | по наиболее целесообразному реагированию на экстремистские призывы, лозунги и иные агитации сторонних лиц в процессе профессиональной деятельности. | Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа |
| | | **УК-10.3**. Осуществляет действия по предотвращению возникновения крайней формы экстремизма-терроризма; принимает меры по их предотвращению и снижению отрицательных эффектов в случае возникновения такого события. | различные интерпретации терроризма как социального явления; причины и особенности проявления современного терроризма основы организации террористической деятельности; средства и способы противодействия террористической деятельности. | разрабатывать и реализовывать меры и механизмы профилактики и предупреждения терроризма в процессе профессиональной деятельности. | оценки основных возможностей террористической активности, а также характера террористических вызовов и угроз личности, общества и государства. | |

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| ***Очная форма*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1. Человек и среда обитания* | 4 | | 4 | | | | | | | 6 | Тестовое задание/5 Защита отчёта практикума по решению задач/12 |
| *Тема 2. Безопасность производственной деятельности.* | 4 | | 4 | | | | | | | 6 | Тестовое задание/5 Защита отчёта практикума по решению задач/12 |
| *Тема 3. Безопасность в чрезвычайных ситуациях. Гражданская оборона.* | 4 | | 4 | | | | | | | 6 | Тестовое задание/5 Защита отчёта практикума по решению задач/12 |
| *Тема 4. Управление безопасностью жизнедеятельности* | 3 | | 3 | | | | | | | 4 | Тестовое задание/5 Защита отчёта практикума по решению задач/12 |
| *Тема 5. Экстремизм: содержание и формы проявления* | 2 | | 1 | 1 | | | | | | 6 | Тестовое задание/5 Защита отчёта по ситуационному практикуму/11 |
| *Тема 6. Понятие и истоки терроризма, классификация проявления терроризма* | 2 | | 1 | 1 | | | | | | 6 | Тестовое задание/5 Защита отчёта по ситуационному практикуму/11 |
| **Всего:/сем.** | **19** | | **17** | **2** | | | | | | **34** | **100** |
| **Контроль, час** | **-** | | | | | | | | | | **Зачет** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **72** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **2** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Человек и среда обитания***

Основы экологической безопасности. Основные формы человеческой деятельности. Критерии оценки тяжести и напряжённости труда. Факторы, воздействующие на человека в процессе трудовой деятельности. Характерные состояния системы «человек-среда обитания». Критерии комфортности.

***Тема 2. Безопасность производственной деятельности.***

Нормализация микроклимата рабочих мест. Освещение рабочей зоны. Вредные вещества, шум и вибрация, электромагнитные поля в рабочей зоне. Основы электробезопасности. Основные санитарные требования и нормы при работе с видеодисплейными терминалами и ПЭВМ. Идентификация вредных факторов среды и средства защиты от них. Средства снижения травмоопасности и вредного воздействия технических систем. Безопасность и экологичность технических систем. Профессиональный отбор операторов технических систем. Психологические факторы при работе с информационными системами.

***Тема 3. Безопасность в чрезвычайных ситуациях. Гражданская оборона.***

Чрезвычайные ситуации мирного и военного времени. Прогнозирование и оценка поражающих факторов чрезвычайных ситуаций. Гражданская оборона и защита населения и территорий в чрезвычайных ситуациях. Устойчивость функционирования объектов экономики в чрезвычайных ситуациях. Ликвидация последствий чрезвычайных ситуаций.

***Тема 4. Управление безопасностью жизнедеятельности.***

Основные нормативные документы и организация контроля и надзора в области безопасности жизнедеятельности. Основы расследования несчастных случаев и анализа производственного травматизма. Системы контроля требований безопасности и экологичности. Экономические последствия и материальные затраты на обеспечение безопасности жизнедеятельности. Международное сотрудничество в области безопасности жизнедеятельности.

***Тема 5. Экстремизм: содержание и формы проявления***

Экстремизм: определение и виды. Причины и предпосылки распространения экстремизма. Экстремизм и радикализм. Употребление термина радикализм? Нелегитимная политическая деятельность.

Экстремизм как угроза национальной безопасности и целостности Российской Федерации. Виды экстремизма: националистический, политический, религиозный, экологический, экономический.

Религиозный экстремизм: понятие и сущность. Опасности религиозного экстремизма. Исламский фундаментализм. Активное проповедование радикального ислама. Участие лиц, исповедующих ваххабизм, в боевых действиях в составе незаконных вооруженных формирований.

Исторические формы правого экстремизма. Национальный экстремизм. Национализм (сепаратистский, реформаторский, ирредентистский, интегральный, официальный, правительственный, государственный, радикальный, реакционный).

Субъекты экстремизма: интеллигенция, молодежь и маргиналы. Склонение молодежи к экстремистским воззрениям. Совершение преступлений. Сращивание экстремистов с организованной преступностью.

### *Тема 6. Понятие и истоки терроризма, классификация проявления терроризма*

Понятие терроризма. Динамика развития терроризма, Современный терроризм как сложное и негативное социально-политическое явление. Отсутствие в международном праве единого определения терроризма. Система признаков терроризма. Понятие террористической деятельности. Типология видов терроризма. Внутриполитические и внешнеполитические цели террористов.

Политические, экономические, социальные, культурно-цивилизационные и идеологические причины возрастания террористических угроз в современной России.

Международный терроризм, его виды и формы. Современные тенденции противодействия. Разграничение национально-освободительной борьбы и международного терроризма. Специфические признаки международного терроризма. Виды международного терроризма.

Эскалация террористической деятельности. Связь терроризма с экстремизмом и сепаратизмом. Разновидности сепаратизма. Характерные черты идеологии исламского терроризма.

Защита от террористических актов. Методы защиты от угроз терроризма, применения взрывных устройств и захватов заложников.

Категории взрывоопасных предметов. Признаки террористических актов с взрывами. Профилактические меры по предупреждению террористических актов с помощью взрывов. Система мероприятий по защите жилых массивов. Рекомендации по поведению людей в случае захвата их в качестве заложников.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекции, практикумы по решению задач,

ситуационные практикумы, а также различные виды самостоятельной работы студентов по заданию преподавателя.

***Методические указания для обучающихся по проведению лекционных занятий***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к промежуточной аттестации.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

***Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач***

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые

пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

***Методические указания для обучающихся по подготовке к тесту***

Тест – особая форма проверки знаний. Проводится после освоения одной или нескольких тем и свидетельствует о качестве понимания основных понятий изучаемого материала. Тестовые задания составлены к ключевым понятиям, основным разделам, важным терминологическим категориям изучаемой дисциплины.

Для подготовки к тесту необходимо знать терминологический аппарат дисциплины, понимать смысл научных категорий и уметь их использовать в профессиональной лексике.

Владение понятийным аппаратом, включённым в тестовые задания, позволяет преподавателю быстро проверить уровень понимания студентами важных методологических категорий.

***Методические указания для обучающихся по участию в проведении ситуационного практикума***

Ситуационный практикум (кейс) является одной из форм интерактивного практического занятия, целью которого является приобретение обучающимся умений командной работы навыков выработки решений в профессиональной области, развитие коммуникативных и творческих способностей в процессе выявления особенностей будущей профессиональной деятельности на основе анализа обучаемыми заданий, сформированных на основе практических ситуаций.

Прежде чем приступать к участию в ситуационном практикуме, обучающемуся необходимо:

– заранее, в процессе самостоятельной работы ознакомиться со сценарием практикума и необходимой литературой, рекомендованной программой курса;

– получить от преподавателя информацию о содержании кейса, информирует о форме предоставления результатов, сроках выполнения кейса и критериях оценки действий участников;

При выполнении задания необходимо:

– получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы и принять участие в делении учебной группы на мини-группы и в выборах лидера мини-группы;

– участвовать в формировании отчета по выполнению кейса в своей мини-группе;

– участвовать в обсуждении отчетов мини-групп.

По итогам проведения ситуационного практикума, обучающиеся

имеют возможность задать вопросы преподавателю.

*Порядок проведения практикума.*

Получение задания и рекомендаций к выполнению практикума.

Настройка инструментальных средств, необходимых для выполнения практикума (при необходимости).

Выполнение заданий практикума.

Подготовка отчета о выполненных заданиях в соответствии с требованиями.

Сдача отчета преподавателю.

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии (при необходимости).

*Требования к оформлению результатов практикумов (отчет)*

При подготовке отчета: изложение материала должно идти в логической последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, шрифт Times New Roman, размер – 14, выравнивание по ширине, отступ первой строки – 1,25, междустрочный интервал – 1,5, правильное оформление рисунков (подпись, ссылка на рисунок в тексте).

При подготовке презентации: строгий дизайн, четкость формулировок, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, воспринимаемая графика, умеренная анимация.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

*Работа с литературой (конспектирование)*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления

(конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

***Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины***

| **Наименование темы** | **Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение** | **Формы самостоятельной работы** | **Форма текущего контроля** |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Человек и среда обитания* | Характерные состояния системы «человек-среда обитания». Критерии комфортности. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка к тестовому заданию, подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчёта по практикуму по решению задач | Тестовое задание<br>Защита отчёта по практикуму по решению задач |
| *Тема 2. Безопасность производственной деятельности.* | Идентификация вредных факторов среды и средства защиты от них. Средства снижения травмоопасности и вредного воздействия технических систем. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка к тестовому заданию, подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчёта по практикуму по решению задач | Тестовое задание<br>Защита отчёта по практикуму по решению задач |
| *Тема 3. Безопасность в чрезвычайных ситуациях. Гражданская оборона.* | Прогнозирование и оценка поражающих факторов чрезвычайных ситуаций. Гражданская оборона и защита населения и территорий в чрезвычайных ситуациях. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка к тестовому заданию, подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчёта по практикуму по решению задач | Тестовое задание<br>Защита отчёта по практикуму по решению задач |
| *Тема 4. Управление* | Системы контроля | Работа с литературой, | Тестовое задание |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоятельной работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| *безопасностью жизнедеятельности.* | требований безопасности и экологичности. Экономические последствия и материальные затраты на обеспечение безопасности жизнедеятельности. | включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к тестовому заданию, подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчёта по практикуму по решению задач | Защита отчёта по практикуму по решению задач |
| *Тема 5. Экстремизм: содержание и формы проявления* | Экстремизм как угроза национальной безопасности и целостности Российской Федерации. Виды экстремизма: националистический, политический, религиозный, экологический, экономический. Совершение преступлений. Сращивание экстремистов с организованной преступностью. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к тестовому заданию, подготовка к ситуационному практикуму, подготовка отчёта по практикуму по ситуационному практикуму | Тестовое задание Защита отчёта по ситуационному практикуму |
| *Тема 6. Понятие и истоки терроризма, классификация проявления терроризма* | Международный терроризм, его виды и формы. Современные тенденции противодействия. Разграничение национально-освободительной борьбы и международного терроризма. Специфические признаки международного терроризма. Виды международного терроризма. Связь терроризма с экстремизмом и сепаратизмом. Разновидности сепаратизма. Характерные черты идеологии исламского терроризма. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к тестовому заданию, подготовка к ситуационному практикуму, подготовка отчёта по практикуму по ситуационному практикуму | Тестовое задание Защита отчёта по ситуационному практикуму |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоятельной работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| | | | |

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1. Хамидуллин, Р. Я. Безопасность жизнедеятельности : учебник : [12+] / Р. Я. Хамидуллин, И. В. Никитин. – Москва : Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2020. – 138 с. : ил. – (Университетская серия). – https://www.iprbookshop.ru

2. Противодействие организованной преступности, экстремизму и терроризму: учебное пособие : [16+] / М. П. Клейменов, И. М. Клейменов, Е. М. Сейбол, А. А. Урусов. – Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского (ОмГУ), 2021. – 96 с. : табл. – https://www.iprbookshop.ru.

3. Уголовно-правовое противодействие терроризму и экстремизму : учебное пособие / сост. Р. М. Узденов ; Северо-Кавказский федеральный университет. – Ставрополь : Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), 2016. – 156 с. : ил. – https://www.iprbookshop.ru.

***Дополнительная литература:***

1. Никифоров, Л. Л. Безопасность жизнедеятельности : учебное пособие / Л. Л. Никифоров, В. В. Персиянов. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 492 с. : ил., табл., схем. – (Учебные издания для бакалавров). – https://www.iprbookshop.ru

2. Ветошкин, А. Г. Нормативное и техническое обеспечение безопасности жизнедеятельности: учебно-практическое пособие : в 2 частях : [16+] / А. Г. Ветошкин. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2017. – Часть 2. Инженерно-техническое обеспечение безопасности жизнедеятельности. – 653 с. : ил., схем., табл. – https://www.iprbookshop.ru

3. Корольков, К. В. Технологии противодействия терроризму в молодежной среде : учебное пособие : [16+] / К. В. Корольков ; Северо-Кавказский федеральный университет. – Ставрополь : Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), 2017. – 126 с. – https://www.iprbookshop.ru.

4. Назаров, В. Л. Профилактика экстремизма в молодежной среде : учебное пособие / В. Л. Назаров, П. Е. Суслонов ; Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2018.

– 207 с. – https://www.iprbookshop.ru.

5. Кудрин, В. С. Молодежный экстремизм: причины возникновения, технологии предупреждения : учебное пособие / В. С. Кудрин, А. И. Юдина ; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт социально-культурных технологий, Кафедра управления социальной сферы. – Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры (КемГИК), 2016. – 160 с. : табл. – https://www.iprbookshop.ru.

6. Бикеев, И. И. Экстремизм : междисциплинарное правовое исследование / И. И. Бикеев, А. Г. Никитин ; Институт экономики, управления и права (г. Казань). – Казань : Познание (Институт ЭУП), 2011. – 320 с. – https://www.iprbookshop.ru

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № п/п | Наименование ресурса | Ссылка |
|---|---|---|
| 1. | Хроники катастроф. | http://www.chronicl.chat.ru/ |
| 2. | Катастрофы, стихийные бедствия, аварии, эпидемии. Солнечная и геомагнитная активность /ежедневный обзор | http://www.disasters.chat.ru |
| 3. | Каталог по безопасности жизнедеятельности. | http://www.eun.chat.ru |
| 4. | Всё о терроризме и экстремизме | ekstremizm ru - Поиск (bing.com) |
| 5. | НЦПТИ | Национальный центр информационного противодействия терроризму и экстремизму в образовательной среде и сети Интернет (ncpti.su) |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной

информационно-образовательной среде

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

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

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)
- Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

## 7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Практикум по решению задач | *Отчет по практикуму*<br>12-9 – практикум выполнен верно в срок, представлен грамотный отчет.<br>8-5 – практикум выполнен верно в срок, представлен неполный отчет, имеются ошибки, не влияющие на логику и алгоритм расчета.<br>4-1 – практикум выполнен в срок и содержит концептуальные ошибки.<br>0 – практикум не выполнен. |
| 2. | Тестирование | 5 – верные ответы составляют более 90% от общего количества;<br>4 – верные ответы составляют более 80% от общего количества;<br>3-1 – более 50% правильных ответов |
| 3. | Ситуационный практикум | 11-8- работа выполнена в заданное время, самостоятельно, с соблюдением технологической последовательности, ход решения правильный, ответ правильный, логичность и обоснованность выводов;<br>7-4 - работа выполнена в заданное время, самостоятельно, с соблюдением технологической последовательности, ход решения по большей части правильный, ответ неправильный; необоснованность или ошибочность выводов;<br>3-1 - работа выполнена с нарушением сроков, с нарушением технологической последовательности, ход решения по большей части неправильный, ответ неправильный; ошибочность выводов. |

### *Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости*

***Типовые тестовые задания***

*Тема 1*

1. Работы, производимые сидя, стоя или связанные с ходьбой и некоторым физическим напряжением по степени физической тяжести относятся к легким, если затраты энергии работника не превышают значения

1) 80 ккал/ч;
2) 100 ккал/ч;
3) 130 ккал/ч;
4) 150 ккал/ч;
5) 200 ккал/ч.

2. Работы, связанные с постоянной ходьбой, либо производимые

стоя или сидя и связанные с перемещением предметов массой до 1 кг по степени физической тяжести относятся к средним, если затраты энергии работника не превышают значения

1) 135 ккал/ч;
2) 150 ккал/ч;
3) 200 ккал/ч;
4) 250 ккал/ч;
5) 300 ккал/ч.

3. Работа, при выполнении которой затраты энергии составляют 253 ккал/ч согласно по степени физической тяжести относится к

1 нейтральной;
2) легкой;
3) умеренной;
4) средней;
5) тяжелой.

4. При выполнении работы категории 2а максимальная масса перемещаемых предметов не должна превышать значения

1) 0,5 кг;
2) 1 кг;
3) 1,5 кг;
4) 2,75 кг;
5) 3 кг.

5. Предметы массой 11,5 кг, переносимые в процессе работы, согласно классификации работ по степени физической тяжести называются

1) мелкими;
2) средними;
3) большими;
4) значительными;
5) умеренными.

6. Рабочей зоной называется

1) зона, в которой непосредственно размещено производственное оборудование;
2) зона размером 2х2 м вокруг установленного станка;
3) зона объемом 2х2х2 м в непосредственной близости от опасных агрегатов производственного оборудования;
4) пространство высотой до 2 м над уровнем пола или рабочей площадкой, на которой расположены постоянные рабочие места;
5) пространство, в пределах которого происходит перемещение инструмента, исходного сырья, конечного продукта и опасных узлов агрегатов.

7. Если работник непрерывно в течение 2,5 часов занимается трудовой деятельностью на одном и том же рабочем месте, то данное рабочее место является

1) служебным;
2) дежурным;
3) постоянным;
4) оперативным;
5) временным.

8. В качестве параметров микроклимата нормируются следующие параметры окружающей среды

1) температура воздуха и окружающих поверхностей, относительная влажность воздуха, скорость движения воздуха;
2) температура воздуха, абсолютная влажность воздуха, скорость движения воздуха, естественная освещенность;
3) температура окружающих поверхностей, давление воздуха, максимальная влажность воздуха, общая освещенность;
4) температура воздуха и окружающих поверхностей, относительная влажность воздуха, давление воздуха;
5) относительная влажность воздуха, давление воздуха, скорость движения воздуха, доля естественной освещенности в общей освещенности.

9. Основным процессом, обеспечивающим теплообмен организма человека с окружающей средой в процессе физической работы, является

1) сублимация;
2) конвекция;
3) испарение;
4) конденсация;
5) излучение.

10. Если среднесуточная температура за 5 дней составила плюс 12 °С, то данный период года является

1) нейтральным;
2) умеренным
3) теплым;
4) жарким;
5) прохладным.

11. Отдача телом в окружающую среду тепла в результате конвекции зависит от

1) скорости обдувающего тело потока воздуха;
2) массы тела;
3) давления воздуха;

4) температуры тела;
5) температуры воздуха вокруг тела.

12. Количество отданного телом тепла в окружающую среду в результате испарения зависит от
1) абсолютной влажности воздуха;
2) давления воздуха;
3) относительной влажности воздуха;
4) температуры тела;
5) плотности воздуха.

13. При определении нормативов для параметров микроклимата рабочего места должны учитываться
1) тяжесть выполняемой работы, наличие источников явного тепла, время года;
2) наличие источников явного тепла, давление воздуха, время года;
3) тяжесть выполняемой работы, площадь поверхности источников явного тепла, время суток;
4) температура тела, давление воздуха, время года;
5) тяжесть выполняемой работы, освещенность рабочей зоны, давление воздуха.

14. При облучении нагретыми частями технологического оборудования 15 % тела оператора интенсивность теплового облучения не должна превышать значения
1) 30 Вт/м$^2$;
2) 40 Вт/м$^2$;
3) 50 Вт/м$^2$;
4) 75 Вт/м$^2$;
5) 100 Вт/м$^2$.

15. Если нагретыми частями технологического оборудования облучается 48 % тела работника, интенсивность теплового облучения не должна превышать значения
1) 50 Вт/м$^2$;
2) 65 Вт/м$^2$;
3) 70 Вт/м$^2$;
4) 80 Вт/м$^2$;
5) 100 Вт/м$^2$.

16. В случае облучения нагретыми частями технологического оборудования 70 % тела человека интенсивность теплового облучения не должна превышать значения
1) 30 Вт/м$^2$;
2) 35 Вт/м$^2$;

3) 40 Вт/м$^2$;
4) 45 Вт/м$^2$;
5) 50 Вт/м$^2$.

17. Допустимая интенсивность облучения оператора при наличии на рабочем месте открытого источника теплового облучения не должна превышать значения
1) 100 Вт/м$^2$;
2) 110 Вт/м$^2$;
3) 130 Вт/м$^2$;
4) 140 Вт/м$^2$;
5) 150 Вт/м$^2$.

18. Если внутри корпуса аппарата температура составляет 115 ºС, то температура нагретых наружных поверхностей, с которыми должен соприкасаться работник не должна превышать значения
1) 35 ºС;
2) 36 ºС;
3) 45 ºС;
4) 50 ºС;
5) 53 ºС.

19. Если внутри корпуса аппарата температура составляет 45 ºС, то максимальная температура нагретых наружных поверхностей, с которыми должен соприкасаться работник не должна превышать значения
1) 25 ºС;
2) 30 ºС;
3) 35 ºС;
4) 40 ºС;
5) 45 ºС.

20. В случае превышения температуры конструкции сверх допустимой на 2,5 ºС рабочее место должно находиться от нее на расстоянии более
1) 0,5 м;
2) 1 м;
3) 1,5 м;
4) 2 м;
5) 5 м.

*Тема 2*

1. Организованная естественная вентиляция осуществляется при помощи
1) установок кондиционирования воздуха;

2) окон, фрамуг, дефлекторов;
3) механических фильтров и калориферов;
4) электрических вентиляторов;
5) увлажнителей и ионизаторов воздуха.

2. Приточно-вытяжная вентиляция относится к вентиляции
1) естественной организованной;
2) аэрации;
3) инфильтрации;
4) искусственной;
5) естественной неорганизованной.

3. Механическая вентиляция при отсутствии естественной должна обеспечить объем поступающего воздуха на одного работника не менее
1) 30 $м^3$/ч;
2) 40 $м^3$/ч;
3) 60 $м^3$/ч;
4) 80 $м^3$/ч;
5) 100 $м^3$/ч.

4. Естественная вентиляция при объеме помещения 35 $м^3$ должна обеспечить объем поступающего воздуха на одного работника не менее
1) 15 $м^3$/ч;
2) 20 $м^3$/ч;
3) 25 $м^3$/ч;
4) 30 $м^3$/ч;
5) 35 $м^3$/ч.

5. Освещенность на поверхности стола с видеодисплейным терминалом и ПЭВМ в зоне размещения рабочего документа должна составлять
1) 100–200 лк;
2) 200–300 лк;
3) 300–400 лк;
4) 300–500 лк;
5) 400–600 лк.

6. Искусственное освещение должно дополнительно включаться при значении освещенности создаваемой естественным освещением менее
1) 500 лк;
2) 1000 лк;
3) 1500 лк;
4) 3000 лк;
5) 5000 лк.

7. При боковом освещении нормируется следующее значение коэффициента естественной освещенности

1) минимальное;

2) среднее;

3) среднеквадратичное;

4) максимальное;

5) полное.

8. Воздействие на организм человека опасных производственных факторов приводит

1) в определенных условиях к травме или резкому ухудшению здоровья;

2) к травме;

3) к резкому ухудшению здоровья;

4) к профессиональному или профессионально-обусловленному заболеванию;

5) в определенных условиях к профессиональному или профессионально-обусловленному заболеванию.

9. Воздействие на организм человека вредных производственных факторов приводит

1) в определенных условиях к профессиональному или профессионально-обусловленному заболеванию;

2) к резкому ухудшению здоровья;

3) к травме;

4) к профессиональному или профессионально-обусловленному заболеванию;

5) в определенных условиях к травме или резкому ухудшению здоровья.

10. Значения предельно-допустимые концентраций чрезвычайно опасных вредных веществ составляют

1) более 15 мг/м$^3$;

2) 10–15 мг/м$^3$;

3) 1–10 мг/м$^3$;

4) 0,1–1 мг/м$^3$;

5) менее 0,1 мг/м$^3$.

11. Зоны воздействия шума должны быть обозначены знаками, а персонал, работающий в них – обеспечен средствами индивидуальной защиты, если уровень звукового давления

1) более 30 дБА;

2) более 40 дБА;

3) более 50 дБА;

4) более 80 дБА;
5) более 135 дБА.

12. Запрещается даже кратковременное пребывание в зонах с уровнем звукового давления
1) более 85 дБА;
2) более 90 дБА;
3) более 100 дБА;
4) более 135 дБА;
5) более 140 дБА.

13. В ночное время в жилых помещениях значение уровня шума не должно превышать
1) 10 дБА;
2) 25 дБА;
3) 30 дБА
4) 35 дБА;
5) 40 дБА.

14. На рабочих местах операторов, работающих с видеотерминалами и ПЭВМ максимальное значение уровня шума не должно превышать
а) 40 дБА;
б) 50 дБА;
в) 55 дБА;
г) 60 дБА;
д) 65 дБА.

15. Предельно-допустимое значение напряженности электрического поля промышленной частоты внутри жилых зданий составляет
1) 0,1 кВ/м;
2) 0,25 кВ/м;
3) 0,5 кВ/м;
4) 0,75 кВ/м;
5) 1,0 кВ/м.

16. Присутствие персонала в зонах действия электрического поля промышленной частоты напряженностью до 5 кВ/м допускается в течение
1) 1 ч;
2) 2,5 ч;
3) 5 ч;
4) 8 ч;
5) неограниченно.

17. Время нахождения персонала в зонах действия электрического поля промышленной частоты напряженностью от 20 до 25 кВ/м не должно превышать:

1) 10 мин;
2) 0,5 ч;
3) 1 ч;
4) 8 ч;
5) не ограничено.

18. Значение напряженности электрического поля промышленной частоты, свыше которого в этой зоне не допускается пребывание персонала без средств защиты, составляет

1) 25 кВ/м;
2) 25,5 кВ/м;
3) 26 кВ/м;
4) 27 кВ/м;
5) 30 кВ/м.

19. Значение напряженности электростатического поля на рабочем месте не должно в течение часа превышать

1) 25 кВ/м;
2) 40 кВ/м;
3) 50 кВ/м;
4) 60 кВ/м;
5) 75 кВ/м.

20. Шаговое напряжение снижается до нуля на расстоянии от заземлителя

1) 2,5–5 м;
2) 5–10 м;
3) 10–15 м;
4) 15–20 м;
5) более 20 м.

*Тема 3*

1. Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуациях состоит из подсистем

1) федеральной и территориальной;
2) областных и районных;
3) городских и местных;
4) территориальной и функциональной;
5) объектовых и производственных.

2. Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуациях имеет уровни управления:

1) федеральный, региональный, территориальный, местный, объектовый;

2) федеральный, региональный, областной, районный, городской;

3) городской, районный, местный, производственный, объектовый;

4) функциональный, территориальный, промышленный, бытовой, специальный;

5) ведомственный, межведомственный, вневедомственный, отраслевой федеральный.

3. Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуациях при получении прогноза о возможности возникновения чрезвычайной ситуации функционирует в режиме

1) повседневной деятельности;

2) постоянной готовности;

3) повышенной готовности;

4) оперативном;

5) чрезвычайной ситуации.

4. При получении заблаговременного предупреждения о возможном возникновении стихийного бедствия необходимо

1) максимально быстро покинуть жилище и отойти от него на безопасное расстояние;

2) включить телевизор, радиоприемник, трансляцию и ждать дальнейших распоряжений и указаний;

3) открыть окна, двери и выйти на балкон;

4) отключить в жилище электричество, воду и газ;

5) плотно закрыть все окна и двери в жилище.

5. Во время урагана на открытой местности наиболее безопасным естественным местом для укрытия является

1) лесной массив;

2) отдельно стоящее большое дерево;

3) вершина холма;

4) большой камень;

5) углубление рельефа.

6. Для возникновения горения в общем случае необходимы

1) горючее и источник зажигания;

2) источник зажигания и окислитель;

3) горючее и окислитель;

4) горючее, окислитель и источник зажигания;

5) высокая температура, высокое давление воздуха и большое количество горючих газов.

7. Наиболее опасными при внешнем облучении организма человека

являются источники

1) альфа- и бета-излучения;
2) бета- и гамма-излучения;
3) гамма- и нейтронное излучения;
4) нейтронное и альфа-излучения;
5) рентгеновское и бета-излучения.

8. При внутреннем облучении организма человека наиболее опасными являются источники

1) альфа-, бета- и гамма-излучения;
2) бета-, гамма- и рентгеновское излучения;
3) альфа-, гамма- и нейтронное излучения;
4) альфа-, бета- и нейтронное излучения;
5) рентгеновское, нейтронное и бета-излучения.

9. Наведенную активность в материалах создает

1) альфа-излучение;
2) бета-излучение;
3) нейтронное излучение;
4) гамма-излучение;
5) рентгеновское излучение.

10. Для удаления с объектов радиоактивных веществ необходимо провести

1) дегазацию;
2) дезактивацию;
3) дезинфекцию;
4) дератизацию;
5)детоксикацию.

11. Йодная профилактика в первые десять дней после радиационной аварии с выбросом радиоактивных веществ проводится с целью

1) профилактики инфекционных заболеваний;
2) защиты щитовидной железы;
3) предупреждения накопления радиоактивных веществ в костной ткани;
4) повышения иммунитета;
5) общего укрепления организма.

12. Распространяясь от района аварии облако зараженного аммиаком воздуха

1) расширяется в стороны, практически оставаясь на месте;
2) перемещается по ветру, прижимаясь к земле;
3) перемещается по ветру, поднимаясь вверх;
4) перемещается по ветру практически на одной высоте;

5) перемещается в соответствии со степенью вертикальной устойчивости атмосферы.

13. Для удаления с одежды, открытых участков кожи и средств индивидуальной защиты капель аварийно химически опасных веществ используется

1) индивидуальный противохимический пакет;
2) аптечка индивидуальная;
3) пакет перевязочный индивидуальный;
4) общевойсковой защитный комплект;
5) специальный защитный комплект.

14. С помощью сирен, а также прерывистых гудков промышленных предприятий и транспортных средств передается сигнал оповещения

1) «Радиационная опасность!»;
2) «Химическая опасность!»;
3) «Опасность!»;
4) «Внимание всем!»;
5) «Тревога!».

15. По принципу защитного действия средства защиты подразделяются на

1) коллективные и индивидуальные;
2) противорадиационные и противохимические;
3) универсальные и специализированные;
4) фильтрующие и изолирующие;
5) мирного и военного времени.

16. Основным поражающим фактором ядерного взрыва при воздействии на объекты является

1) световое излучение ядерного взрыва;
2) проникающая радиация;
3) электромагнитный импульс;
4) воздушная ударная волна;
5) радиоактивное загрязнение местности.

17. Основным поражающим фактором ядерного взрыва при воздействии на человека является

1) световое излучение ядерного взрыва;
2) проникающая радиация;
3) электромагнитный импульс;
4) воздушная ударная волна;
5) радиоактивное загрязнение местности.

18. При каждом семикратном увеличении времени, прошедшего с

момента ядерного взрыва мощность дозы ионизирующего излучения снижается в

1) 2 раза;
2) 5 раз;
3) 10 раз;
4) 25 раз;
5) зависимости нет.

19. При однократном внешнем облучении всего тела человек не теряет трудоспособность, если величина дозы ионизирующего излучения не превышает значения

1) 5 рад;
2) 10 рад;
3) 25 рад;
4) 50 рад;
5) 75 рад.

20. Радиационные характеристики внешней границы зоны сильного радиоактивного загрязнения составляют

1) мощность дозы излучения 8 рад/ч, доза излучения до полного распада продуктов взрыва 40 рад;
2) мощность дозы излучения 80 рад/ч, доза излучения до полного распада продуктов взрыва 400 рад;
3) мощность дозы излучения 240 рад/ч, доза излучения до полного распада продуктов взрыва 1200 рад;
4) мощность дозы излучения 800 рад/ч, доза излучения до полного распада продуктов взрыва 4000 рад;
5) мощность дозы излучения более 800 рад/ч, доза излучения до полного распада продуктов взрыва более 4000 рад.

*Тема 4*

1. Основным законодательным актом, направленным на обеспечение экологической безопасности РФ является закон

1) «О недрах»;
2) «О защите прав потребителей»;
3) «О предприятиях и предпринимательской деятельности»;
4) «О защите населения и территорий от ЧС природного и техногенного характера»;
5) «Об охране окружающей среды».

2. Общие для РФ организационно-правовые нормы в области защиты от природных и техногенных ЧС определяет закон

1) «О недрах»;
2) «О защите прав потребителей»;
3) «О предприятиях и предпринимательской деятельности»;

4) «О защите населения и территорий от ЧС природного и техногенного характера»;

5) «Об охране окружающей среды».

3. Общие правовые, экономические и социальные основы обеспечения пожарной безопасности в РФ определяет закон

1) «О пожарной безопасности»;

2) «О защите прав потребителей»;

3) «О предприятиях и предпринимательской деятельности»;

4) «О защите населения и территорий от ЧС природного и техногенного характера»;

5) «Об охране окружающей среды».

4. Правовые, экономические и социальные основы обеспечения промышленной безопасности опасных производственных объектов в РФ определяет закон

1) «О пожарной безопасности»;

2) «О промышленной безопасности опасных производственных объектов»;

3) «О радиационной безопасности»;

4) «О защите населения и территорий от ЧС природного и техногенного характера»;

5) «Об охране окружающей среды».

5. Система мониторинга окружающей среды состоит из ступеней

1) наблюдения, оценки состояния и защиты окружающей среды;

2) наблюдения, прогноза возможных изменений и охраны окружающей среды;

3) оценки состояния, прогноза возможных изменений и восстановления окружающей среды;

4) наблюдения, оценки состояния и прогноза возможных изменений окружающей среды;

5) наблюдения, оценки состояния и восстановления окружающей среды.

6. Первоочередной функцией системы управления охраной труда в отношении состояния охраны и условий труда является

1) оценка;

2) прогноз;

3) нормализация;

4) наблюдение;

5) контроль.

7. Оперативный контроль охраны труда на объекте экономики возложен на

1) федеральный горный и промышленный надзор РФ;
2) министерство труда и социального развития;
3) государственный санитарно-эпидемиологический надзор;
4) администрацию объекта экономики;
5) Рострудинспекцию.

8. Правильность устройства и безопасность эксплуатации подъемно-транспортных машин контролирует
1) государственный санитарно-эпидемиологический надзор;
2) государственный энергетический надзор;
3) государственный пожарный надзор;
4) федеральная служба по экологическому, технологическому и атомному надзору;
5) федеральный надзор по ядерной и радиационной безопасности.

9. Нормативно-правовое регулирование в сфере условий и охраны труда осуществляет
1) государственный санитарно-эпидемиологический надзор;
2) государственный энергетический надзор;
3) государственный пожарный надзор;
4) министерство здравоохранения и социального развития;
5) федеральный надзор по ядерной и радиационной безопасности.

10. Нормативно-правовое регулирование в сфере условий и охраны труда осуществляет
1) государственный санитарно-эпидемиологический надзор;
2) государственный энергетический надзор;
3) государственный пожарный надзор;
4) министерство здравоохранения и социального развития;
5) федеральный надзор по ядерной и радиационной безопасности.

11. Технический контроль и надзор в электроэнергетике осуществляет
1) министерство промышленности и энергетики Российской Федерации;
2) федеральная служба по надзору в сфере природопользования;
3) федеральное агентство по промышленности;
4) федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии;
5) федеральная служба по экологическому, технологическому и атомному надзору.

12. Несчастный случай считается групповым, если в результате него пострадало
1) два человека и более;

2) более трех человек;
3) не менее пяти человек;
4) треть рабочей смены;
5) более половины рабочей смены.

13. Минимальная численность комиссии по расследованию несчастного случая составляет
1) 2 человека;
2) 3 человека;
3) 4 человека;
4) 5 человек;
5) 7 человек.

14. Несчастный случай, если он не является групповым, не относится к категории тяжелых и не повлек смертельного исхода, расследуется в срок не более
1) 2 дней;
2) 3 дней;
3) 4 дней;
4) 5 дней;
5) 7 дней.

15. Пострадавший должен получить на руки один экземпляр акта расследования несчастного случая после его утверждения в срок не более
1) 1 дня;
2) 2 дней;
3) 3 дней;
4) 5 дней;
5) 7 дней.

16. Второй экземпляр акта о расследовании несчастного случая и материалы расследования хранится
1) 10 лет;
2) 25 лет;
3) 30 лет;
4) 45 лет;
5) 50 лет.

17. Контроль за выполнением установленного порядка расследования и учета несчастных случаев на производстве осуществляет
1) государственный санитарно-эпидемиологический надзор;
2) государственный энергетический надзор;
3) федеральная служба по труду и занятости;

4) федеральный горный и промышленный надзор;
5) федеральный надзор по ядерной и радиационной безопасности.

18. Отравления относятся к
1) механическим травмам;
2) химическим травмам;
3) термическим травмам;
4) электрическим травмам;
5) лучевым травмам.

19. Ожоги, в большинстве случаев, относятся к
1) механическим травмам;
2) химическим травмам;
3) термическим травмам;
4) электрическим травмам;
5) лучевым травмам.

20. Фибрилляция сердца относится к
1) механической травме;
2) химической травме;
3) термической травме;
4) электрической травме;
5) лучевой травме.

*Тема 5.*
1. Субъектом экстремистской деятельности может быть
1) отдельная личность;
2) этническая группа;
3) целая страна;
4) все вышеперечисленное.

2. Что не относится к причинам экстремистской деятельности снижающих возможности поддержания безопасных условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций?
1) отсутствие социальных гарантий;
2) социальное неравенство;
3) высокие цены;
4) Ущемление гражданских прав.

3. Объектом экстремистской деятельности может быть
1) отдельные личности;
2) социальные объекты;
3) социальные объекты;
4) все вышеперечисленное.

4. Назовите наиболее распространенную тему, которую активно используется для вербовки подростков повышающая риски, снижающая ресурсы и потенциал различных типов семей с детьми, а также членов семей в обществе:

1) война за справедливость;

2) вера в идеологию государства;

3) национальная принадлежность;

4) борьба с системой.

5. Религиозный экстремизм как форма создания социально-опасных условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций основан:

1) на межконфессиональных противоречиях;

2) на межэтнических противоречиях;

3) на территориальных противоречиях;

4) на социальных противоречиях.

6. Что не относится к источникам финансирования экстремистской религиозно-политической организации?

1) государственное финансирование;

2) финансирование из-за рубежа;

3) насильственное вымогательство;

4) меценатство.

7. Что относится к экстремистской деятельности?

1) участие в демонстрациях и митингах;

2) разжигание расовой, социальной, национальной или религиозной вражды;

3) насильственное изменение основ конституционного строя и нарушение целостности РФ;

4) нарушение прав, свобод и законных интересов гражданина.

8. Что является крайней формой экстремизма?

1) геноцид;

2) ксеноцид;

3) митинги;

4) терроризм.

9. Какова главная функция лидера экстремистского сообщества?

1) осуществление терактов и массовых беспорядков в обществе;

2) полный контроль над членами экстремистского религиозного сообщества;

3) организация безопасности для экстремистского религиозного сообщества;

4) пропаганда экстремистской религиозной идеологии и заражение ею толпы;

10. Что не имеет отношения к основным признакам, присущим экстремистской религиозно- политической организации?

1) претензии лидеров на харизматический статус;

2) претензии на истину в последней инстанции;

3) нетерпимость к национально-духовным ценностям;

4) претензии на развитие общечеловеческих ценностей.

11. Каким способом стараются привлечь людей для вступления в радикальный ислам?

1) Политических проблем путем убеждения;

2) экономических проблем путем реформирования;

3) политических проблем методом насилия;

4) социальным путем задабривания.

12. Экстремизм — это:

1) идеология и направление политики, основополагающим принципом которой является тезис о ценности нации как высшей формы общественного единства, ее первичности в государствообразующем процессе;

2) политика, основанная на систематическом применении террора;

3) политика, основанная на систематической угрозе;

4) приверженность крайним взглядам, методам действий.

13. Что является крайней формой экстремизма?

1) забастовка;

2) революция;

3) терроризм;

4) саботаж.

14. Экстремизм угрожает:

1) возникновением чрезвычайных ситуаций природного характера;

2) законным политическим правам и свободам граждан;

3) гражданскому миру и национальному согласию;

4) духовной, религиозной терпимости в обществе.

15. Что из перечисленного имеет экстремистский характер?

1) запланированная демонстрация граждан против определенного решения властей города;

2) демонстрация с призывами к насилию, порче имущества;

3) публикация в СМИ обвинительных статей против существующей власти;

4) все вышеперечисленное.

16. Как будет трактоваться пропаганда и публичное демонстрирование нацистской атрибутики и символики законом РФ?

1) мошенничество;

2) экстремизм;

3) оскорбление;

4) все вышеперечисленное.

17. К экстремистской деятельности не относится

1) организация митинга, демонстрации;

2) насильственное изменение конституционного строя;

3) разжигание социальной, расовой, национальной или религиозной розни;

4) пропаганда превосходства одной нации над другими.

18. Укажите одну из причин появления экстремистских настроений и действий.

1) религиозные праздники;

2) социальная несправедливость, снижение качества жизни;

3) природные катаклизмы;

4) все вышеперечисленное.

19. Почему экстремистскую агитацию воспринимают как форму насилия над человеком?

1) она призывает человека совершать антиобщественные поступки, противоречащие человеческой натуре;

2) это — физическое принуждение к противозаконным действиям;

3) это — использование гипнотических методов;

4) все вышеперечисленное.

20. Какие средства помогают экстремистам вербовать людей?

1) в сети интернет;

2) личные встречи;

3) по средствам мобильной связи;

4) все вышеперечисленное.

*Тема 6.*

1. Какая деятельность относится к террористической?

1) подстрекательство к террористическому акту;

2) чтение запрещенной литературы;

3) организация, планирование, финансирование и реализация террористического акта;

4) пропаганда террористических идей.

2. Какие виды терроризма не существуют?

1) Международный терроризм;

2) Криминальный терроризм;
3) Политический терроризм;
4) Терроризм на почве религиозных мотивов.

3. Что не является главной целью террористов?
1) психологическое воздействие;
2) уничтожение противника;
3) самореклама;
4) способ достижения цели.

4. Несмотря на отсутствие общепринятого определения понятия "терроризм", тем не менее, практически все его определения трактуют "терроризм" как способ решения:
1) политических проблем путем убеждения;
2) экономических проблем путем реформирования;
3) политических проблем методом насилия;
4) экономических проблем методом насилия.

5. При освобождении заложников возникла перестрелка. Что нужно, чтобы пуля не попала в тебя
1) сразу лечь;
2) оглядеться в поисках укрытия;
3) можно укрыться за ближайшим автомобилем или под ним;
4) проскользнуть в подворотню, подъезд или окно первого этажа.

6. Найдите ошибку в перечисленных ниже правилах поведения при освобождении заложников:
1) расположитесь подальше от окон, дверей и самих террористов;
2) если во время операции используется газ, защитите органы дыхания шарфом, платком или косынкой;
3) во время операции по освобождению, чтобы быстрее спастись, бегите навстречу сотрудникам спецслужб;
4) при освобождении выполняйте все требования сотрудников спецслужб.

7. Среди принципов противодействия терроризму не существует:
1) отвратимость наказания;
2) приоритет защиты прав граждан;
3) системность и комплексность;
4) недопустимость политических уступок.

8.Один из методов террористов:
1) правовое урегулирование проблемных ситуаций;
2) обещание материальных благ населению;
3) использование бактериальных, химических и радиоактивных

средств поражения населения;
4) заботиться о безопасности заложников.

9. Вы оказались в заложниках, на что нужно обратить внимание:
1) только на действия преступников;
2) действия преступников и свое месторасположение;
3) только на свое удобное месторасположение;
4) искать выход.

10. Наиболее привлекательным объектом для террористов являются:
1) учебные заведения;
2) военные части;
3) медицинские организации;
4) места отдыха.

11. Принцип противодействия терроризму, заключающийся в обеспечении безопасности населения от возможных угроз всеми доступными способами:
1) комплексности;
2) временной непрерывности;
3) своевременности;
4) обоснованности.

12. При попадании в заложники нельзя:
1) проявлять терпение;
2) прекращать панику;
3) молчать;
4) проявлять враждебность.

13. К какой причине терроризма относится торговля оружием?
1) социальной;
2) политической;
3) религиозной;
4) экономической.

14. К какой причине терроризма относится искажение ценностей?
1) религиозной;
2) политической;
3) социальной;
4) духовной.

15. Совершение преступления террористического характера - это
1) террористический акт;
2) террористическая угроза;

3) террор;

4) террористическая деятельность.

16. Облик современного терроризма всегда
1) носит политический характер;
2) носит международный характер;
3) носит религиозный характер;
4) служит политическим целям.

17. Волна терроризма в России пошла во время
1) первой чеченской кампании;
2) второй чеченской кампании;
3) вооружённой помощи Сирии;
4) острого дефицита в магазинах.

18. Как называется идеология насилия и практика устрашения населения, противоправные насильственные действия?
1) нацизм;
2) терроризм;
3) террор;
4) коммунизм.

19. Как связан процесс глобализации и терроризм?
1) благодаря глобализации терактов стало меньше;
2) эти два явления не связаны между собой;
3) благодаря современным глобальным технологиям угроза терроризма стала иметь меньшее значение;
4) глобализация создаёт благоприятные условия для международного терроризма.

20. Какой вид терроризма проявляется в крайней нетерпимости к представителям различных вероисповеданий?
1) националистический;
2) религиозный;
3) международный;
4) ядерный.

***<u>Типовые задания для практикумов по решению задач</u>***

1. Оценить напряжённость труда студента на лекционном занятии.

2. Сила света, испускаемая элементом поверхности площадью 0,5 см2 под углом 60° к нормали, составляет 0,25 кд. Найдите яркость поверхности.

3. Чему равны значение коэффициента отражения и средняя освещённость стены площадью 4 м2, если на неё падает световой поток

600 лм, а отражается 150 лм.

4. Чему равен отражённый от стены площадью 5 м2 световой поток, если освещённость составляет 200 лк, а значение коэффициента отражения равно 0,8?

5. Какова должна быть яркость объекта различения, чтобы его контраст с фоном был равен 0,4 при яркости фона 200 кд/м2?

6. Чему равно значение коэффициента пульсаций светового потока, создаваемого светильником, если максимальное значение освещённости рабочей поверхности составляет 850 лк., а минимальное – 150 лк.

7. Освещённость на улице – 8000 лк. В помещении освещённость, создаваемая естественным светом – 100 лк. Определите значение коэффициента естественной освещённости.

8. Определите освещённость горизонтальной рабочей поверхности, которая создаётся двумя светильниками, подвешенными на высоте 3 м от её уровня так, что свет падает на поверхность под углом 60° к нормали, если сила света, испускаемая каждым из светильников в этом направлении равна 800 кд.

9. Определите минимальное значение освещённости рабочей поверхности, если значение коэффициент пульсации освещённости равно 20%, а среднее значение освещённости 500 лк.

10. Определите максимальное значения освещённости рабочей поверхности, если значение коэффициента пульсации освещённости равно 25%, а среднее значение освещённости 450 лк.

11. Уровень интенсивности звука 100 дБ. Определите соответствующее звуковое давление.

12. Уровень звукового давления 100 дБ, определите соответствующую интенсивность звука.

13. Работают два одинаковых источника шума. Если их оба выключить, то уровень шума в помещении составит 60 дБ. Если оба включить, то уровень шума в помещении составит 65 дБ. Определите уровень шума в помещении, если включить только один источник.

14. Включено два одинаковых источников шума. При этом уровень шума в помещении 60 дБ. Определите уровень шума, если выключить один из источников.

15. В помещении включены три источника шума с уровнями шума соответственно 60, 60, 85 дБ. Определите общий уровень шума.

16. В помещении пять источников шума с уровнями шума соответственно 60, 60, 63, 66 и 69 дБ. Определите уровень шума при одновременном включении всех источников.

17. Интенсивность звука с одной стороны перегородки 0,1 Вт/м2, а с другой – 0,01 Вт/м2. Определите величину звукоизоляции перегородки.

18. На расстоянии 100 м от источника шума уровень шума составляет 80 дБ. Определите величину уровня шума на расстоянии 10 м от этого источника.

19. Интенсивность звука при работе одного источника шума 0,1 Вт/м2, а при работе второго – 0,2 Вт/м2. Определите уровень интенсивности звука при одновременной работе источников шума.

20. В 100 бескаркасных зданиях из местного материала без фундамента, расположенных на песчаном грунте, проживает 100 000 человек. Населённый пункт оказался в зоне землетрясения магнитудой 7,0. Грунт окружающей местности – полускальный. Оцените последствия землетрясения в населённом пункте.

21. На расстоянии 500 км от берега в океане со средней глубиной 3,5 км произошло землетрясение магнитудой 8. На берегу с уклоном 1·10–3 в 1,5 км от уреза воды расположен посёлок из кирпичных среднеэтажных зданий, железнодорожный узел и шоссейная дорога с асфальтовым покрытием. Оцените последствия цунами в районе расположения посёлка.

22. Посёлок состоит из 50 кирпичных малоэтажных зданий, в каждом из которых проживает 1000 человек. Оценить последствия урагана со скоростью ветра 30 м/с в посёлке.

23. Посёлок из малоэтажных деревянных зданий расположен на речном берегу высотой 5 м. Река имеет трапецеидальное русло шириной 100 м и глубиной 10 м, площадь водосбора составляет 500 км2. Скорость течения реки 2 м/с, углы наклона берегов равные. Оценить последствия наводнения, обусловленного выпадением осадков интенсивностью 100 мм/ч, в посёлке.

24. На складе взрывчатых веществ хранится октоген в количестве 30 т. На расстоянии 100 м расположено промышленное здание смешанного типа размером 30х10х4 м с лёгким металлическим каркасом. В здании работают 30 человек, плотность персонала на территории промышленного здания составляет 1 тыс. чел./км2. Для проживания персонала на расстоянии 500 м от склада выстроен посёлок из 20 многоэтажных кирпичных зданий, в каждом из которых находится 100 человек. Плотность людей на территории посёлка составляет 0,1 тыс. чел./км2. Оцените обстановку при взрыве всего запаса гексогена на складе.

25. На складе деревообрабатывающего предприятия произошло возгорание штабеля пиломатериалов размерами 8х6х2,5 м. В атмосферу выброшено 150 кг оксида углерода. Степень вертикальной устойчивости атмосферы инверсия, ветер устойчивый со скоростью 2 м/с. Рассчитайте безопасное расстояние от горящего штабеля для человека.

26. На железнодорожной станции города с населением 750 тыс. человек и плотностью населения 3 000 чел./км2 в 03 ч 30 мин произошла авария с разрушением изотермической цистерны, содержащей 50 т аммиака. Метеоусловия: скорость ветра на высоте 10 м – 2 м/с, температура воздуха – плюс 20 °С, облачность отсутствует. Население города об аварии не оповещено. Оценить последствия химической аварии через 2 ч.

27. В 02.00 на атомной электростанции произошла запроектная авария ядерного энергетического реактора типа РБМК-1000 с выбросом радиоактивных веществ в атмосферу. Метеоусловия: скорость ветра на высоте 10 м – 1 м/с, облачность отсутствует. Определите размеры зон проведения защитных мероприятий по йодной профилактике населения, его укрытия и эвакуации.

28. В 02.00 на атомной электростанции произошла запроектная авария ядерного энергетического реактора типа РБМК-1000 с выбросом радиоактивных веществ в атмосферу. Доля выброшенной из реактора активности η – 50%. Метеоусловия: день, сплошная облачность, скорость ветра на высоте 10 м u10 составляет 2 м/с. На расстоянии 10 км от АЭС расположен объект экономики, на котором персонал в течение 7 ч находится в административных зданиях, а остальное время – в каменных пятиэтажных жилых домах. Определите радиационную обстановку на объекте экономики и предложите решение по защите персонала и населения.

29. Объект экономики расположен на расстоянии 10 км от плотины вниз по течению реки, высота месторасположения объекта 4 м. Высота уровня воды перед плотиной 20 м, гидравлический уклон реки 1·10-3 м/км, глубина реки непосредственно за плотиной 2 м. Оцените состояние кирпичных малоэтажных зданий объекта экономики после разрушения плотины с образованием прорана с относительной шириной 0,5.

30. Значение коэффициента частоты несчастных случаев на предприятии равен 16, а значение коэффициента тяжести – 3. Сколько человеко-дней будет потеряно, если на предприятии работает 400 человек?

31. Значение коэффициента частоты несчастных случаев на предприятии равен 10, а значение коэффициента тяжести – 3. Сколько человеко-дней будет потеряно, если на предприятии работает 300 человек?

32. В результате несчастных случаев на предприятии на больничном листе в течение года было 2 человека, один из которых проболел 12 рабочих дней, а другой – 10. Определите значения коэффициентов частоты и тяжести несчастных случаев, если на предприятии работает 400 человек.

33. В результате несчастных случаев на предприятии на больничном листе было 3 человека, один из которых проболел 10 рабочих дней, другой – 12, третий – 14. Определите значение интегральной оценки уровня производственного травматизма, если на производстве работает 400 человек.

34. В результате несчастных случаев на предприятии на больничном листе было 2 человека, один из которых один проболел 4 дня, а другой – 5 дней. Определите значение интегральной оценки уровня производственного травматизма, если на предприятии занято

200 человек.

35. На предприятии значение коэффициента частоты несчастных случаев равен 10. Суммарное количество дней временной нетрудоспособности равно 8. Определите значение коэффициента тяжести несчастных случаев, если на предприятии работает 400 человек.

36. В результате несчастных случаев на предприятии на больничном листе в течение года было 3 человека, один из которых проболел 5 рабочих дней, второй – 4, третий – 6. Определите значение интегральной оценки уровня производственного травматизма, если на производстве занято 400 человек.

37. Значение коэффициента частоты несчастных случаев на предприятии равен 10, а значение коэффициента тяжести – 4. Сколько человеко-дней будет потеряно, если на предприятии работает 500 человек?

***Типовые задания для ситуационных практикумов***

***Задание 1.*** Проведите анализ видов опасных ситуаций, которые могут быть созданы при попытке экстремистского акта.

***Задание 2.*** Опишите научно обоснованные способы поддержания безопасных условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций быть созданы при попытке экстремистского акта.

***Задание 3.*** Опишите риски, ресурсы и потенциал различных типов семей с детьми, а также членов семей в обществе с точки зрения влияния фактов экстремизма.

***Задание 4.*** Вы находитесь на занятии. Внезапно входят трое мужчин в масках и с оружием. Они объявляют, что вы являетесь заложниками. Ваши действия в данной ситуации?

***Задание 5.*** Вы обнаружили оружие или взрывоопасные предметы, принадлежащие террористам. Ваши действия по сохранению личной безопасности и безопасности окружающих в подобной ситуации?

***Задание 6.*** Вас захватили в заложники в здании или в салоне самолёта. Ваши действия по сохранению личной безопасности и безопасности окружающих в подобной ситуации?

***Задание 7.*** На ваш телефон участились звонки с угрозами террористического характера. Ваши действия по сохранению личной безопасности в подобной ситуации?

## 7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачёта.

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:<br><br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:<br>Задание 1: 0-30 баллов<br>Задание 2: 0-30 баллов<br>Задание 3: 0-40 баллов<br><br>**Зачтено**<br>**-90 и более** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-70 и более –** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-50 и более –** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично.<br><br>**Не зачтено**<br>**-Менее 50** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена |

## *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

### *Задания 1 типа*

1. Какой закон является основным в вопросах обеспечения экологической безопасности?
2. Какие показатели устанавливаются санитарными правилами для определения качества компонентов окружающей среды?
3. Дайте определение термина «Рабочая зона».
4. Какие параметры нормируются в качестве параметров микроклимата рабочей зоны?
5. Какие факторы учитываются при назначении параметров микроклимата рабочей зоны?
6. При помощи каких устройств осуществляется организованная естественная вентиляция?
7. В чём заключается опасность стробоскопического эффекта?
8. Какое воздействие на организм человека оказываю сенсибилизирующие вредные вещества?
9. Какое воздействие на организм человека оказывают канцерогенные вредные вещества?
10. Какая вибрация оказывает на организм человека наиболее

опасное воздействие?

11. Как подразделяются средства защиты по принципу защитного действия?

12. Какой сигнал оповещения передаётся с помощью сирен и прерывистых гудков?

13. Какой поражающий фактор ядерного взрыва является основным при воздействии на объекты?

14. Какой поражающий фактор ядерного взрыва является основным при воздействии на человека?

15. Какое средство индивидуальной защиты применяется для удаления с объектов аварийно химических опасных веществ?

16. Сколько времени работник должен непрерывно находиться на рабочем месте чтобы оно являлось постоянным?

17. К каким травмам по характеру воздействия относятся отравления?

18. К каким травмам по характеру воздействия чаще всего относятся ожоги?

19. Причины, условия и формы проявления экстремизма.

20. Причины, условия и формы проявления терроризма.

21. Виды терроризма и террористических актов.

22. Специфика религиозного экстремизма. Международный терроризм как глобальная проблема.

23. Влияние глобализации на рост экстремизма и терроризма.

24. Терроризм как крайняя форма проявления экстремизма.

25. Основные виды политического экстремизма.

***Задания 2 типа***

1. На рабочем месте присутствует опасный производственный фактор. Может ли он стать причиной профессионального заболевания?

2. На рабочем месте присутствует вредный производственный фактор. Может ли он стать причиной травмы?

3. Вблизи от Вашего объекта экономики произошла авария транспортного средства, перевозящего хлор. В атмосферу произошел выброс газообразного хлора, облако зараженного воздуха движется по направлению Вашего объекта. Какие указания по размещению и подготовке помещений необходимо дать персоналу Вашего объекта?

4. Промышленные предприятия и транспортные средства передают сигнал оповещения в виде прерывистых гудков, включены сирены. Что означает этот сигнал и каковы должны быть Ваши действия по этому сигналу?

5. В результате нарушения мер безопасности Ваш работник подвергся однократному внешнему облучению всего тела от источника ионизирующего излучения. По показанию индивидуального дозиметра доза облучения составила 16 рад. Потеряет ли Ваш работник трудоспособность?

6. Вблизи от Вашего объекта экономики произошла авария транспортного средства, перевозящего аммиак. В атмосферу произошел выброс газообразного хлора, облако зараженного воздуха движется по направлению Вашего объекта. Какие указания по размещению и подготовке помещений необходимо дать персоналу Вашего объекта?

7. В результате нарушения мер безопасности Ваш работник подвергся однократному внешнему облучению всего тела от источника ионизирующего излучения. По показанию индивидуального дозиметра доза облучения составила 116 рад. Потеряет ли Ваш работник трудоспособность?

8. В результате нарушения мер безопасности Ваш работник подвергся многократному внешнему облучению всего тела в течение месяца от источника ионизирующего излучения. По показанию индивидуального дозиметра доза облучения составила 45 рад. Потеряет ли Ваш работник трудоспособность?

9. В результате нарушения мер безопасности Ваш работник подвергся однократному внешнему облучению всего тела в течение месяца от источника ионизирующего излучения. По показанию индивидуального дозиметра доза облучения составила 120 рад. Потеряет ли Ваш работник трудоспособность?

10. В результате нарушения мер безопасности Ваш работник подвергся однократному внешнему облучению всего тела в течение месяца от источника ионизирующего излучения. По показанию индивидуального дозиметра доза облучения составила 100 рад. За тот же месяц доза однократного внешнего облучения всего тела не превышала 50 рад. Потеряет ли Ваш работник трудоспособность?

11. Оценить напряжённость труда студента на лекционном занятии.

12. Какова должна быть яркость объекта различения, чтобы его контраст с фоном был равен 0,4 при яркости фона 200 кд/м2?

13. Чему равен отражённый от стены площадью 5 м2 световой поток, если освещённость составляет 200 лк, а значение коэффициента отражения равно 0,8?

14. Освещённость на улице – 8000 лк. В помещении освещённость, создаваемая естественным светом – 100 лк. Определите значение коэффициента естественной освещённости.

15. Работают два одинаковых источника шума. Если их оба выключить, то уровень шума в помещении составит 60 дБ. Если оба включить, то уровень шума в помещении составит 65 дБ. Определите уровень шума в помещении, если включить только один источник.

16. Включено два одинаковых источников шума. При этом уровень шума в помещении 60 дБ. Определите уровень шума, если выключить один из источников.

17. Посёлок из малоэтажных деревянных зданий расположен на речном берегу высотой 5 м. Река имеет трапецеидальное русло шириной

100 м и глубиной 10 м, площадь водосбора составляет 500 км$^2$. Скорость течения реки 2 м/с, углы наклона берегов равные. Оценить последствия наводнения, обусловленного выпадением осадков интенсивностью 100 мм/ч, в посёлке.

18. На складе взрывчатых веществ хранится октоген в количестве 30 т. На расстоянии 100 м расположено промышленное здание смешанного типа размером 30х10х4 м с лёгким металлическим каркасом. В здании работают 30 человек, плотность персонала на территории промышленного здания составляет 1 тыс. чел./км$^2$. Для проживания персонала на расстоянии 500 м от склада выстроен посёлок из 20 многоэтажных кирпичных зданий, в каждом из которых находится 100 человек. Плотность людей на территории посёлка составляет 0,1 тыс. чел./км$^2$. Оцените обстановку при взрыве всего запаса гексогена на складе.

19. На складе деревообрабатывающего предприятия произошло возгорание штабеля пиломатериалов размерами 8х6х2,5 м. В атмосферу выброшено 150 кг оксида углерода. Степень вертикальной устойчивости атмосферы инверсия, ветер устойчивый со скоростью 2 м/с. Рассчитайте безопасное расстояние от горящего штабеля для человека.

20. Значение коэффициента частоты несчастных случаев на предприятии равен 10, а значение коэффициента тяжести – 3. Сколько человеко-дней будет потеряно, если на предприятии работает 300 человек?

21. Проведите анализ видов опасных ситуаций, которые могут быть созданы при попытке экстремистского акта.

22. Опишите научно обоснованные способы поддержания безопасных условий жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций быть созданы при попытке экстремистского акта.

23. Опишите риски, ресурсы и потенциал различных типов семей с детьми, а также членов семей в обществе с точки зрения влияния фактов экстремизма.

24. Найдите ошибку в перечисленных ниже правилах поведения при освобождении заложников: а) расположитесь подальше от окон, дверей и самих террористов б) если во время операции используется газ, защитите органы дыхания (шарфом, платком или косынкой) в) во время операции по освобождению, чтобы быстрее спастись, бегите навстречу сотрудникам спецслужб г) при освобождении выполняйте все требования сотрудников спецслужб.

25. Найдите ошибку в перечисленных ниже правилах поведения при обнаружении взрывного устройства: а) немедленно сообщите об обнаруженном подозрительном предмете в правоохранительные органы б) исключите использование мобильных телефонов, средств связи и другое, так как они способны вызвать срабатывание радиовзрывателя в) не дожидаясь специалистов, унесите подозрительный предмет в

безопасное место.

***Задания 3 типа***

1. Внутри корпуса аппарата температура составляет 95 $^{O}$C, а температура его наружной поверхности – 80 $^{O}$C. На сколько градусов необходимо понизить температуру наружной поверхности аппарата, чтобы с ней мог соприкасаться оператор?

2. Внутри корпуса аппарата температура составляет 115 $^{O}$C, а температура его наружной поверхности – 80 $^{O}$C. На сколько градусов необходимо понизить температуру наружной поверхности аппарата, чтобы с ней мог соприкасаться оператор?

3. Внутри корпуса аппарата температура составляет 50 $^{O}$C, а температура его наружной поверхности – 40 $^{O}$C. На сколько градусов необходимо понизить температуру наружной поверхности аппарата, чтобы с ней мог соприкасаться оператор?

4. Рабочее место оператора размещено на расстоянии 0,5 м от ограждающего экрана, температура которого на 5 $^{O}$C превышает оптимальную. На какое расстояние необходимо удалить экран, чтобы оператор мог оставаться на своём месте?

5. Значение напряжённости электромагнитного поля промышленной частоты на рабочих местах персонала составляет 5,5 кВ/м. На какую величину её необходимо уменьшить, чтобы персонал мог находиться на своих рабочих местах всю смену в 8 часов?

6. Уровень звукового давления в зоне размещения персонала, обеспеченного средствами индивидуальной защиты от шума, составляет 100 дБА. Каков запас по уровню звукового давления, дБА, чтобы персонал мог оставаться в этой зоне?

7. Уровень звукового давления в зоне размещения оператора составляет 90 дБА. На сколько дБА необходимо понизить уровень звукового давления, чтобы оператор мог работать без средств индивидуальной защиты?

8. Уровень звукового давления в зоне размещения оператора составляет 90 дБА. На сколько дБА необходимо понизить уровень звукового давления, чтобы оператор мог работать без средств индивидуальной защиты?

9. Уровень звукового давления в зоне размещения оператора составляет 140 дБА. На сколько дБА необходимо понизить уровень звукового давления, чтобы оператор мог работать без средств индивидуальной защиты?

10. Уровень звукового давления в зоне размещения оператора составляет 145 дБА. На сколько дБА необходимо понизить уровень звукового давления, чтобы оператор мог работать в этой зоне, используя средства индивидуальной защиты?

11. Снаружи убежища мощность дозы ионизирующего излучения после ядерного взрыва составляет 1000 рад в час. Необходимое время

для перемещения по радиоактивно загрязненной местности в безопасный район составляет 5 часов. Через какое время можно будет покинуть убежище и начать движение в безопасный район?

12. Снаружи убежища мощность дозы ионизирующего излучения после ядерного взрыва составляет 100 рад в час. Необходимое время для перемещения по радиоактивно загрязненной местности в безопасный район составляет 1 час. Через какое время можно будет покинуть убежище и начать движение в безопасный район?

13. Сколько времени должно пройти с момента ядерного взрыва для того, чтобы мощность дозы ионизирующего излучения снизилась в 100 раз?

14. Сколько времени должно пройти с момента ядерного взрыва для того, чтобы мощность дозы ионизирующего излучения снизилась в 10 раз?

15. Сколько времени должно пройти с момента ядерного взрыва для того, чтобы мощность дозы ионизирующего излучения снизилась в 1000 раз?

16. Вследствие радиационной аварии на АЭС произошло радиоактивное загрязнение района дислокации объекта экономики. На объекте экономики в течение недели проводится иодная профилактика. Сколько ещё времени должна продолжаться защита персонала?

17. Работа комиссии по расследованию одиночного несчастного случая без инвалидности и летального исхода продолжается в течение 2 суток. Сколько времени имеется в резерве у комиссии?

18. Работа комиссии по расследованию группового несчастного случая продолжается в течение 10 суток. В какой максимальный срок она должна выдать пострадавшим акты расследования этого происшествия?

19. В групповом несчастном случае пострадало 7 человек. Какое минимальное количество актов расследования этого происшествия должен утвердить руководитель объекта экономики?

20. В архиве объекта экономики 37 лет хранится второй экземпляр акта о расследовании несчастного случая. Через какое время его можно уничтожить установленным порядком?

21. Вы находитесь на занятии. Внезапно входят трое мужчин в масках и с оружием. Они объявляют, что вы являетесь заложниками. Ваши действия в данной ситуации?

22. Вы обнаружили оружие или взрывоопасные предметы, принадлежащие террористам. Ваши действия по сохранению личной безопасности и безопасности окружающих в подобной ситуации?

23. Вас захватили в заложники в здании или в салоне самолёта. Ваши действия по сохранению личной безопасности и безопасности окружающих в подобной ситуации?

24. На ваш телефон участились звонки с угрозами террористического характера. Ваши действия по сохранению личной

безопасности в подобной ситуации?

25. Вы находитесь в одном из магазинов торгового комплекса. В момент оплаты покупки на кассе вы услышали громкий хлопок, затем второй. В проходе магазина появились вооруженные люди, требующие всех присутствующих собраться в углу помещения и сообщили о захвате вас и других людей в заложники. Какие правила личной безопасности необходимо соблюдать Вам, чтобы снизить угрозу для вашего здоровья и жизни? Определите порядок Ваших действий в случае начала контртеррористической операции по высвобождению?

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Иностранный язык»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

## СОДЕРЖАНИЕ

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ ..... 3

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ..... 7

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 9

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 10

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 17

6.1. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ ..... 18

6.2. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ» ..... 18

6.3. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ ..... 18

6.4. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, В ТОМ ЧИСЛЕ КОМПЛЕКТ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ЭЛЕКТРОННО-БИБЛИОТЕЧНЫЕ СИСТЕМЫ, СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ ..... 19

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ..... 19

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Иностранный язык» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 N 512.

Дисциплина «Иностранный язык» направлена на изучение иностранного языка как целостной системы, состоящей из грамматических структур и лексического наполнения. Дисциплина развивает практические навыки владения иностранным языком в сфере общей коммуникации, а также для делового и профессионального общения.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 1 и 2 семестрах

**Цель и задачи дисциплины**

***Цель изучения дисциплины*** **–** формирование коммуникативной компетенции обучающихся в двух ее составляющих: общей коммуникативной компетенции как части социальной компетенции студента и профессиональной коммуникативной компетенции. Формирование общей коммуникативной компетенции обеспечивает социальную компетенцию выпускника как способность и готовность осуществлять речевую деятельность средствами английского языка в большинстве стандартных ситуаций общения. Формирование профессиональной коммуникативной компетенции подчинено цели подготовки бакалавра и обеспечивает способность и готовность осуществлять речевую деятельность на английском языке в профессиональных ситуациях общения.

***Задачи изучения дисциплины***:

- сформировать знания, умения и практический опыт применения современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном языке, для академического и профессионального взаимодействия
- решать стандартные задачи профессиональной деятельности, используя иностранный язык в своей специальности: понимать оригинальную монологическую и диалогическую речь, вести беседу и демонстрировать коммуникативные умения при непосредственном общении в деловой среде; вести поиск иноязычной информации на

заслуживающих доверия сайтах

- сформировать понятие языка как системы: знать нормы правила функционирования языковых единиц разных уровней, базовую и дополнительную лексику, грамматический минимум в объеме, необходимом для эффективной коммуникации в сфере профессиональной деятельности;
- сформировать знание основных норм, функциональных стилей, аспектов взаимодействия в деловой среде на языке коммуникации
- приобрести практический опыт адекватного реагирования в ситуациях бытового, академического и профессионального общения;
- научиться правильно, непротиворечиво и аргументировано строить устную и письменную речь, применяя в практической деятельности основные коммуникативные формулы и клише для практического осуществления групповой коммуникации на иностранном языке.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | ***выпускник должен знать*** | ***выпускник должен уметь*** | ***выпускник должен иметь практический опыт*** | |
| Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | **УК-4** | **УК-4.1** Демонстрирует знание основных норм, функциональных стилей, аспектов взаимодействия в деловой среде на языке коммуникации | нормы, правила функционирования языковых единиц разных уровней, базовую и дополнительную лексику, грамматический минимум в объеме, необходимом для эффективной коммуникации в сфере профессиональной деятельности; основные функциональные стили иностранного языка, структуру речи и ее варианты | читать и переводить иноязычные тексты профессиональной направленности; свободно выражать свои мысли и использовать этикетные формулы в устной и письменной речи в условиях межкультурной коммуникации | адекватно реагировать в ситуации бытового, академического и профессионального общения | Контактная работа: Практические занятия Самостоятельная работа |
| | | **УК-4.2.** Умеет правильно, непротиворечиво и аргументированно строить устную и письменную речь | основные коммуникативные формулы и клише для практического осуществления групповой коммуникации на иностранном языке; стратегии речевого этикета, необходимые | понимать оригинальную монологическую и диалогическую речь, вести беседу и демонстрировать коммуникативные умения при непосредственном общении | устного и письменного изложения базовых знаний в общении с представителями различных культур, учитывая особенности этнокультурного, | |

| Результаты освоения ООП (содержание компетенций) | Код компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенций | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине | | | Формы образовательной деятельности |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | *выпускник должен знать* | *выпускник должен уметь* | *выпускник должен иметь практический опыт* | |
| | | | для коммуникации в деловой среде | в деловой среде; вести поиск иноязычной информации на заслуживающих доверия информационных ресурсах | конфессионального, социального контекста | |

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| ***Очная форма*** | | | | | | | | | | | |
| *1 семестр* | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1. Личная информация. Моя семья и друзья. Мой рабочий день.* | | 8 | | | | | | | | 8 | Доклад-презентация / 20 |
| *Тема 2. Мой город, страна, мир. Где пообедать, отдохнуть, встретиться с друзьями* | | 10 | | | | | | | | 8 | Доклад-презентация / 20 |
| *Тема 3. Работа и досуг. Деловая и туристическая поездка* | | 10 | | | | | | | | 8 | Реферат /20 |
| *Тема 4. Мои планы и воспоминания.* | | 4 | 6 | | | | | | | 10 | Эссе/20<br>Тест /20 |
| **Всего:** | | **32** | **6** | | | | | | | **34** | **100** |
| **Контроль, час** | **0** | | | | | | | | | | **Зачет** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **72** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **2** | | | | | | | | | | |
| *2 семестр* | | | | | | | | | | | |
| *Тема 5. Жизнь в большом городе. Транспорт. Столица страны изучаемого языка* | | 5 | | | | | | | | 12 | Доклад-презентация /20 |
| *Тема 6. Знакомство с миром искусства. Культурные связи со страной изучаемого языка.* | | 5 | | | | | | | | 12 | Реферат/20 |
| *Тема 7. Деловая встреча, интервью в разных культурах* | | 5 | | | | | | | | 11 | Доклад-презентация /20 |
| *Тема 8. Типы деловой переписки. Жизнь в* | | 5 | 6 | | | | | | | 11 | Доклад-презентация /20 |

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| *глобальном мире.* | | | | | | | | | | | Тест /20 |
| **Всего:** | | **20** | **6** | | | | | | | **46** | **100** |
| **Контроль, час** | **0** | | | | | | | | | | **Зачет** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **72** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **2** | | | | | | | | | | |
| *Всего по дисциплине* | | | | | | | | | | | |
| **Всего:** | | **52** | **12** | | | | | | | **80** | **100*2** |
| **Контроль, час** | **0** | | | | | | | | | | **Зачет*2** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **144** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **4** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Личная информация. Моя семья и друзья. Мой рабочий день.***

Специфика артикуляции звуков, интонации, акцентуации и ритма нейтральной речи в английском языке; основные особенности полного стиля произношения, характерные для сферы профессиональной коммуникации. Порядок слов в английском предложении. To be. Указательные и вопросительные местоимения. Персональные данные. (PERSONAL INFORMATION). Образование и употребление настоящего продолженного времени. Местоимения. Безличные предложения приглашаем друзей. (INVITE YOUR FRIENDS). Образование и употребление простого прошедшего времени. Неправильные глаголы. Степени сравнения прилагательных. В кругу семьи. (FAMILY CIRCLE). Образование и употребление настоящего совершенного времени.

***Тема 2. Мой город, страна, мир. Где пообедать, отдохнуть, встретиться с друзьями.***

За что я люблю этот город. (WHY I LOVE THIS CITY). Образование и употребление простого будущего времени. Придаточные предложения условия и времени. Письмо из Голден-Бич. (A LETTER FROM GOLDEN BEACH). Образование и употребление прошедшего продолженного времени. Модальные глаголы (can, may, must и их эквиваленты).

***Тема 3. Работа и досуг. Деловая и туристическая поездка***

(WORK AND LEISURE). Образование и употребление прошедшего продолженного времени. Модальные глаголы (can, may, must и их эквиваленты). Деловая поездка. (A BUSINESS TRIP). Прошедшее совершенное время. Значение и употребление.

***Тема 4. Мои планы и воспоминания***

Воспоминания. (LET ME REMEMBER). Прошедшее совершенное время. Значение и употребление

Обычный день. (A TYPICAL DAY). Образование и употребление простого будущего времени. Придаточные предложения условия и времени. Где пообедать. (WHERE WOULD YOU LIKE TO EAT?). Образование и употребление простого будущего времени. Придаточные предложения условия и времени.

***Тема 5. Жизнь в большом городе. Транспорт. Столица страны изучаемого языка***

Движение транспорта. (TOO MUCH TRAFFIC).

Грамматика: Образование и употребление страдательного залога

***Тема 6. Знакомство с миром искусства. Культурные связи со страной изучаемого языка.***

Страдательный залог простых времен. (ENTER THE WORLD OF ARTS).

***Тема 7. Деловая встреча, интервью в разных культурах***

Интервью. (INTERVIEWS, INTERVIEWS).

Образование и употребление прошедшего совершенного и продолженного времени в активном и пассивном залоге. Согласование времен.

***Тема 8. Типы деловой переписки. Жизнь в глобальном мире.***

Первые впечатления. (FIRST IMPRESSIONS). Нормы делового этикета в деловой коммуникации.

Грамматика: Модальные глаголы should / ought.

Сослагательное наклонение. Типы условных предложений.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как семинары, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

***Методические указания для обучающихся при работе на семинаре***

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов согруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь

подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

***Методические указания для обучающихся по подготовке доклада-презентации***

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию.

Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.

2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).

3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.

4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.

5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.

6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).

7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

- готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего;
- план сообщения;
- краткие выводы из всего сказанного;
- список использованных источников.

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и

соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);
- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

*Структура выступления.*

Вступление должно содержать:

- название, сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- живую интересную форму изложения;
- акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудио-визуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

***Методические указания для обучающихся по подготовке к выполнению практикумов по решению задач по иностранному языку***

Практикум по решению задач при изучении иностранных языков представляет собой письменные задания тренировочного характера (лексико-грамматические упражнения, контрольные работы).

Тренировочные задания по грамматике позволяют измерить уровень знаний и умений студентов грамматических навыков в продуктивных и рецептивных видах речевой деятельности в пределах определенного программами грамматического минимума.

Критерии оценки: языковая правильность и точность выполнения задания; полнота выполнения задания; соответствие поставленной цели

или инструкции.

*Подготовка к практической работе*

Для выполнения практических работ обучающийся должен руководствоваться следующими положениями:

Внимательно ознакомиться с описанием соответствующей практической работы и установить, в чем состоит основная цель и задача этой работы;

По лекционному курсу и соответствующим литературным источникам изучить теоретическую часть, относящуюся к данной работе.

*Выполнение практических работ*

Успешное выполнение практических работ может быть достигнуто в том случае, если обучаемый представляет себе цель выполнения практической работы, поэтому важным условием является тщательная подготовка к работе.

*Оформление практических работ*

Оформление практических работ является важнейшим этапом выполнения. Каждую работу обучающиеся выполняют, руководствуясь следующими положениями:

На новой странице тетради указать название и порядковый номер практической работы, а также кратко сформулировать цель работы;

Записать при необходимости план решения заданий;

Схемы и графики вычертить с помощью карандаша и линейки с соблюдением принятых стандартных условных обозначений;

После проведения практических занятий обучающиеся должны составить отчет о проделанной работе. Практическая работа должна быть написана разборчивым подчерком и выполнена в тетради с полями для проверки работы преподавателем. Итогом выполнения является устная защита работы, по вопросам, которые прописаны в конце каждой работы.

***Методические указания для обучающихся по подготовке к тесту***

Тест – особая форма проверки знаний. Проводится после освоения одной или нескольких тем и свидетельствует о качестве понимания основных понятий изучаемого материала. Тестовые задания составлены к ключевым понятиям, основным разделам, важным терминологическим категориям изучаемой дисциплины.

Для подготовки к тесту необходимо знать терминологический аппарат дисциплины, понимать смысл научных категорий и уметь их использовать в профессиональной лексике.

Владение понятийным аппаратом, включённым в тестовые задания, позволяет преподавателю быстро проверить уровень понимания студентами важных методологических категорий.

***Методические указания для обучающихся по организации***

***самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

*Работа с литературой (конспектирование)*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

*Реферат*

Подготовка рефератов направлена на развитие и закрепление у обучающихся навыков самостоятельного глубокого, творческого и всестороннего анализа научной, методической и другой литературы по актуальным проблемам дисциплины; на выработку навыков и умений грамотно и убедительно излагать материал, четко формулировать теоретические обобщения, выводы и практические рекомендации.

Рефераты должны отвечать высоким квалификационным требованиям в отношении научности содержания и оформления.

Темы рефератов, как правило, посвящены рассмотрению одной проблемы. Объем реферата может быть от 12 до 15 страниц машинописного текста, отпечатанного через 1,5 интервала, а на

компьютере через 1 интервал (список литературы и приложения в объем не входят).

Текстовая часть работы состоит из введения, основной части и заключения.

Во введении обучающийся кратко обосновывает актуальность избранной темы реферата, раскрывает конкретные цели и задачи, которые он собирается решить в ходе своего небольшого исследования.

В основной части подробно раскрывается содержание вопроса (вопросов) темы.

В заключении кратко должны быть сформулированы полученные результаты исследования и даны выводы. Кроме того, заключение может включать предложения автора, в том числе и по дальнейшему изучению заинтересовавшей его проблемы.

В список литературы (источников и литературы) обучающийся включает только те документы, которые он использовал при написании реферата.

В приложении (приложения) к реферату могут выноситься таблицы, графики, схемы и другие вспомогательные материалы, на которые имеются ссылки в тексте реферата.

*Эссе*

Эссе - это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем. Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

Эссе должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. В зависимости от специфики дисциплины формы эссе могут значительно дифференцироваться.

Структура эссе.

1. Титульный лист

2. Введение - суть и обоснование выбора данной темы, состоит из ряда компонентов, связанных логически и стилистически; На этом этапе очень важно правильно сформулировать вопрос, на который вы собираетесь найти ответ в ходе своего исследования.

При работе над введением могут помочь ответы на следующие вопросы: «Надо ли давать определения терминам, прозвучавшим в теме эссе?», «Почему тема, которую я раскрываю, является важной в настоящий момент?», «Какие понятия будут вовлечены в мои рассуждения по теме?», «Могу ли я разделить тему на несколько более мелких подтем?».

3. Основная часть - теоретические основы выбранной проблемы и изложение основного вопроса.

Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. В этом заключается основное содержание эссе и это представляет собой главную трудность. Поэтому важное значение имеют подзаголовки, на основе которых осуществляется структурирование аргументации; именно здесь необходимо обосновать (логически, используя данные или строгие рассуждения) предлагаемую аргументацию/анализ. Там, где это необходимо, в качестве аналитического инструмента можно использовать графики, диаграммы и таблицы.

В зависимости от поставленного вопроса анализ проводится на основе следующих категорий:

Причина — следствие, общее — особенное, форма — содержание, часть — целое, постоянство — изменчивость.

Хорошо проверенный способ построения любого эссе — использование подзаголовков для обозначения ключевых моментов аргументированного изложения: это помогает посмотреть на то, что предполагается. Такой подход поможет следовать точно определенной цели в данном исследовании. Эффективное использование подзаголовков - не только обозначение основных пунктов, которые необходимо осветить. Их последовательность может также свидетельствовать о наличии или отсутствии логичности в освещении темы.

4. Заключение - обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения и т.д. Методы, рекомендуемые для составления заключения: повторение, иллюстрация, цитата, впечатляющее утверждение. Заключение может содержать такой очень важный, дополняющий эссе элемент, как указание на применение исследования, не исключая взаимосвязи с другими проблемами.

***Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины***

| **Наименование темы** | **Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение** | **Формы самост. работы** | **Форма текущего контроля** |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Личная информация. Моя семья и друзья. Мой рабочий день.* | Образование и употребление настоящего продолженного времени. Местоимения. Безличные предложения | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet выполнение упражнений. Подготовка доклада-презентации | Доклад-презентация |
| *Тема 2 Мой город, страна, мир. Где пообедать, отдохнуть, встретиться с* | Упражнения: Прошедшее продолженное время. Исчисляемые и неисчисляемые существительные. Модальные глаголы Лексика по теме | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet выполнение упражнений. Подготовка доклада-презентации | Доклад-презентация |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самост. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| *друзьями* | «Приглашаем друзей», чтение и перевод текста, | | |
| *Тема 3. Работа и досуг. Деловая и туристическая поездка* | Лексика по теме «Письмо из Голден-Бич», чтение и перевод текста, подготовка ведения диалога на тему. Упражнения: Прошедшее продолженное время. Исчисляемые и неисчисляемые существительные. Модальные глаголы | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet выполнение упражнений. написание реферата | Реферат |
| *Тема 4. Мои планы и воспоминания.* | Упражнения: Придаточные условия и времени, будущее время. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet выполнение упражнений. Подготовка к тесту Написание эссе | Эссе Тест |
| *Тема 5. Жизнь в большом городе. Транспорт. Столица страны изучаемого языка* | Лексика по теме «За что я люблю этот город», правила проведения презентации (вступление). Упражнения: Настоящее совершенное. Предлоги времени. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet выполнение упражнений. Подготовка доклада-презентации | Доклад-презентация |
| *Тема 6. Знакомство с миром искусства. Культурные связи со страной изучаемого языка.* | Лексика по теме «Знакомство с миром искусства», чтение и перевод текс та, Упражнения: Простые времена Страдательного залога. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet выполнение упражнений. Написание реферата | Реферат |
| *Тема 7. Деловая встреча, интервью в разных культурах* | Упражнения: Придаточные условия и времени, будущее время. Лексика по теме «Работа и досуг», чтение и перевод текста, Лексика по теме «Интервью», чтение и перевод текс та, | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet выполнение упражнений. Подготовка доклада-презентации | Доклад-презентация |
| *Тема 8. Типы деловой переписки. Жизнь в глобальном мире..* | Упражнения: Прошедшее совершенное и Прошедшее совершенное и продолженное. Согласование времен | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet выполнение упражнений. Подготовка доклада-презентации | Доклад-презентация Тест |

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1. Богатырёва, М.А. Учебник английского языка: для неязыковых гуманитарных вузов. Начальный этап обучения : [16+] / М.А. Богатырёва. – 3-е изд., стер. – Москва : Флинта, 2017. – 637 с. – (Библиотека студента). – https://www.iprbookshop.ru

2. Гуревич, В. В. Практическая грамматика английского языка: упражнения и комментарии : [12+] / В. В. Гуревич. – 12-е изд. – Москва : ФЛИНТА, 2017. – 292 с. – https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература***

1. Вдовичев, А. В. Английский язык: чтение, перевод, реферирование и аннотирование специальных текстов : [16+] / А. В. Вдовичев, С. И. Ковальчук. – Москва : ФЛИНТА, 2020. – 294 с. – https://www.iprbookshop.ru

2. Кашпарова, В. С. Английский язык : [16+] / В. С. Кашпарова. – 2-е изд., исправ. – Москва : Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2016. – 119 с. : ил. – https://www.iprbookshop.ru

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № | Наименование ресурса | Ссылка |
|---|---|---|
| 1. | Официальный сайт Британского совета. | http://www.britishcouncil.com |
| 2. | Официальный сайт газеты “FinancialTimes”. | http://www.ft.com |
| 3. | Официальный сайт газеты “FinancialTimes”(подкасты). | http://www.podcast.ft.com |
| 4. | Официальный сайт газеты “FinancialTimes”(видео). | http://www.video.ft.com |
| 5. | Официальный сайт BBC. | http://www.bbc.com.uk |
| 6. | Официальный сайт BBC (подкасты). | http://www.bbc.co.uk/podcasts |
| 7. | Официальный сайт BBC (новости). | http://www.bbc.co.uk/news |
| 8. | Статьи по архитектуре | http://www.projectsmart.co.uk/how-to-manage-your-boss-five-tips-for-managing-up.html |
| 9. | Статьи по архитектуре | http://www.businessballs.com/brainstorming.htm |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол

преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)
- Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### *7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины*

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Доклад-презентация | 20-15 – доклад выполнен в соответствии с заявленной темой, презентация легко читаема и ясна для понимания, грамотное использование специальной терминологии, свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик правильно ответил на все вопросы в ходе дискуссии;<br>14-5 – не корректное оформление презентации, грамотное использование специальной терминологии, в основном свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик частично правильно ответил на все вопросы в ходе дискуссии;<br>4-1 – отсутствие презентации, докладчик испытывал затруднения при выступлении и ответе на вопросы в ходе дискуссии |
| 2. | Реферат | 20-18 – работа сдана в указанные сроки, обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему, логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, раскрыта тема реферата, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению;<br>17-10– основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы;<br>9-4 – основные требования к реферату выполнены, но при этом допущены недочеты, например: имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, объем реферата выдержан более чем на 50%, имеются упущения в оформлении.<br>3-1 - тема не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, допущены грубейшие ошибки в оформление работы; |
| 3. | Эссе | 20-18– при анализе проблематики показано свое мнение на этот счет, проведенный анализ дает однозначный ответ на поставленный вопрос, присутствует теоретическое обоснование взглядов автора, сути проблемы и т.д, имеется убедительная аргументация своих взглядов, активно и к месту используются термины, сформулированы итоговые выводы, подтверждающие |

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| | | или опровергающие изначально выдвинутую гипотезу, присутствует логика изложения информации, все тезисы подкрепляются нужным количеством аргументов, соблюден стиль изложения.;<br>17-10– присутствует свое мнение, при описании сути используются специальные понятия и термины, приводится в качестве довода свой или чужой опыт, наблюдаемые явления.<br>В малой степени имеется объяснение фактов из личной жизни с научной точки зрения;<br>9-4 – имеется своя точка зрения, используются при подаче информации специальные термины, приводятся доводы из личной или социальной жизни без их научного объяснения.<br>3 -1 - имеется своя точка зрения, проблема проанализирована слабо, аргументация практически отсутствует, специальная терминология не используется. |
| 4. | Тест | 20-18 – верные ответы составляют более 90% от общего количества;<br>17-10 – верные ответы составляют 80-50% от общего количества;<br>9-0 – менее 50% правильных ответов |

## *Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости*

***Примерные темы эссе:***

1. Making friends.
2. About myself.
3. Talking about jobs.
4. At the conference.
5. Inviting your friends.
6. Education in UK. Oxbridge.
7. My family.
8. How people look.
9. My hometown.
10. Places to live and work.
11. Making arrangements.
12. My favorite weather.
13. Interesting facts about Scotland.
14. My working day.
15. My habits.

***Примерные темы рефератов***

1. Особенности ведения деловых переговоров.
2. Архитектурные памятники столицы страны изучаемого языка.

3. Типы интервью.

4. Городская среда Лондона.

5. Коммуникация в современном мире. Особенности деловой межкультурной коммуникации

6. Культура страны изучаемого языка (литература, кино, изобразительное искусство).

7. Характеристика архитектурных стилей Лондона.

8. Мое любимое здание в Москве.

9. Мое любимое здание в Лондоне.

10. История страны изучаемого языка.

11. Деловая культура страны изучаемого языка

12. Туристический маршрут по стране изучаемого языка.

13. Столица страны изучаемого языка, как центр культуры и искусства.

14. Влияние информационных технологий в современном мире.

***Примерные темы докладов и презентаций:***

1. Daily routines around the world.
2. Daily routines in your culture.
3. My favorite restaurant.
4. Eating traditions around the world.
5. Talking about business
6. My time off.
7. Business trip.
8. Getting around.
9. British business etiquette.
10. American Business Etiquette.
11. World media.
12. Interviews.
13. People at the office
14. International business and cooperation
15. world Currencies

***Типовой тест.***

1. What is the name of that picture which you … on the wall.
a) look at
b) is looking at
c) look
d) are looking at

2. Next time you … to my house, you must bring that biblioclub.
a) come
b) coming
c) is coming
d) are coming

3. … by air because the cost of flying is very high.
a) I do not often travel
b) I will often travelling
c) I am not often travelling
d) I will not often travelling
4. Why … late every time we arrange to meet?
a) is he
b) he is
c) is he being
d) he is being

5. I … her every day and she never says hello to me.
a) see
b) seeing
c) am seeing
d) will see

6. Later tonight I … my uncle, who is ill in hospital.
a) visiting
b) visit
c) am visiting
d) are visiting

7. … to see that film that is on at the cinema next week?
a) Do you go
b) Is you going
c) Are you going
d) Do you going

8. … every single thing which that man says?
a) Do you believe
b) Do you believing
c) Is you believing
d) Are you believing

9. Sometimes I … what the teacher says to me.
a) do not understanding
b) do not understand
c) am not understanding
d) understand not

10. I … to remember your name but I'm afraid I can't remember it.
a) try
b) trying

c) am trying
d) will trying

11. I've … you not to do that many times before.
a) told
b) saying
c) says
d) said

12. I dare … you're right.
a) tell
b) told
c) tells
d) say

13. Now that would be … but my lips are sealed.
a) told
b) saying
c) telling
d) said

14. That … , they walked out of the room in total silence.
a) told
b) said
c) telling
d) saying

15. I'm afraid I can't … for sure but I think it's safe.
a) said
b) says
c) say
d) telling

16. You shouldn't take any notice of that because it's only hear … .
a) telling
b) says
c) tells
d) say

17. That's what people are always … .
a) say
b) said
c) telling
d) saying

18. What I … and what I do are not necessarily the same.
a) said
b) saying
c) say
d) tell

19. It's no good trying to persuade me because I'm not … a word.
a) tells
b) saying
c) telling
d) told
20. … us that story again!
a) Say
b) Tell
c) Tells
d) Says

***Типовые задания к семинару:***
**Задание 1.**

*I. Прочитайте и письменно переведите оригинальный текст с английского на русский язык.*

A traveller who had been riding in the rain and was wet through, arrived at a small hotel in the country. There was only one fireplace in the hall and a lot of people around it. The traveller thought of a plan how to get warm. He asked the hotel owner to take some fish to his horse. The hotel owner was surprised but the traveller insisted and the hotel owner did as he was asked. All the people rushed out to see the horse eat fish. The traveller had the fireplace all to himself and felt comfortable. When the hotel owner returned he said, "I was sure horses do not eat fish."— "Then why did you take it to my horse?"

*Вопросы:*
1. Why did the hotel owner try to feed the horse with fish?
2. Why did the traveller ask him to do it?

*II. Поставьте вопрос к подчеркнутому члену предложения.*

The traveller thought of a plan <u>how to get warm.</u>

*III. Раскройте скобки, употребив правильную глагольную форму.*

Once John Smith and his wife Mary who (1 — live) in a small house in the mountains, (2 — find) a dog. Though the dog (3 — be) weak and hungry, he (4 — not eat) anything in the presence of his new masters. Several days later the dog (5 — disappear). John and Mary (6 — leave) alone. But one day when Smith (7 — travel) in a train, he (8 — see) his dog running along the road. He (9 — get) off the train at the next station, (10 — buy) a piece of meat, (11 — catch) the dog and (12— bring) him home again. There the dog (13 — tie) up for a week.

The dog (14— escape) several times and each time he (15— run) north. At last the dog (16 — decide) to stay at the cottage but a long time (17 — pass)

before Smith and his wife (18 — can) touch him. They (19 - call) him Wolf.
One summer a stranger (20 — come) to the cottage. As soon as the dog (21 — see) him, he (22— rush) to the stranger and (23 — lick) his hands. Then the stranger (24 - say): "His name (25 - be) not Wolf. It (26 - be) Brown. He (27 - be) my dog." Mary (28 - ask) to leave the dog with them. But the stranger (29 — refuse) and (30 — say) that the dog (31 — must) decide it himself. "I (32 — say) goodbye and (33 — go) away. If he (34 — want) to stay, let him stay." For some time Wolf (35 — watch) the man go. Then he (36 — rush) after him and (37 - try) to stop him. Then the dog (38 - run) back to Smith and his wife (39 - try) to drag Smith after the stranger. He (40 – want) to be at the same time with the old and the new master. Finally the dog (41 — lie) down at the feet of Smith. Mary (42 — be) happy.

*IV. Выберите правильный вариант.*

1.I... glasses since I was a child,
a) wear, b) wore, c) am wearing, d) have been wearing.
2. When the phone rang, I... dinner.
a) cook, b) was cooking, c) had been cooking, d) have been cooking.
3. He usually had dinner at 4 p.m., ... ?
a) had he, b) hadn't he, c) did he, d) didn't he.
4. He works ... and makes good progress.
a) hard, b) hardly, c) good, d) badly.
5. He reminds me ... someone I knew in the army.
a) of, b) to, c) from, d) about.
6. Mary is here. Where are ... ?
a) other, b) others, c) the others, d) another.
7. What ... bad weather we are having today!
a) the, b) a, c) an, d) — .
8. Did you read ... English biblioclubs at school?
a) some, b) many, c) much, d) none.
9. I want to know what ...,
a) are you doing, b) were you doing, c) will you do, d) you are doing.
10. I've made ... mistakes now than I made last time.
a) few, b) a few, c) fewer, d) less.
11. Can ... of you help me?
a) some, b) any, c) somebody, d) anybody.
12. This translation is twice as ....
a) easy, b) easier, c) the easiest, d) much easier.
13. We ... two compositions this month.
a) write, b) wrote, c) were writing, d) have written.
14. I had a feeling that somebody ... there before.
a) is, b) was, c) has been, d) had been.
15. She won't see him ... he phones her.
a) except, b) after, c) unless, d) because.
16. ... only one theatre and two cinemas in this city ten years ago.
a) there is, b) there was, c) there are, d) there were.

17. My watch....
a) stops, b) has stopped, c) have stopped, d) stop.
18. Do you know when he ... ?
a) comes, b) will come, c) shall come, d) come.
19. I don't have any pets. Neither ....
a) she does, b) does she, c) is she, d) does she have.
20. His parents didn't let him ... TV late.
a) to watch, b) watch, c) watching, d) watched.

*V. Переведите на английский язык.*

1. Москва была основана Юрием Долгоруким.
2. Небо темное, может пойти дождь.
3. Мы не знали, что он собирается нас навестить.
4. Кто знает прогноз погоды на завтра?
5. Нам не пришлось долго ждать их.

*VI. Выберите правильный ответ.*

1. What's the name of the most famous clock in Britain?
a) Big Albert, b) Big Stephen, c) Big Wren, d) Big Ben.
2. What's tartan?
a) a dish, b) a pattern of the kilt, c) a bird, d) a dance.
3. Where is Glasgow situated?
a) in Scotland, b) in Wales, c) in England, d) in Northern Ireland.
4. What's the name of the London underground?
a) Metro, b) Tube, c) Subway, d) Underground,
5. What is the nickname of the Liberal Party?

### *7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации*

Промежуточная аттестация по дисциплине «Иностранный язык» (английский язык) проводится в форме зачетов в 1 и 2 семестрах.

| **Процедура оценивания** | **Шкала и критерии оценки, балл** |
|---|---|
| Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:<br><br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, | Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале:<br>Задание 1: 0-30 баллов<br>Задание 2: 0-30 баллов<br>Задание 3: 0-40 баллов<br>**«Зачтено»**<br>– **90-100** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>– **70 -89** – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения заданий правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>– **50 - 69** – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задание решено частично. |

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| близких к профессиональной деятельности;<br>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | **«Не зачтено»**<br>– **менее 50** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены. |

### *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

## 1 семестр

**Задания 1 типа.**

1. Личные, указательные и притяжательные местоимения.
2. Глагол to be. Простое предложение. Общий вопрос.
3. Исчисляемые и неисчисляемые существительные.
4. Понятие артикля. Определенный и неопределенный артикль.
5. Имя прилагательное. Место прилагательного в предложении.
6. Предлоги from, in для выражения падежных отношений.
7. Имя существительное. Множественное число существительных.
8. Предлоги места on, near, at, under, below, above.
9. Повелительное наклонение.
10. Типы вопросов. Разделительный вопрос.
11. Глагол to have (got).
12. Неопределенные местоимения some, any , no, all.
13. Типы вопросов. Альтернативный вопрос.
14. Притяжательный падеж имен существительных.
15. Структура простого утвердительного, отрицательного, вопросительного предложения.
16. Простые неличные формы глагола: Participle I (Present Participle).
17. Простые неличные формы глагола: Participle II (Past Participle).
18. Безличные и неопределенно-личные предложения.
19. Употребление оборотов There is/There are.
20. Образование и употребление Present Simple.
21. Образование и употребление Present Continuous.
22. Образование и употребление Past Simple.
23. Образование и употребление Past Continuous.
24. Модальные глаголы.
25. Образование и употребление Future Simple.

**Задания 2 типа.**

1. Сравнение употребления Present Simple и Present Continuous и приведите примеры
2. Проанализируйте Present Continuous глаголы действия и

состояния. Приведите примеры

3. Сопоставьте способы выражения будущего времени и приведите примеры.

4. Сравнить употребление Past Simple и Past Continuous и приведите примеры.

5. Сравнить употребление определенного и неопределенного артиклей и приведите примеры.

6. Сравнить согласование времен в разных типах сложных предложений. Приведите примеры.

7. Проанализируйте конструкции. Приведите примеры.

8. Сравнить употребление Active и Passive voice и приведите примеры.

9. Сравните употребление Past Perfect и Past Perfect Continuous и приведите примеры.

10. Сравните употребление Conditionals 0, 1, 2 и 3. Приведите примеры.

11. Сравнить употребление герундия и инфинитива и приведите примеры.

12. Сравните употребление модальных глаголов и приведите примеры.

13. Сопоставьте употребление артиклей в названиях стран, национальностей, жителей страны и языков. Приведите примеры

14. Проанализируйте употребление артиклей с уникальными существительными. Приведите примеры.

15. Сравнение употребления Past Simple и Present Perfect. Приведите примеры.

16. Сравните употребления Present Perfect и Present Perfect Continuous и приведите примеры.

17. Сравните употребление Past Perfect и Past Perfect Continuous и приведите примеры.

18. Сравните употребление Participle I и Participle II и приведите примеры.

19. Предлоги, выражающие временные отношения. Приведите примеры.

20. Обобщите предлоги, выражающие пространственные отношения. Приведите примеры.

21. Рассмотрите Возвратные местоимения. Приведите примеры

22. Сравните употребление притяжательных местоимений и абсолютной формы притяжательных местоимений. Приведите примеры.

23. Обобщите Личные местоимения. Приведите примеры

24. Сослагательное наклонение. Приведите примеры

25. Употребление глагола Have и конструкции Have got. Сравните.

**Задания 3 типа**

*Задания на проверку умений и навыков, полученных в результате*

*освоения дисциплины.*

**Задание №1.**

*Read and translate the text.*

The State Tretyakov Gallery is one of the best-known art galleries in Russia. It takes its name from Pavel Tretyakov, a Moscow merchant. In the 19th century Tretyakov collected Russian paintings. He visited all the exhibitions and art studios and bought the best pictures. In 1881 Tretyakov opened his collection in St. Petersburg to the public, 11 years later he donated it to the city of Moscow. Since then the gallery has received hundreds of paintings from other museums and private collections. The Tretyakov Gallery reflects the whole history of Russian paintings from the 11th century to the present day. Every year the Tretyakov Gallery attracts millions of visitors. It's considered to be not only an art gallery, but also a large cultural and educational center.

**Задание №2.**

*Read the sentences. Answer the question.*

Eating the sushi

Pick the sushi up and dip it fish-side down in the soy sauce. Do not put the rice into the sauce, this will make it too wet and difficult to eat. Put the sushi in your mouth fish-side down too, as it is the flavour of the fish, not the rice, that you want to taste first. You should really eat the sushi piece in one go, or maybe two. Try not to leave any food on your plate. It is considered especially rude to leave rice.

In how many bites should you eat sushi?

**Задание№3.**

*Read the text and finish the sentence.*

The story of the Fair Trade movement goes back to 1988, when a Dutch development agency first imported coffee from Mexico under the brand name Max Havelaar, and sold it in supermarkets. The idea was to allow the production of the coffee to get a fairer share of the profit its sales generated, something which conventional trade wasn't doing.

Since then, the Fair Trade movement has grown, and now gives wealthy consumers around the world a way to reduce poverty and provide economic stability in developing countries.

The company's idea is to …

**Задание№4.**

*Fill in the gaps.*

-My name ___ Philip.

-Hi! Nice to ___ you!

-How ___ are you?
-I ___ twenty.
-Where ___ you from?
-I ___ from Russia.

**Задание№5.**
*Match the first part of the compound word to the second part*

| | |
|---|---|
| 1 over | a card |
| 2 chewing | b height |
| 3 credit | c phone |
| 3 medium- | d gum |

## 2 семестр

**Задания 1 типа.**

1. Образование и употребление Present Simple.
2. Образование и употребление Present Continuous.
3. Наречия a lot, many, much, few, a few.
4. Порядковые и количественные числительные.
5. Предлоги места next to, between, opposite, behind, in front of.
6. Типы вопросов. Специальные вопросы.
7. Предлоги времени at, on, in.
8. Именные придаточные предложения.
9. Образование и употребление Present Perfect.
10. Имя прилагательное. Степени сравнения прилагательных.
11. Образование и употребление Past Perfect.
12. Косвенная речь.
13. Страдательный залог.
14. Употребление герундия и инфинитива.
15. Причастия, деепричастия, отглагольные прилагательные (complex subject).
16. Сложное дополнение (complex object).
17. Употребление глаголов Do и Make.
18. Употребление глаголов Say и Tell.
19. Согласование времен.
20. Образование и употребление Present Perfect Continuous.
21. Порядок слов. Инверсия.
22. Притяжательный падеж имен существительных.
23. Структура простого утвердительного, отрицательного, вопросительного предложения.
24. Модальные глаголы.
25. Образование и употребление Future Simple.

**Задания 2 типа.**

1. Сравните употребление Present Simple и Present Continuous.

2. Назовите способы выражения будущего времени и приведите примеры.

3. Сравните употребление Past Simple и Past Continuous.

4. Сравнить употребление определенного и неопределенного артиклей и приведите примеры.

5. Сравните употребление наречий a lot, many, much, few, a few. Приведите примеры.

6. Сравните употребление предлогов места next to, between, opposite, behind, in front of. Приведите примеры.

7. Сравнить употребление Active и Passive voice и приведите примеры.

8. Сравните употребление Past Perfect и Past Perfect Continuous и приведите примеры.

9. Сравните употребление Conditionals 0, 1, 2 и 3. Приведите примеры.

10. Сравнить употребление герундия и инфинитива и приведите примеры.

11. Сравните употребление модальных глаголов и приведите примеры.

12. Употребление артиклей в названиях стран, национальностей, жителей страны и языков. Приведите примеры

13. Употребление артиклей с уникальными существительными. Приведите примеры.

14. Сравнение употребления Past Simple и Present Perfect. Приведите примеры.

15. Сравните употребления Present Perfect и Present Perfect Continuous и приведите примеры.

16. Сравните употребление Past Perfect и Past Perfect Continuous и приведите примеры.

17. Сравните употребление Participle I и Participle II и приведите примеры.

18. Сравните употребление глаголов Do и Make.

19. Сравните употребление глаголов Say и Tell.

20. Возвратные местоимения. Приведите примеры

21. Сравните употребление притяжательных местоимений и абсолютной формы притяжательных местоимений. Приведите примеры.

22. Личные местоимения. Приведите примеры

23. Сослагательное наклонение. Приведите примеры

24. Употребление глагола Have и конструкции Have got. Сравните.

25. Сравните употребление модальных глаголов. Приведите примеры.

**Задания 3 типа**

**Задание №1.** *Read and translate the text.*

“Titanic” was released in 1997. It was directed, written and produced by

James Cameron. Leonardo DiCaprio and Kate Winslet are the film stars. After this film Leonardo DiCaprio's career soared. Both actors got to be famous all over the world. For a long time "Titanic" was the highest-grossing film of all times. The film is based on the true story of Titanic, a huge passenger liner which wrecked during its first journey across the Atlantic. The film tells us a story of two people, Rose and Jack, who fell in love with each other on shipboard. Rose belonged to a high-class society, while Jack was an artist who won his ticket in a card game. "Titanic" is also a movie about money and its evils. With fine irony, Cameron has spent more dollars than any other filmmaker to make a film that denounces the rich.

**Задание №2.** *Read the text and answer the question.*

The French film *The Class* is an exhilarating example of how teachers around the world have been inspiring their students for generations. Since it hit the screens, the film has generated discussion about education both in France and abroad. Based on a novel by Francois Begaudeaux, who has been teaching French for fifteen years, the film stars real students and also Begaudeaux himself in the lead role. Since its big success at the Cannes Film Festival in 2008, the film has been shown in over 60 countries.

What is the main idea of the film?

**Задание №3.** *Read the text and finish the sentence.*

There are states schools and private schools in Britain. Seven per cent of British schoolchildren go to private schools called independent schools. There are 2,400 independent schools and they have been growing in number and popularity since the mid-1980's.

Parents pay for these schools, and fees vary from about 250 pounds a term for a private nursery to 3,000 pounds a term or more for a secondary boarding school. Most independent schools are called prep (preparatory) schools because they prepare the children for the Common Entrance Exam which they take at the age of 11. This exam is for entry into the best schools.

Parents must pay for...

**Задание №4.**

*Fill in the gaps.*

*-What's his ___?*

*-He is an actor.*

*-Is he ___ Hollywood?*

*-Yes, he is.*

*-He is very good-___.*

-*Yes, he* ___.

**Задание №5.**

*Match the two halves of the questions*

| | |
|---|---|
| 1. Alex's electricity was cut | a) metals such as lead into gold. |
| 2. I need to find | b) off because she forgot to pay the bill. |
| 3. People spent years trying to turn | c) on in physics over the last year. |
| 4. Your teacher says you've really come | d) down on the motorway. |
| 5. A lorry had broken | e) out who discovered penicillin. |

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Иностранный язык в профессиональной деятельности»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет- маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

## Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ .....3

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ .....5

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН.....6

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....8

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ .....9

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....16

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....17

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Иностранный язык в профессиональной деятельности» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 N 512.

Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной деятельности» (Английский язык) направлена на изучение иностранного языка как целостной системы, состоящей из грамматических структур и лексического наполнения. Дисциплина развивает практические навыки владения иностранным языком в сфере общей коммуникации, а также для делового и профессионального общения.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 3-4 семестрах.

**Цель и задачи дисциплины.**

***Основной целью*** дисциплины «Иностранный язык в профессиональной деятельности» на факультете рекламы является формирование профессиональной коммуникативной компетенции. Формирование профессиональной коммуникативной компетенции подчинено цели подготовки бакалавра и обеспечивает способность и готовность осуществлять речевую деятельность на английском языке в профессиональных ситуациях общения.

***Задачи дисциплины:***

• сформировать знания, умения и практический опыт осуществления деловой коммуникации в устной и письменной форме;

• решать стандартные задачи профессиональной деятельности, используя иностранный язык в своей специальности: понимать оригинальную монологическую и диалогическую речь, вести беседу и демонстрировать коммуникативные умения при непосредственном общении в деловой среде; вести поиск иноязычной информации на заслуживающих доверия сайтах;

• сформировать представление о различиях между стандартами формальной и неформальной деловой коммуникации на ИЯ в устной и письменной формах в условиях профессиональной деятельности, формы и правила академического и профессионального письма, необходимые для составления и редактирования текстов профессиональной направленности

• Приобрести навык понимания, анализа и структурирования информации н иностранном языке, необходимой для профессиональной деятельности.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | выпускник должен знать | выпускник должен уметь | выпускник должен иметь практический опыт | |
| Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | **УК-4** | **УК-4.3** Владеет навыками создания и анализа устной и письменной деловой речи с позиции коммуникативной эффективности | различия между стандартами формальной и неформальной деловой коммуникации на ИЯ в устной и письменной формах в условиях профессиональной деятельности, формы и правила академического и профессионального письма, необходимые для составления и редактирования текстов профессиональной направленности. | понимать, анализировать и структурировать информацию на иностранном языке, необходимую для профессиональной деятельности, составлять краткий обзор и резюме иноязычного текста профессиональной тематики; выбирать адекватные цели профессиональной коммуникации языковые формы, анализировать их структурные и функциональные особенности, корректировать их в соответствии с принятыми национальными стандартами делового общения. | деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке для решения задач профессионального взаимодействия | Контактная работа: Практические занятия Самостоятельная работа |

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая | Из них в форме практической | | |
| ***Очная форма*** | | | | | | | | | | | |
| ***3 семестр*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1. Важность рекламы (Importance of Advertising)* | | 10 | | | | | | | | 9 | Доклад-презентация / 20 |
| *Тема 2. Типы рекламы (Types of Advertising.)* | | 10 | | | | | | | | 9 | Доклад-презентация / 20 |
| *Тема 3. Общественная служба и медиа реклама (Public Service and Media Advertising)* | | 10 | | | | | | | | 8 | Реферат /20 |
| *Тема 4. Реклама на радио (Broadcast Advertising and Radio Commercials)* | | 2 | 6 | | | | | | | 8 | Эссе/20<br>Тест /20 |
| **Всего:** | | **32** | **6** | | | | | | | **34** | **100** |
| **Контроль, час** | **0** | | | | | | | | | | **Зачет** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **72** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **2** | | | | | | | | | | |
| ***4 семестр*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 5. Телевидение и онлайн-реклама (Television and Online Advertising)* | | 6 | | | | | | | | 14 | Доклад-презентация /20 |
| *Тема 6. Наружная реклама (Outdoor Advertising)* | | 6 | | | | | | | | 14 | Реферат/20 |
| *Тема 7. Реклама размещения (Product Placement Advertising.)* | | 6 | | | | | | | | 14 | Доклад-презентация /20 |
| *Тема 8. Общественная реклама (Public service advertising)* | | 2 | 6 | | | | | | | 13 | Доклад-презентация /20<br>Тест /20 |
| **Всего:** | | **20** | **6** | | | | | | | **55** | **100** |
| **Контроль, час** | **27** | | | | | | | | | | **Экзамен** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **108** | | | | | | | | | | |

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая | Из них в форме практической | | |
| *Очная форма* | | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **3** | | | | | | | | | | |
| **Всего по дисциплине:** | | **52** | **12** | | | | | | | **89** | **100*2** |
| **Контроль, час** | **27** | | | | | | | | | | **Зачет Экзамен** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **180** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **5** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Важность рекламы (Importance of advertising)***

Специфика артикуляции звуков, интонации, акцентуации и ритма нейтральной речи в английском языке; основные особенности полного стиля произношения, характерные для сферы профессиональной коммуникации. Порядок слов в английском предложении. To be. Указательные и вопросительные местоимения. Образование и употребление настоящего продолженного времени. Местоимения. Безличные предложения Образование и употребление простого прошедшего времени. Неправильные глаголы. Степени сравнения прилагательных. Образование и употребление настоящего совершенного времени.

***Тема 2. Типы рекламы (Types of advertising)***

Образование и употребление простого будущего времени. Придаточные предложения условия и времени. Образование и употребление прошедшего продолженного времени. Модальные глаголы (can, may, must и их эквиваленты).

***Тема 3. Общественная реклама (Public service)***

Образование и употребление прошедшего продолженного времени. Модальные глаголы (can, may, must и их эквиваленты). Прошедшее совершенное время. Значение и употребление.

***Тема4. Широкоформатная реклама (Broadcast advertising)***

Прошедшее совершенное время. Значение и употребление

Образование и употребление простого будущего времени. Придаточные предложения условия и времени. Образование и употребление простого будущего времени. Придаточные предложения условия и времени.

***Тема 5. Телевидение и онлайн-реклама (Television and online advertising)***

Грамматика: Образование и употребление страдательного залога

***Тема 6. Наружная реклама (Outdoor advertising)***

Страдательный залог простых времен

***Тема 7. Реклама размещения (Product placement advertising)***

Образование и употребление прошедшего совершенного и продолженного времени в активном и пассивном залоге. Согласование времен.

***Тема 8. Общественная реклама (Public service advertising)***

Грамматика: Модальные глаголы should / ought.
Сослагательное наклонение. Типы условных предложений.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как семинары, практикум по решению задач, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

***Методические указания для обучающихся при работе на семинаре***

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов согруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

***Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач***

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с

рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

***Методические указания для обучающихся по подготовке доклада-презентации***

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию.

Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.
2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).
3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.
4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.
5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.
6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).
7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

- готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего;

- план сообщения;
- краткие выводы из всего сказанного;
- список использованных источников.

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);
- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

*Структура выступления.*

Вступление должно содержать:

- название, сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- живую интересную форму изложения;
- акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудио-визуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

### *Методические указания для обучающихся по подготовке эссе*

Эссе - это самостоятельная письменная работа на тему,

предложенную преподавателем. Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

Эссе должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. В зависимости от специфики дисциплины формы эссе могут значительно дифференцироваться.

Структура эссе.

1. Титульный лист
2. Введение - суть и обоснование выбора данной темы, состоит из ряда компонентов, связанных логически и стилистически; На этом этапе очень важно правильно сформулировать вопрос, на который вы собираетесь найти ответ в ходе своего исследования.

При работе над введением могут помочь ответы на следующие вопросы: «Надо ли давать определения терминам, прозвучавшим в теме эссе?», «Почему тема, которую я раскрываю, является важной в настоящий момент?», «Какие понятия будут вовлечены в мои рассуждения по теме?», «Могу ли я разделить тему на несколько более мелких подтем?».

3. Основная часть - теоретические основы выбранной проблемы и изложение основного вопроса.

Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. В этом заключается основное содержание эссе и это представляет собой главную трудность. Поэтому важное значение имеют подзаголовки, на основе которых осуществляется структурирование аргументации; именно здесь необходимо обосновать (логически, используя данные или строгие рассуждения) предлагаемую аргументацию/анализ. Там, где это необходимо, в качестве аналитического инструмента можно использовать графики, диаграммы и таблицы.

В зависимости от поставленного вопроса анализ проводится на основе следующих категорий:

Причина — следствие, общее — особенное, форма — содержание, часть — целое, постоянство — изменчивость.

Хорошо проверенный способ построения любого эссе — использование подзаголовков для обозначения ключевых моментов аргументированного изложения: это помогает посмотреть на то, что предполагается. Такой подход поможет следовать точно определенной цели в данном исследовании. Эффективное использование подзаголовков - не только обозначение основных пунктов, которые необходимо осветить. Их последовательность может также свидетельствовать о

наличии или отсутствии логичности в освещении темы.

4. Заключение - обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения и т.д. Методы, рекомендуемые для составления заключения: повторение, иллюстрация, цитата, впечатляющее утверждение. Заключение может содержать такой очень важный, дополняющий эссе элемент, как указание на применение исследования, не исключая взаимосвязи с другими проблемами.

***Методические указания для обучающихся по подготовке реферата***

Подготовка рефератов направлена на развитие и закрепление у обучающихся навыков самостоятельного глубокого, творческого и всестороннего анализа научной, методической и другой литературы по актуальным проблемам дисциплины; на выработку навыков и умений грамотно и убедительно излагать материал, четко формулировать теоретические обобщения, выводы и практические рекомендации.

Рефераты должны отвечать высоким квалификационным требованиям в отношении научности содержания и оформления.

Темы рефератов, как правило, посвящены рассмотрению одной проблемы. Объем реферата может быть от 12 до 15 страниц машинописного текста, отпечатанного через 1,5 интервала, а на компьютере через 1 интервал (список литературы и приложения в объем не входят).

Текстовая часть работы состоит из введения, основной части и заключения.

Во введении обучающийся кратко обосновывает актуальность избранной темы реферата, раскрывает конкретные цели и задачи, которые он собирается решить в ходе своего небольшого исследования.

В основной части подробно раскрывается содержание вопроса (вопросов) темы.

В заключении кратко должны быть сформулированы полученные результаты исследования и даны выводы. Кроме того, заключение может включать предложения автора, в том числе и по дальнейшему изучению заинтересовавшей его проблемы.

В список литературы (источников и литературы) обучающийся включает только те документы, которые он использовал при написании реферата.

В приложении (приложения) к реферату могут выноситься таблицы, графики, схемы и другие вспомогательные материалы, на которые имеются ссылки в тексте реферата.

***Методические указания для обучающихся по подготовке к тесту***

Тест – особая форма проверки знаний. Проводится после освоения одной или нескольких тем и свидетельствует о качестве понимания основных понятий изучаемого материала. Тестовые задания составлены

к ключевым понятиям, основным разделам, важным терминологическим категориям изучаемой дисциплины.

Для подготовки к тесту необходимо знать терминологический аппарат дисциплины, понимать смысл научных категорий и уметь их использовать в профессиональной лексике.

Владение понятийным аппаратом, включённым в тестовые задания, позволяет преподавателю быстро проверить уровень понимания студентами важных методологических категорий.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

*Работа с литературой (конспектирование)*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

***Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины***

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самост. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Важность рекламы (Importance of advertising)* | Образование и употребление настоящего продолженного времени. Местоимения. Безличные предложения | Работа в библиотеке, включая ЭБС, выполнение упражнений. Подготовка доклада-презентации | Доклад-презентация |
| *Тема 2 Типы рекламы (Types of advertising)* | Упражнения: Прошедшее продолженное время. Исчисляемые и неисчисляемые существительные. Модальные глаголы Лексика по теме чтение и перевод текста, | Работа в библиотеке, включая ЭБС, выполнение упражнений. Подготовка доклада-презентации | Доклад-презентация |
| *Тема 3. Общественная реклама (Public service)* | Лексика по теме,чтение и перевод текс та, подготовка ведения диалога на тему. Упражнения: Прошедшее продолженное время. Исчисляемые и неисчисляемые существительные. Модальные глаголы | Работа в библиотеке, включая ЭБС, выполнение упражнений. Написание реферата | Реферат |
| *Тема 4 Широкоформатная реклама (Broadcast advertising)* | Упражнения: Придаточные условия и времени, будущее время. | Работа в библиотеке, включая ЭБС, выполнение упражнений. Подготовка к тесту, написание эссе | Эссе Тест |
| *Тема 5 Телевидение и онлайн-реклама (Television and online advertising)* | Лексика по теме, правила проведения презентации (вступление). Упражнения: Настоящее совершенное. Предлоги времени. | Работа в библиотеке, включая ЭБС, выполнение упражнений. Подготовка доклада-презентации | Доклад-презентация |
| *Тема 6 Наружная реклама (Outdoor advertising)* | .Лексика по теме, чтение и перевод текс та, Упражнения: Простые времена Страдательного залога. | Работа в библиотеке, включая ЭБС, выполнение упражнений. Написание реферата | Реферат |
| *Тема 7. Реклама размещения (Product placement advertising)* | Упражнения: Придаточные условия и времени, будущее время. Лексика по теме, чтение и перевод текста, Лексика по теме, чтение и перевод текс та, | Работа в библиотеке, включая ЭБС, выполнение упражнений. Подготовка доклада-презентации | Доклад-презентация |
| *Тема 8. Общественная реклама (Public service)* | Упражнения: Прошедшее совершенное и Прошедшее совершенное и продолженное. | Работа в библиотеке, включая ЭБС, выполнение упражнений. | Доклад-презентация Тест |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самост. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| | Согласование времен | Подготовка доклада-презентации, подготовка к тестированию | |

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1. Губина, Г. Г. Английский язык в профессиональной деятельности для специальности «Реклама»=English in Professional Activities for the Specialty ‘Advertising’ : учебное пособие : [12+] / Г. Г. Губина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 63 с. – https://www.iprbookshop.ru

2. Гуревич, В.В. Практическая грамматика английского языка: упражнения и комментарии : [12+] / В.В. Гуревич. – 12-е изд. – Москва : Флинта, 2017. – 292 с. – https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература***

1. Зайцева, Л. А. Английский язык в рекламе : учебное пособие / Л. А. Зайцева. – 3-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2017. – 110 с. – https://www.iprbookshop.ru

2. Сергейчик Т. С. Английский язык в сфере делового общения: учебное пособие. Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2010. – 108 с. – https://www.iprbookshop.ru

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № | Наименование ресурса | Ссылка |
|---|---|---|
| 1. | Официальный сайт Британского совета. | http://www.britishcouncil.com |
| 2. | Официальный сайт газеты “FinancialTimes”. | http://www.ft.com |
| 3. | Официальный сайт газеты “FinancialTimes”(подкасты). | FT Podcasts \| Financial Times |
| 4. | Официальный сайт газеты “FinancialTimes”(видео). | Video \| Financial Times (ft.com) |
| 5. | Официальный сайт BBC Learning English | BBC Learning English - BBC Learning English - Homepage |
| 6. | Официальный сайт BBC (подкасты). | BBC Sounds - Music. Radio. Podcasts |
| 7. | Официальный сайт BBC (новости). | Home - BBC News |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий**

**семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

При проведении образовательного процесса по дисциплине необходимо наличие:

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)
- Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### *7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины*

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Доклад-презентация | 20-13 – доклад выполнен в соответствии с требованиями, 10 правильно оформленных слайдов презентации, грамотное использование терминологии, свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик правильные ответил на все вопросы преподавателя и обучающихся.<br>14-7 – доклад выполнен в основном соответствии с требованиями,10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации, грамотное использование экономической терминологии, в основном свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик частично правильно ответил на все вопросы преподавателя и обучающихся.<br>6-4 – доклад выполнен в основном в соответствии с требованиями,10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации, докладчик был привязан к тексту, докладчик испытывал затруднения при ответе на вопросы преподавателя и обучающихся.<br>1-2 – доклад выполнен не в соответствии с требованиями, 10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации,<br>0 - докладчик был привязан к тексту, докладчик не смог ответить на вопросы преподавателя и обучающихся. |
| 2. | Реферат | 20-15 – грамотное использование специальной терминологии, свободное изложение рассматриваемой проблемы, логичность и обоснованность выводов;<br>14-5 – грамотное использование специальной терминологии, частично верные суждения в рамках рассматриваемой темы, выводы недостаточно обоснованы;<br>4-1 – грамотное использование специальной терминологии, способность видения существующей |

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| | | проблемы, необоснованность выводов, неполнота аргументации собственной точки зрения. |
| 3. | Эссе | 20-15 – грамотное использование специальной терминологии, свободное изложение рассматриваемой проблемы, логичность и обоснованность выводов;<br>14-5– грамотное использование специальной терминологии, частично верные суждения в рамках рассматриваемой темы, выводы недостаточно обоснованы;<br>4-1 – грамотное использование специальной терминологии, способность видения существующей проблемы, необоснованность выводов, неполнота аргументации собственной точки зрения. |
| 4. | Тест | 20-18 – верные ответы составляют более 90% от общего количества;<br>17-10 – верные ответы составляют 80-50% от общего количества;<br>9-0 – менее 50% правильных ответов |

***Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости***

***<u>Примерные темы эссе:</u>***

1. Transfer. Testimonials
2. Definition and Concept of Advertising Strategies
3. How to Develop Advertising Strategies
4. Strategies of Persuasion in Advertising
5. At the conference
6. Print and Marketing
7. Advertising
8. Broadcast Advertising
9. Covert Advertising
10. Public Service Advertising
11. Places to live and work.
12. Making arrangements.
13. My favorite commercial
14. Interesting facts about Advertising
15. Online Advertising

***<u>Примерные темы рефератов</u>***

1. Онлайн-реклама
2. Важность рекламы в современном мире.
3. Телевизионная реклама
4. Общественная реклама

5. Коммуникация в современном мире. Особенности деловой межкультурной коммуникации

6. Стратегии убеждения в рекламе.

7. История рекламы.

8. Как разработать рекламные стратегии

9. Виды рекламы

10. Влияние информационных технологий в современном мире.

***<u>Примерные темы докладов и презентаций:</u>***

1. My favorite ad campaign.
2. The world famous advertising agencies.
3. Talking about advertisement industry.
4. My time off.
5. Business trip.
6. Getting around.
7. British business etiquette.
8. American Business Etiquette.
9. World media.
10. Interviews.

***Типовой тест.***

1. What is the name of that picture which you … on the wall.

a) look at
b) is looking at
c) look
d) are looking at

2. Next time you … to my house, you must bring that biblioclub.

a) come
b) coming
c) is coming
d) are coming

3. … by air because the cost of flying is very high.

a) I do not often travel
b) I will often travelling
c) I am not often travelling
d) I will not often travelling

4. Why … late every time we arrange to meet?

a) is he
b) he is
c) is he being
d) he is being

5. I … her every day and she never says hello to me.

a) see
b) seeing
c) am seeing

d) will see
6. Later tonight I … my uncle, who is ill in hospital.
a) visiting
b) visit
c) am visiting
d) are visiting
7. … to see that film that is on at the cinema next week?
a) Do you go
b) Is you going
c) Are you going
d) Do you going
8. … every single thing which that man says?
a) Do you believe
b) Do you believing
c) Is you believing
d) Are you believing
9. Sometimes I … what the teacher says to me.
a) do not understanding
b) do not understand
c) am not understanding
d) understand not
10. I … to remember your name but I'm afraid I can't remember it.
a) try
b) trying
c) am trying
d) will trying
11. I've … you not to do that many times before.
a) told
b) saying
c) says
d) said
12. I dare … you're right.
a) tell
b) told
c) tells
d) say
13. Now that would be … but my lips are sealed.
a) told
b) saying
c) telling
d) said
14. That … , they walked out of the room in total silence.
a) told
b) said
c) telling

d) saying
15. I'm afraid I can't … for sure but I think it's safe.
a) said
b) says
c) say
d) telling
16. You shouldn't take any notice of that because it's only hear … .
a) telling
b) says
c) tells
d) say
17. That's what people are always … .
a) say
b) said
c) telling
d) saying
18. What I … and what I do are not necessarily the same.
a) said
b) saying
c) say
d) tell
19. It's no good trying to persuade me because I'm not … a word.
a) tells
b) saying
c) telling
d) told
20. … us that story again!
a) Say
b) Tell
c) Tells
d) Says

***Типовые задания к семинару:***

**Задание 1.**

*I. Прочитайте и письменно переведите оригинальный текст с английского на русский язык.*

*Advertisement is a marketing tool. It is used to promote or sell a product, service or idea. One of the main functions of advertisement is to attract public interest to something. It is also used to maintain this interest and constantly remind us of a product or a service.*

*With the development of mass media many different types of advertisement have appeared. Depending on a purpose, advertisement can be political, commercial, social, etc.*

*Вопросы:*

1. What is advertisment?

2. What is it used for?

*II. Поставьте вопрос к подчеркнутому члену предложения.*

*<u>One of the main functions</u> of advertisement is to attract public interest to something.*

*III. Раскройте скобки, употребив правильную глагольную форму.*

Once John Smith and his wife Mary who (1 — live) in a small house in the mountains, (2 — find) a dog. Though the dog (3 — be) weak and hungry, he (4 — not eat) anything in the presence of his new masters. Several days later the dog (5 — disappear). John and Mary (6 — leave) alone. But one day when Smith (7 — travel) in a train, he (8 — see) his dog running along the road. He (9 — get) off the train at the next station, (10 — buy) a piece of meat, (11 — catch) the dog and (12— bring) him home again. There the dog (13 — tie) up for a week.

The dog (14— escape) several times and each time he (15— run) north. At last the dog (16 — decide) to stay at the cottage but a long time (17 — pass) before Smith and his wife (18 — can) touch him. They (19 - call) him Wolf. One summer a stranger (20 — come) to the cottage. As soon as the dog (21 — see) him, he (22— rush) to the stranger and (23 — lick) his hands. Then the stranger (24 - say): "His name (25 - be) not Wolf. It (26 - be) Brown. He (27 - be) my dog." Mary (28 - ask) to leave the dog with them. But the stranger (29 — refuse) and (30 — say) that the dog (31 — must) decide it himself. "I (32 — say) goodbye and (33 — go) away. If he (34 — want) to stay, let him stay." For some time Wolf (35 — watch) the man go. Then he (36 — rush) after him and (37 - try) to stop him. Then the dog (38 - run) back to Smith and his wife (39 - try) to drag Smith after the stranger. He (40 – want) to be at the same time with the old and the new master. Finally the dog (41 — lie) down at the feet of Smith. Mary (42 — be) happy.

*IV. Выберите правильный вариант.*

1.I... glasses since I was a child,

a) wear, b) wore, c) am wearing, d) have been wearing.

2. When the phone rang, I... dinner.

a) cook, b) was cooking, c) had been cooking, d) have been cooking.

3. He usually had dinner at 4 p.m., ... ?

a) had he, b) hadn't he, c) did he, d) didn't he.

4. He works ... and makes good progress.

a) hard, b) hardly, c) good, d) badly.

5. He reminds me ... someone I knew in the army.

a) of, b) to, c) from, d) about.

6. Mary is here. Where are ... ?

a) other, b) others, c) the others, d) another.

7. What ... bad weather we are having today!

a) the, b) a, c) an, d) — .

8. Did you read ... English biblioclubs at school?

a) some, b) many, c) much, d) none.

9. I want to know what ...,

a) are you doing, b) were you doing, c) will you do, d) you are doing.
10. I've made ... mistakes now than I made last time.
a) few, b) a few, c) fewer, d) less.
11. Can ... of you help me?
a) some, b) any, c) somebody, d) anybody.
12. This translation is twice as ....
a) easy, b) easier, c) the easiest, d) much easier.
13. We ... two compositions this month.
a) write, b) wrote, c) were writing, d) have written.
14. I had a feeling that somebody ... there before.
a) is, b) was, c) has been, d) had been.
15. She won't see him ... he phones her.
a) except, b) after, c) unless, d) because.
16. ... only one theatre and two cinemas in this city ten years ago.
a) there is, b) there was, c) there are, d) there were.
17. My watch....
a) stops, b) has stopped, c) have stopped, d) stop.
18. Do you know when he ... ?
a) comes, b) will come, c) shall come, d) come.
19. I don't have any pets. Neither ....
a) she does, b) does she, c) is she, d) does she have.
20. His parents didn't let him ... TV late.
a) to watch, b) watch, c) watching, d) watched.

*V. Переведите на английский язык.*

1. Москва была основана Юрием Долгоруким.
2. Небо темное, может пойти дождь.
3. Мы не знали, что он собирается нас навестить.
4. Кто знает прогноз погоды на завтра?
5. Нам не пришлось долго ждать их.

*VI. Выберите правильный ответ.*

1. What's the name of the most famous clock in Britain?
a) Big Albert, b) Big Stephen, c) Big Wren, d) Big Ben.
2. What's tartan?
a) a dish, b) a pattern of the kilt, c) a bird, d) a dance.
3. Where is Glasgow situated?
a) in Scotland, b) in Wales, c) in England, d) in Northern Ireland.
4. What's the name of the London underground?
a) Metro, b) Tube, c) Subway, d) Underground,
5. What is the nickname of the Liberal Party?

### *7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации*

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета и экзамна.

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:<br><br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале:<br>Задание 1: 0-30 баллов<br>Задание 2: 0-30 баллов<br>Задание 3: 0-40 баллов<br>**«Зачтено»**<br>**– 90-100** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>**– 70 -89** – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения заданий правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>**– 50 - 69** – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задание решено частично.<br>**«Не зачтено»**<br>**– менее 50** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены. |
| Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:<br><br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:<br>Задание 1: 0-30 баллов<br>Задание 2: 0-30 баллов<br>Задание 3: 0-40 баллов<br><br>**-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-70 и более (хорошо) –** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Ход решения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-50 и более (удовлетворительно) –** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены частично.<br>**-Менее 50 (неудовлетворительно)** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены |

## *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

## 3 семестр - зачет

**Задания 1 типа.**

1. Расскажите о способах употребления и образования Present Simple. Приведите примеры, используя наречия sometimes, often, usually…

2. Расскажите о способах употребления и образования Past Simple. Приведите примеры

3. Расскажите об употребления модального глагола Can. Приведите примеры.

4. Расскажите о способах употребления и образования Past Simple. Приведите примеры, используя наречия и выражения yesterday, last year, a week ago…

5. Расскажите о способах употребления и образования Present Simple. Приведите примеры, используя наречия sometimes, often, usually…

6. Расскажите о способах употребления и образования Past Simple. Приведите примеры, используя наречия и выражения yesterday, last year, a week ago…

7. Расскажите о способах употребления и образования Present Perfect. Приведите примеры, используя наречия already, never, ever, recently…

8. Расскажите о способах употребления и образования Present Simple. Приведите примеры, используя наречия sometimes, often, usually…

9. Расскажите об употребления неопределенно личного местоимения “one”. Приведите примеры.

10. Расскажите о способах употребления и образования Present Simple. Приведите примеры, используя наречия sometimes, often, usually…

11. Расскажите о способах употребления и образования Future Simple. Приведите примеры, используя глаголы: give, pay, go out, shut…

12. Расскажите о способах употребления и образования Future Simple. Приведите примеры, используя глаголы: give, pay, go out, shut…

13. Расскажите о способах употребления и образования Past Continuous. Приведите примеры, используя следующие слова и выражения: the whole day, all morning long, all the time…

14. Расскажите об употребления модального глагола Can. Приведите примеры.

15. Расскажите о способах употребления и образования Past Simple. Приведите примеры, используя наречия и выражения yesterday, last year, a week ago…

16. Расскажите о способах употребления и образования Present Simple. Приведите примеры, используя наречия sometimes, often, usually…

17. Расскажите о способах употребления и образования Past Simple. Приведите примеры, используя наречия и выражения yesterday, last year, a week ago…

18. Расскажите о способах употребления и образования Present Simple. Приведите примеры, используя наречия sometimes, often, usually…

19. Расскажите об употребления модального глагола Can. Приведите примеры.

20. Расскажите об употребления неопределенно личного местоимения “one”. Приведите примеры.

21. Расскажите о способах употребления и образования Present Perfect. Приведите примеры, используя наречия already, never, ever, recently…

22. Расскажите о способах употребления и образования Present Perfect. Приведите примеры, используя наречия already, never, ever, recently…

23. Расскажите об употребления неопределенно личного местоимения “one”. Приведите примеры.

24. Расскажите о способах употребления и образования Future Simple. Приведите примеры, используя глаголы: give, pay, go out, shut…

25. Расскажите о способах употребления и образования Future Simple. Приведите примеры, используя глаголы: give, pay, go out, shut…

**Задания 2 типа.**

1. Сравнение употребления Present Simple и Present Continuous и приведите примеры

2. Проанализируйте Present Continuous глаголы действия и состояния. Приведите примеры

3. Сопоставьте способы выражения будущего времени и приведите примеры .

4. Сравнить употребление Past Simple и Past Continuous и приведите примеры .

5. Сравнить употребление определенного и неопределенного артиклей и приведите примеры .

6. Сравнить согласование времен в разных типах сложных предложений. Приведите примеры .

7. Проанализируйте конструкции. Приведите примеры .

8. Сравнить употребление Active и Passive voice и приведите примеры .

9. Сравните употребление Past Perfect и Past Perfect Continuous и приведите примеры .

10. Сравните употребление Conditionals 0, 1, 2 и 3. Приведите примеры .

11. Сравнить употребление герундия и инфинитива и приведите примеры .

12. Сравните употребление модальных глаголов и приведите примеры.

13. Сопоставьте употребление артиклей в названиях стран,

национальностей, жителей страны и языков. Приведите примеры

14. Проанализируйте употребление артиклей с уникальными существительными. Приведите примеры .
15. Сравнение употребления Past Simple и Present Perfect. Приведите примеры.
16. Сравните употребления Present Perfect и Present Perfect Continuous и приведите примеры .
17. Сравните употребление Past Perfect и Past Perfect Continuous и приведите примеры.
18. Сравните употребление Participle I и Participle II и приведите примеры .
19. Предлоги, выражающие временные отношения. Приведите примеры .
20. Обобщите предлоги, выражающие пространственные отношения. Приведите примеры.
21. Рассмотрите Возвратные местоимения. Приведите примеры
22. Сравните употребление притяжательных местоимений и абсолютной формы притяжательных местоимений. Приведите примеры .
23. Обобщите Личные местоимения. Приведите примеры
24. Сослагательное наклонение. Приведите примеры
25. Употребление глагола Have и конструкции Have got. Сравните.

**Задания 3 типа**

**Задание №1.**

To advertise means to make information public. But nowadays advertising doesn't limit itself by a word 'publicity'. Modern advertising has a task to show a product in a positive and pleasant way. It has an aim to make us want to buy it. But how and when did advertising appear?

The advertisement has existed since antiquity time. At first there were murals that informed about gladiator fights. In the middle Ages public heralds stood in the centre of the city and gave last news.

In the 15th century there was a good development of printing. After that posters and leaflets appeared. Two centuries later the first newspapers began to publish advertisements. But it is the 20th century when advertising really explodes. It followed the invention of radio and TV.

In the United States companies have worked with advertisers since 1930. They invented packaging that had to attract customers. They also created an idea of product placement. It means that a product is shown in the movies. After that it gets well-known and well-sold. For example, it was made with the luxury cars which were shown in James Bond films.ad and translate the text.

**Задание №2.**

*Read the sentences. Answer the question.*

Although the average citizen is usually annoyed by all the advertisements printed in newspapers and magazines and the commercials broadcast on TV,

the impact of the whole advertising industry on a single person is immense and plays a very important role in our lives. Advertising absorbs vast sums of money but it is useful to the community. What are the functions of advertisements?

The first one to mention is to inform. A lot of the information people have about household devices, cars, building materials, electronic equipment, cosmetics, detergents and food is largely derived from the advertisements they read. Advertisements introduce them to new products or remind them of the existing ones.

The second function is to sell. The products are shown from the best point of view and the potential buyer, on having entered the store, unconsciously chooses the advertised products. One buys this washing powder or this chewing gum, because the colorful TV commercials convince him of the best qualities of the product. Even cigarettes or sweets or alcohol are associated with the good values of human life such as joy, freedom, love and happiness, and just those associations make a person choose the advertised products. The aim of a good advertisement is to create a consumer demand to buy the advertised product or service. Children are good example as they usually want the particular kind of chocolate or toy or chewing-gum. Being naive they cannot evaluate objectively what is truthful and what is exaggerated and select the really good products unless they buy the goods and check for themselves.

What are the functions of advertisement?

**Задание№3.**

*Read the text and finish the sentence.*

Types of advertisement

With the development of mass media a lot of different types of advertisement have appeared. Depending on a purpose, advertisement can be political, commercial or social.

According to the place, it can be outdoor and indoor. Advertising on TV, radio and in newspapers is, without any doubt, something that everyone is familiar with.

Advertisement can be …

**Задание№4.**

*Fill in the gaps.*

Influences, placed an advert, run new ads, responded to an advert, scanned adverts.

1.She… in the local newspaper to sell her table.

2. More than 40 people… for the position of office manager.

3. Marry …in hope of finding work as a hairdresser.
4. Advertising… our society tremendously.
5.Companies… campaign when they launch a new product.

**Задание№5.**
*Choose the right answer.*

1.When iPhones 5s became popular, many stores ... and promoted them.
a.jumped over the bandwagon
b.responded to an advert
c.started

2. Each company tries to ... as many customers as possible.
a.invest
b.engage
c. promote

3. Print advertising includes ads in newspapers, magazines and ... .
a. cinema
b. trade journals
c. TV

4..... use celebrities' power, fame and popularity to promote specific products.
a. Internet ads
b.Sky-writing
c. Celebrity ads

**4 семестр - экзамен**

**Задания 1 типа.**
1. Образование и употребление сложного дополнения. Образование и употребление Imperative Verbs.
2. Причастия, деепричастия, отглагольные прилагательные.
3. Неопределенные местоимения.
4. Страдательный залог.
5. Образование и употребление Past Perfect Continuous.
6. Косвенная речь.
7. Образование и употребление Present Perfect.
8. Придаточные предложения времени и условия.
9. Образование и употребление Future Simple.
10. Модальные глаголы.
11. Образование и употребление Past Continuous.
12. Образование и употребление Past Simple.
13. Образование и употребление Present Continuous.
14. Образование и употребление Present Simple.

15. Имя существительное. Образование множественного числа имен существительных.
16. Косвенная речь.
17. Местоимения.
18. Причастия, деепричастия, отглагольные прилагательные.
19. Образование и употребление Present Perfect Continuous.
20. Modal verbs.
21. Фразовые глаголы, употребление с ними местоимений.
22. Сложное дополнение.
23. Образование и употребление Past Perfect.
24. Согласование времен.
25. Употребления модального глагола Can.

**Задания 2 типа.**

*Подготовьте сообщение на тему:*

1. Transfer. Testimonials
2. Definition and Concept of Advertising Strategies
3. How to Develop Advertising Strategies
4. Strategies of Persuasion in Advertising
5. At the conference
6. Print and Marketing
7. Advertising
8. Broadcast Advertising
9. Covert Advertising
10. Public Service Advertising
11. Online advertisement. Pros and cons..
12. Making arrangements.
13. My favorite commercial
14. Interesting facts about Advertising
15. Online Advertising
16. My favorite ad campaign.
17. The world famous advertising agencies.
18. Talking about advertisement industry.
19. Tv advertisment.
20. Newspaper advertisment.
21. Getting around.
22. History of advertising
23. Types of advertisement.
24. World media.
25. Interviews

**Задания 3 типа**

**Задание №1.** *Read and translate the text.*

Everything we eat, wear or use is often dictated to us through commercial advertising. One of the most powerful forms of advertising is television. It

provides an excellent chance for companies to promote and sell their products. It is an easy and effective way to let people from all over the world know about certain brands and attract their interest. To my mind television is able to sell different goods like no other mass medium can.

Some people find TV commercials rather annoying. Advertisers use the concept of repetition in order to promote goods, services, ideas and to awake the desire of purchasing. Besides, people usually get nervous when their favourite film or programme is constantly interrupted by endless ads.

To spend a day without television is almost impossible for a child or teenager living in the 21st century. A number of hours a modern child spends in front of TV is enormous. Adults also depend greatly on TV news, weather reports, sports or entertaining programmes. Advertisers choose the particular time of the day and specific programmes to gain attention of their target audience. For instance, a cartoon show will break for commercials advertising toys, cereals or chocolate for children. Or a soap opera will target women with ads of make-up products or household cleaners. Luckily alcohol and tobacco advertising is banned on TV in our country.

**Задание №2.** *Read the text and answer the question.*

Candis is probably the most popular women's magazine you don't know. It does not appear in any newsagent's and is not advertised on television, yet it sells more then Elle, Vogue, Company and Grazia.

The women's magazines market is strongly competitive. Monthlies. such as Candis, have been under particular pressure recently as women's weeklies have increased.

Yet Candis is the UK's eighth- biggest selling women's monthly, is The magazine is different from almost every other women's title because you can only buy it on subscription, and it is still 100-per- cent owned by the family that started it. It supports charities, giving 10 per cent of subscription revenue to healthcare and community projects. Up to now, it has given more than £50m.

'We did a lot of research to see why members buy the magazine,' says the Marketing Director. 'They like to spend time sitting down reading a magazine that they know is helping someone at the same time.'

Do you think this is a good way to sell a product? Why (not)?

**Задание №3.** *Read the text and finish the sentence.*

July rain brings online shopping increase

The very wet July weather caused an increase in Internet shopping, with online retailers reporting an 80-per-cent increase in July compared with last year. Shoppers spent more than £4.2bn on online shopping, a record monthly figure.Generally, Internet shopping is growing about 36 per cent a year. Several things contributed to July's very strong growth, including the very wet weather. Because people could not travel, they shopped online. Retailers are also trying to make their websites more attractive and easier to use, which helps more people to shop online.

The reason why Internet shopping increases is..

**Задание №4.**

*Read the text and answer the question.*

Dixons, the electronics retailer, for example, has become an Internet-only seller, and has seen sales growth of 182 per cent in its first year. Marks and Spencer, the clothing and homeware retailer, improved its website in March and is aiming to double online sales from £125m to £250m a year. M&S is encouraging online sales by offering certain items only online. Littlewoods now only sells online and has changed all seven of its websites, making them easier to use. The sites now include things such as videos of fashion shows to keep online shoppers interested.

How important is it that a website is easy to use?

**Задание №5.**

Find examples of online advertising and say why you think they are successful or not.

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Русский язык и культура речи»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

## Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ ..... 3

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ..... 5

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ..... 6

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 7

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 8

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 16

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ..... 17

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Русский язык и культура речи» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 N 512.

Дисциплина «Русский язык и культура речи» посвящена изучению базовых понятий и представлений в области русского языка и культуры делового общения. Дисциплина обобщает и систематизирует знания студентов об устройстве и функционировании языка в различных сферах общественной деятельности, в том числе и в сфере деловых отношений; формирует общую систему теоретических представлений о нормах русского литературного языка; знакомит студентов со спецификой делового общения, основными функциями и средствами делового общения, помогает овладеть жанрами письменной деловой речи, а также развивает ряд практических умений и навыков, позволяющих студентам беспрепятственно включаться в процесс делового общения и устанавливать эффективные отношения с собеседником.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 1 семестре.

**Цель и задачи дисциплины**

***Цель изучения дисциплины*** – формирование у обучающихся необходимых компетенций для успешного освоения образовательной программы.

***Задачи изучения дисциплины***:

- раскрытие сущности и содержания основных категорий и понятий *культуры речи*;
- развитие у студентов умения оптимально использовать средства русского языка в устном и письменном общении,
- обобщение, систематизация и углубление знаний о нормах русского литературного языка;
- уяснение особенностей функционирования в речи тех или иных языковых средств в зависимости от целей и условий общения, а также в зависимости от формы речи (устная / письменная);
- формирование умения осуществлять выбор языковых средств в зависимости от целей и условий общения, а также в зависимости от формы речи (устная / письменная)
- изучение особенностей построения текстов документов;

- развитие умения выбирать языковые средства, отвечающие жанру и форме документа, и создавать на базе выбранных языковых средств текст документа;
- формирование умения использовать знания техники аргументации в ходе деловой беседы, диспутов, дискуссий.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компе-тенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **выпускник должен знать** | **выпускник должен уметь** | **выпускник должен иметь практический опыт** | |
| Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | **УК-4** | **УК-4.1** Демонстрирует знание основных норм, функциональных стилей, аспектов взаимодействия в деловой среде на языке коммуникации | основные нормы русского литературного языка: орфоэпические, акцентологические, грамматические, лексические; основные функциональные разновидности русского литературного языка; слагаемые культуры деловой речи, которые оказывают наилучшее воздействие на адресата (точность, логичность, уместность, чистота, выразительность, богатство) | правильно произносить акцентологически трудные слова; употреблять слова в речи в соответствии с их значением, правильно образовывать формы слов, строить предложения и словосочетания в соответствии с синтаксическими нормами; осуществлять выбор языковых средств в зависимости от стилевой принадлежности текста | анализа и редактирования текстов различных функциональных стилей русского литературного языка с точки зрения нормативного построения, а также уместности и эффективности использования тех или иных языковых средств | Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа |
| | | **УК-4.2.** Умеет правильно, непротиворечиво и аргументированно строить устную и письменную речь | технику аргументации, используемую в ходе деловой беседы, диспутов, дискуссий; последовательность подготовки и проведения основных форм делового общения; этикетные формулы в устной и письменной коммуникации | выбирать языковые средства русского литературного языка в зависимости от условий и целей общения, а также в зависимости от формы речи (устная/письменная) | создания устных и письменных текстов, построенных в соответствии с коммуникативными задачами и сферой общения, в том числе деловой | |

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| ***Очная форма*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1. Культура речи и ее слагаемые* | 2 | 2 | | | | | | | | 5 | Участие в семинаре в диалоговом режиме/5 |
| *Тема 2. Правильность речи: нормативный аспект. Основные приемы овладения грамотной речью.* | 4 | | 2 | | | | 2 | | | 5 | Участие в тренинге №1 /10<br>Участие в тренинге№2/10<br>Тест/10 |
| *Тема 3. Качества культурной речи: точность, логичность, уместность, богатство.* | 2 | | | | | | 2 | | | 5 | Участие в тренинге/10 |
| *Тема 4. Стили речи.* | 4 | | | | | | 2 | | | 5 | Участие в тренинге/10<br>Эссе/10 |
| *Тема 5. Документ. Нормы письменной деловой речи.* | 2 | | | | | | 2 | | | 5 | Участие в тренинге/10 |
| *Тема 6. Коммуникативный аспект делового общения* | 2 | | | | | | | 2 | | 5 | Участие в дидактической игре/10 |
| *Тема 7. Основы риторики.* | 3 | | | 3 | | | 2 | | | 4 | Отчет по ситуационному практикуму/5<br>Участие в тренинге/10 |
| **Всего:** | **19** | **2** | **2** | **3** | | | **10** | **2** | | **34** | **100** |
| **Контроль, час** | **-** | | | | | | | | | | **Зачет** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **72** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **2** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Культура речи и ее слагаемые***

Определение понятия «культура речи». Нормативный, коммуникативный и этический аспекты культуры речи. Формы русского национального языка. Литературный язык, жаргон, просторечие: сферы использования и отличительные черты. Современный русский язык начала XXI века: основные тенденции развития и трансформации

***Тема 2. Правильность речи: нормативный аспект. Основные приемы овладения грамотной речью.***

Основные направления совершенствования навыков грамотного письма и говорения. Нормы произношения и ударения. Грамматические нормы русского языка. Речевые ошибки и способы их устранения. Лексические нормы. Термины как основа специального языка. Значение иноязычных слов, часто употребляемых в области политики, экономики, культуры. Особенности образования и употребления отдельных частей речи: анализ наиболее распространенных ошибок. Синтаксические нормы. Основные нарушения синтаксических норм.

***Тема 3. Качества культурной речи: точность, логичность, уместность, богатство.***

Характеристика основных качеств культурной речи. Типичные недостатки в построении текстов: чрезмерная сложность для восприятия, двусмысленность (нарушения логики: предложения не понятны или требуют дополнительных усилий для однозначного понимания). Необходимость учёта фактора адресата в речи. Причины возникновения и способы устранения неоднозначности в тексте. Логические ошибки как результат неправильного словоупотребления. Речевая избыточность и речевая недостаточность. Причины коммуникативных неудач.

***Тема 4. Стили речи.***

Функциональные стили русского литературного языка. Основные жанры, черты, сфера функционирования официально-делового стиля. Подстили официально-делового стиля.

Сфера, функции, лексика, основные черты и жанры научного стиля. Аннотация, реферат, конспект, тезисы. Требования к стилю и оформлению научно-учебных работ (реферат, курсовая, дипломная работа).

Публицистический стиль как средство воздействия на аудиторию: черты, жанры, сфера использования. Специфика стиля рекламы. Жанры публицистического стиля: статья, эссе, интервью, обзор.

Художественный стиль речи и его особенности.

***Тема 5. Документ. Нормы письменной деловой речи.***

Документ как способ реализации письменной деловой речи. Приемы унификации языка служебных документов. Правила оформления документов. Речевой этикет в документе. Виды документов (заявление, резюме, служебная записка, договор и др.) Общие требования, предъявляемые к письменной деловой речи: достоверность; актуальность; аргументированность; полнота информации; лаконизм (краткость) изложения. Типичные ошибки в текстах деловых писем.

***Тема 6. Коммуникативный аспект делового общения.***

Специфика делового взаимодействия. Деловая беседа как основной жанр устной деловой речи. Проведение деловой беседы. Факторы создания положительной атмосферы во время деловой беседы. Правила убеждения, используемые в ходе деловой беседы. Барьеры в общении: барьеры взаимодействия, барьеры восприятия и понимания, коммуникативные барьеры.

Совещание. Структура совещания и порядок его проведения. Требования, предъявляемые к выступлению на совещании. Свертывание и развертывание информации при словесной передаче (резюмирование, тезирование).

Понятие деловой презентации. Правила использования иллюстративных материалов на презентации. Подготовка текста презентационной речи.

***Тема 7. Основы риторики.***

Понятие риторики. Риторический канон. Этапы работы над публичным выступлением. Композиция речи. Ораторский стиль. Культура взаимодействия оратора и аудитории. Структура аргументации: тезис, аргументы и демонстрация. Требования к тезису, аргументам и демонстрации. Некорректная аргументация. Прямая и косвенная аргументация. Основные правила ведения дискуссии. Правила убеждения оппонента. Полемические приёмы и уловки. Совершенствование навыков устной речи.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекции, семинары, ситуационные практикумы, практикумы по решению задач, дидактические игры, тренинги, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

***Методические указания для обучающихся по участию в лекции***

Лекция – систематическое, последовательное изложение

преподавателем учебного материала. Для лучшего усвоения учебного материала на лекции преподаватель сопровождает свой рассказ слайдами презентации, на которые вынесены основные термины, классификации и наглядная информация (рисунки, схемы, фото) и т.д. Основная цель лекций - формирование ориентировочной основы для последующего усвоения учебного материала курса. Изучение дисциплины начинается с вводной лекции, в которой преподаватель знакомит студентов с целью и назначением курса, его ролью и местом в системе учебных дисциплин. Далее дается общий обзор курса, определяется его значение для будущей практической работы студентов.

Самостоятельная работа студента на лекции заключается в осмыслении новой информации и краткой рациональной ее записи. В процессе лекций рекомендуется записывать основные понятия и формулировки, научные выводы, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету. В ходе лекционных занятий следует не только слушать излагаемый материал, но очень важно участвовать в анализе примеров, предлагаемых преподавателем, в рассмотрении и решении проблемных вопросов, выносимых на обсуждение. В течение лекционного занятия стоит задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

В конце лекции преподаватель указывает, какие конкретно вопросы лекции будут рассматриваться на практических занятиях, как лучше студентам подготовиться к данным занятиям.

***Методические указания для обучающихся по участию в проведении семинара***

Главная цель семинарского занятия – расширение знаний по наиболее сложным теоретическим и терминологическим вопросам изучаемой темы, которые не получили дополнительного освещения. Семинар предназначен для углубленного изучения предмета, овладение методологией, применительно к особенностям изучаемой дисциплины. Цели семинара: углубление, систематизация и закрепление знаний по дисциплине; проверка знаний; привитие умений и навыков самостоятельной работы с литературой; формирование умения аргументировано отстаивать свою точку зрения, отвечать на вопросы преподавателя; умение слушать других, задавать вопросы. В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это

позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов других студентов.

Не допускается распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

***Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач***

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

***Методические указания для обучающихся по участию в проведении дидактической игры***

Дидактическая игра – совместная деятельность обучаемых, направленная на нахождение путей оптимального решения поставленной задачи в соответствии с выбранной или назначенной ролью с целью выработки коммуникативных навыков, развития мышления, умения применять полученные теоретические знания на практике, быстроты оценки ситуации и принятия решения. Дидактическая игра позволяет вовлекать участников в моделирование процессов будущей профессиональной деятельности, развивает помимо профессиональных навыков, аналитические, рефлексивные способности, умение организовать собственную деятельность и деятельность группы.

Прежде чем приступать к участию в дидактической игре, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;

- получить от преподавателя информацию о целях и практических задачах игры, о порядке проведения дидактической игры, критериях оценки действий участников игры;

- получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы, описание игровой ситуации и конкретную роль в дидактической игре с разъяснением функций и порядка действий по сценарию;

По итогам проведения дидактической игры, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю.

***Методические указания для обучающихся по участию в проведении ситуационного практикума***

Ситуационный практикум (кейс) является одной из форм интерактивного практического занятия, целью которого является приобретение обучающимся умений командной работы навыков выработки решений в профессиональной области, развитие коммуникативных и творческих способностей в процессе выявления особенностей будущей профессиональной деятельности на основе анализа обучаемыми заданий, сформированных на основе практических ситуаций.

Прежде чем приступать к участию в ситуационном практикуме, обучающемуся необходимо:

- заранее, в процессе самостоятельной работы ознакомиться со сценарием практикума и необходимой литературой, рекомендованной программой курса;

- получить от преподавателя информацию о содержании кейса, информирует о форме предоставления результатов, сроках выполнения кейса и критериях оценки действий участников;

При выполнении задания необходимо:

- получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы и принять участие в делении учебной группы на мини-группы и в выборах лидера мини-группы;

- участвовать в формировании отчета по выполнению кейса в своей мини-группе;

- участвовать в обсуждении отчетов мини-групп.

По итогам проведения ситуационного практикума, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю.

***Методические указания для обучающихся по участию в проведении тренинга.***

Тренинг – это форма интерактивного практического занятия, цель которого – сформировать у обучающихся поведенческие паттерны (устойчивые модели поведения, которые человек предпочитает использовать при взаимодействии с другими людьми, доведенные до автоматизма) для

дальнейшей успешной работы в профессиональной сфере.

Прежде чем приступать к участию в тренинге, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о целях и задачах тренинга, о порядке проведения тренинга, критериях оценки результатов тренинга;
- получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы;

В ходе проведения тренинга обучающийся должен активно участвовать в работе группы на всех этапах тренинга.

По итогам проведения тренинга обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю и получают от него обратную связь по результатам своей работы.

***Методические указания для обучающихся по подготовке к тесту***

Тест – особая форма проверки знаний. Проводится после освоения одной или нескольких тем и свидетельствует о качестве понимания основных понятий изучаемого материала. Тестовые задания составлены к ключевым понятиям, основным разделам, важным терминологическим категориям изучаемой дисциплины.

Для подготовки к тесту необходимо знать терминологический аппарат дисциплины, понимать смысл научных категорий и уметь их использовать в профессиональной лексике.

Владение понятийным аппаратом, включённым в тестовые задания, позволяет преподавателю быстро проверить уровень понимания студентами важных методологических категорий.

***Методические указания для обучающихся для участия в семинаре в диалоговом режиме***

*Семинарское занятие в диалоговом режиме структурировано следующим образом:*

Вступление преподавателя должно содержать:

- название, сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- живую интересную форму изложения;
- акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой он должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое

обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

Обсуждение (диалого) целенаправленного конкретного вопроса, сопровождающееся, обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами.

Задача - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Обсуждение может быть свободным и управляемым.

К технике управляемого обсуждения относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по курсу «Русский язык и культура речи» определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающийся взаимодействует с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

***Методические указания для обучающихся по написанию эссе***

Эссе — это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем. Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

Эссе должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы.

При работе над введением могут помочь ответы на следующие вопросы: «Надо ли давать определения терминам, прозвучавшим в теме эссе?», «Почему тема, которую я раскрываю, является важной в настоящий момент?», «Какие понятия будут вовлечены в мои рассуждения по теме?», «Могу ли я разделить тему на несколько более мелких подтем?».

Основная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. В этом заключается основное содержание эссе и это представляет собой главную трудность.

Хорошо проверенный способ построения любого эссе — использование подзаголовков для обозначения ключевых моментов аргументированного изложения: это помогает посмотреть на то, что предполагается.

Заключение - обобщения и аргументированные выводы по теме.

*Требования к оформлению эссе*

Эссе представляется в электронном виде в формате PDF. Эссе обязательно имеет титульный лист, на котором указывается полное наименование образовательного учреждения, наименование работы, наименование дисциплины, Ф.И.О. обучающегося, группа и Ф.И.О. преподавателя.

Объем эссе – не менее 350 слов.

Эссе – самостоятельная работа обучающегося, поэтому она проверяется на уникальность, которая должна составлять не менее 80%.

### *Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины*

| **Наименование темы** | **Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение** | **Формы самост. работы** | **Форма текущего контроля** |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Культура речи и ее слагаемые* | Формы русского национального языка. Литературный язык, жаргон, просторечие: сферы использования и отличительные черты. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка к семинару в диалоговом режиме | Участие в семинаре в диалоговом режиме |
| *Тема 2. Правильность речи: нормативный аспект. Основные приемы овладения* | Речевые ошибки и способы их устранения. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet | Участие в тренинге<br>Выполнение теста |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самост. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| *грамотной речью.* | | Подготовка к тесту, тренингу | |
| *Тема 3. Качества культурной речи: точность, логичность, уместность, богатство.* | Характеристика основных качеств культурной речи. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к тренингу | Участие в тренинге |
| *Тема 4. Стили речи.* | Публицистический стиль как средство воздействия на аудиторию: черты, жанры, сфера использования. Специфика стиля рекламы. Жанры публицистического стиля: статья, эссе, интервью, обзор. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к тренингу, написание эссе. | Участие в тренинге эссе |
| *Тема 5. Документ. Нормы письменной деловой речи.* | Виды документов (заявление, резюме, служебная записка, договор и др.) | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к тренингу. | Участие в тренинге |
| *Тема 6. Коммуникативный аспект делового общения* | Совещание. Структура совещания и порядок его проведения. Требования, предъявляемые к выступлению на совещании. Свертывание и развертывание информации при словесной передаче (резюмирование, тезирование). Понятие деловой презентации. Правила использования иллюстративных материалов на презентации. Подготовка текста презентационной речи | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка к дидактической игре | Участие в дидактической игре |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самост. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| *Тема 7. Основы риторики.* | Основные правила ведения дискуссии. Правила убеждения оппонента. Полемические приёмы и уловки. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка к ситуационному практикуму, к участию в тренинге | Участие в тренинге Участие в ситуационном практикуме |

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1. Кузнецов, И.Н. Бизнес-риторика / И.Н. Кузнецов. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 407 с. : ил. – https://www.iprbookshop.ru

2. Штрекер Н.Ю. Русский язык и культура речи: учебное пособие для студентов вузов. / Н.Ю. Штрекер. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 351 с. ил., схем. https://www.iprbookshop.ru

3.Трофимова, Г. К. Русский язык и культура речи / Г. К. Трофимова. – 8-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2017. – 161 с. – https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература:***

1. Невежина М.В. Русский язык и культура речи: учебное пособие для студентов вузов / М.В. Невежина, Е.В. Шарохина, Е.Б. Михайлова, Е.А. Бойко, Е.Н. Бегаева. — М.: Юнити-Дана, 2015. – 351 с. – https://www.iprbookshop.ru

2. Попова, Т.В. Культура научной и деловой речи: учебное пособие / Т.В. Попова, Т.В. Лысова. – 2-е изд., стер. – Москва : Флинта, 2016. – 157 с. – https://www.iprbookshop.ru

3. Трофимова О.В., Купчик Е.В. Основы делового письма. / О.В. Трофимова, Е.В. Купчик ; Тюменский государственный университет. – 4-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2019. – 305 с. – https://www.iprbookshop.ru

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № | Наименование ресурса | Ссылка |
|---|---|---|
| 1. | Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ – русский язык для всех. | http://www.gramota.ru/ |
| 2. | Культура письменной речи. Русский язык и литература | http://gramma.ru/ |

| № | Наименование ресурса | Ссылка |
|---|---|---|
| 3. | СЛОВАРИ.РУ – электронная библиотека словарей русского языка: толковые, иностранных слов, орфографический, семантический. | www.slovari.ru |
| 4. | Национальный корпус русского языка; обладает сервисом анализа частотности слова / выражения, в том числе по годам. | http://www.ruscorpora.ru/new/ |

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

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)
- Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

| № п/п | Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Участие в тренинге | 9-10 – студент выполнил все задания тренинга, не допустив ошибок или допустив 1 ошибку, ответил полно и аргументировано на все вопросы преподавателя;<br>7-8 - студент выполнил все задания тренинга, допустив 2-3 ошибки, недостаточно полно аргументировал излагаемую позицию;<br>4-6 –. студент выполнил все задания тренинга, допустив 4-5 ошибок, не смог корректно и полно ответить на вопросы преподавателя;<br>1-3 – студент выполнил не менее половины заданий тренинга, допустив более 5 ошибок, не смог ответить на вопросы преподавателя;<br>0 – студент не участвовал в тренинге. |
| 2. | Эссе | 8-10 – тема раскрыта в полном объеме в соответствии с требованиями к стилю, структуре, эссе представляет собой самостоятельное изложение мыслей без заимствований, выводы логичны и обоснованы, не более 1-2 речевых ошибок; |

| № п/п | Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| | | 5-7 – тема раскрыта в полном объеме в соответствии с требованиями к стилю, эссе представляет собой самостоятельное изложение мыслей без заимствований, выводы недостаточно обоснованы, не более 3-4 речевых ошибок;<br>3-5 – тема раскрыта не в полном объеме, не вполне соответствует требованиям к стилю, эссе представляет собой самостоятельное изложение мыслей без заимствований, неполнота аргументации собственной точки зрения, не более 5 речевых ошибок;<br>1-2 – тема раскрыта только частично, более 6 речевых и логических ошибок;<br>0 – эссе не написано, либо содержит заимствования, написано не самостоятельно. |
| 3. | Тест | 10 – 0-1 ошибка;<br>9 – 1 ошибка;<br>8 – 2 ошибки;<br>7 – 3 ошибки;<br>6 – 4 ошибки;<br>5 – 5 ошибок;<br>4 – 6 ошибок;<br>3 – 7 ошибок;<br>2 -1 – 8 ошибок;<br>0 – более 8 ошибок. |
| 4 | Семинар в диалоговом режиме | 5 - обучающийся изучил необходимую литературу и исчерпывающе ответил на вопросы к семинару, активно участвовал в дискуссии и обсуждении проблем изучаемой темы;<br>4- обучающийся изучил необходимую литературу и ответил на большую часть вопросов к семинару, активно участвовал в дискуссии и обсуждении проблем изучаемой темы;<br>3 – обучающийся изучил часть необходимой литературы, ответил на 50-60% вопросов по семинару, участвовал в дискуссии;<br>2 – обучающийся ответил на 30-40% вопросов к семинару, участвовал в дискуссии, но выводы недостаточно обоснованы;<br>1 - обучающийся ответил только на 10-20 % вопросов к семинару, не участвовал в обсуждении всех вопросов. |
| 5. | Дидактическая игра | 10-9 – активное участие в процессе игры в соответствии с заранее определенной ролью, проявленный при этом творческий подход, логика и аргументированность в решении поставленной задачи, а также применение знаний культуры речи;<br>8-7 - активное участие в процессе игры в соответствии с заранее определенной ролью, проявленные при этом знание правил культуры речи, логика и аргументированность в решении поставленной задачи;<br>6-5 –участие в процессе игры в соответствии с заранее определенной ролью, проявленный при этом творческий подход, но недостаточно логично и аргументировано |

| № п/п | Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| | | решена поставленная задача, наличие 1-2 ошибок, связанных с нарушениями норм культуры речи;<br>4-3 – участие в процессе игры в соответствии с заранее определенной ролью, но недостаточно логично и аргументировано решена поставленная задача, наличие 3-4 ошибок, связанные с нарушениями норм культуры речи;<br>1-2 - участие в процессе игры в соответствии заранее определенной роли, но недостаточно логично и аргументировано решена поставленная задача, допущено 5-6 нарушений норм культуры речи. |
| 6. | Ситуационный практикум | 5- участник практикума подготовил аргументированное выступление, продемонстрировав усвоение знаний и умений, в выступлении не более 1 речевой ошибки;<br>4 – участник практикума в целом подготовил аргументированное выступление, хотя допустил некоторые логические неточности, 1-2 речевые ошибки;<br>3 – обучающийся принял участие в практикуме, однако совершил 3-4 речевые и/или логические ошибки в построении текста выступления;<br>2-1 – обучающийся принял участие в практикуме, однако выполнил задание менее, чем на 50 %, допустил 4-5 речевых и /или логических ошибок в построении текста выступления;<br>0– обучающийся не принимал участие в практикуме. |

## *Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости*

***<u>Примерные вопросы к семинару в диалоговом режиме тема 1. «Культура речи и её слагаемые»</u>***

1. Какое понятие шире по объёму: «национальный язык» или «литературный язык»? Дайте определения этим понятиям.

2. Каковы основные признаки литературного языка?

3. Перечислите нелитературные формы национального языка.

4. Что такое «территориальный диалект»? Есть ли различие между понятиями «территориальный диалект» и «говор»?

5. Дайте определения понятиям «профессиональные и социальные диалекты», приведите примеры диалектизмов из вашей профессиональной сферы.

6. Что такое «просторечие»? Приведите примеры

7. Что такое молодежный сленг? По представленным ниже образцам словарных статей составьте собственные толкования лексических значений слов молодёжного жаргона и придумайте с ними предложения. Также

перестройте это предложение, заменив сленг словами литературного языка. В каких ситуациях неуместно использование сленга?

·Образцы словарных статей:

ВОЯЖ (фр. Voyage) — путешествие, поездка. «*Погрузила экипаж, приготовилась в вояж». Молотов.*

ВПЕЧАТЛЯЮЩИЙ — производящий сильное впечатление, воздействие, влияние. *Впечатляющее зрелище.*

9. Расскажите об аспектах культуры речи.

***<u>Примерные задания к тренингам</u>***

***Тренинг по теме 2 «Правильность речи: нормативный аспект. Основные приемы овладения грамотной речью».***

(*Правильная постановка ударения в словах и их использование в речи в соответствии с лексическим значением, грамотное построение предложений и выбор верных грамматических форм слов)*

***Задание 1.*** Поставьте правильно ударения в словах и составьте с ними предложения. Студенты разделяются на группы, каждая из которых получает карточки со словами и задания. После подготовки группы озвучивают свои варианты.

*Оптовый, блага, диспансер, договор; мн. договоры, звонишь, звонят, избалованный, избаловать, избалую, искра, каталог, квартал, колледж, красивее, нормировать, осведомить, принят, принята, принято, свекла, создал, создала, создало, сосредоточение, средства, танцовщица, торты, тортов, уведомить, упрочение, феномен, ходатайствовать, щавель, щавеля, эксперт, прагматичный, валовой, валом валить, вероисповедание, ветеринария, включить, включишь, водопровод, средства, статуя, столяр, таможня, табу, танцовщица, единовременно, жизнеобеспечение, завидно, завсегдатай, закупорить, занял, заняла, заняли, запломбировать, запломбированный, исчерпать, инцидент, истекший год, каталог, квартал, километр, предприимчивый, обеспечение, облегчить, одновременный*.

***Задание 2.*** Каково значение иноязычных слов, употребляемых в области политики, экономики? В каких ситуациях их используют? В каких жанрах устной и письменной речи? Придумайте предложения с каждым из слов.

*Администрирование, конфисковать, диверсификация, тренд, аутсорсинг, альтернатива, франчайзинг, тренд, экстрадиция, концессия, аннулировать, антагонизм, апелляция, дискредитировать, аудит, эмигрант, баллотироваться, бартер, беспрецедентный, брифинг, брокер, вердикт, виртуальный, грант, дебитор, декларация, демпинг, депозит, депортация, дефолт, дивиденд, апелляция, диссидент, дистрибьютор, инвестиции, инновация, тайм-менеджмент, реноме, девальвация, корпорация, корректный, пролонгировать, аккредитовать, легализовать,*

*легитимный, конфиденциальный, маркетинг, масс-медиа, мониторинг, мораторий, секонд-хенд, ноу-хау, де-юре, олигархия, оферта, кворум, патент, периферия, прайс-лист, прецедент, санкция, стагнация, ходатайство, консалтинг, корпоративный, коммерция, холдинг, интерактивный, дистрибьютор, риэлтор, овердрафт, стартап, коррупция, национализация, приватизация.*

**Задание 3.**1. Склонение числительных. Прочитайте вслух данные предложения, поставив числительное в правильную форму. Необходимо это сделать быстро и без ошибок.

*1. К концу 1990-х гг. Procter&Gamble являлась владельцем уже около 300 известных брендов, а потребителями ее продукции являлись более 5 млрд человек в 140 странах мира.*

*2. Для того чтобы повысить свои шансы на слияние и укрепить собственные позиции, компания обратилась к холдингу с предложением о финансировании, предложив ему сумму в размере 700 млрд иен.*

*3. Местный стадион включает более 600 зрителей.*

*4. Он был владельцем 1200 акций этой компании.*

5. *Цена акции была понижена до 890 рублей*

**Задание 3.2** Студенты делятся на две команды. Каждая из них готовит карточки с числительным и падежом, в который нужно поставить это числительное. Затем студенты обмениваются карточками. Необходимо придумать предложение с данным числительным в указанном падеже.

Например: *900 Творительный падеж. Ответ: состоялась встреча с девятьюстами студентами.*

**Задание 4.** Раскройте скобки, поставьте слова в правильном падеже.

*1. Согласно (наша договоренность) товары должны прибыть в магазин не позднее следующего месяца.*

*2. Прошу оплатить командировочные расходы согласно (договор).*

*3. Соответственно (принятые обстоятельства) отправляем в Ваш адрес образцы нашей продукции.*

*4. Согласно (прилагаемый список) наградить работников завода денежной премией в размере 0,5 оклада.*

*5. Просим сообщить дополнительные сведения относительно (изменение в финансировании) нашего предприятия*

**Задание 5.** Исправьте ошибки в конструкциях, запишите правильный вариант.

*1. Директор подробно остановился о разных сторонах проблемы*

*2. Всем нужно объяснять о роли налогов.*

*3. Об этом администрация указала еще в прошлом году.*

*4. Неоднократно подчеркивалось о том, что прямолинейный подход к предмету обедняет результаты исследования.*

*5. Докладчик неоднократно отмечал о том, что производственные показатели снизились.*

*6. Создавая проект ландшафтного дизайна участка, архитектором не*

*были учтены климатические особенности местности.*

*7. Согласно прилагаемого списка наградить работников департамента N премией.*

*8. Оплата за оборудование осуществляется простым платежом.*

*9. Взыскать с коммерческого банка сумму, уплаченной при обращении в суд госпошлины.*

*10. Оратор отметил о том, что требуется много средств для выполнения намеченного плана.*

*11. Все приведённые факты говорят за то, что мирные переговоры завершатся успешно.*

***Тренинг по теме 3 «Качества культурной речи: точность, логичность, уместность, богатство.»***

***(****Анализ и создание текста с учётом качеств культурной речи: уместности, точности, логичности, богатства)*

**Задание 1** Изменяя эмоциональную окраску слов, вы сможете контролировать свои эмоции в деловом взаимодействии. Кроме того, вы поможете и вашему партнёру быть более стрессоустойчивым и эмоционально сдержанным. Научитесь заменять «разрушительные» слова на более «спокойные» выражения:

| **«Разрушительные слова»** | **Более спокойные выражения** |
|---|---|
| *Это абсурд* | |
| *Это чёрт знает что такое* | |
| *Это не так* | |
| *Я с вами не согласен* | |
| *Я не могу принять ваши условия* | |
| *Провал* | |
| *Ужасно* | |

**Задание 2.** Какие коммуникативные качества речи нарушены в приведённых ниже предложениях? В чём причина коммуникативных неудач?

1. За два дня я влюбился в машину с первого взгляда.
2. Этого пентюха ещё учить и учить...
3. Заглавную роль сыграет молоденькая актриса.
4. Уважаемый деканат, пропала зачётка, восстановите её.
5. От ихнего бюджета толку нет кроме вреда.
6. Авторы статьи строго обсудили террористов
7. Композиция европейских сказок имеет много общего со сказками восточными.

***Тренинг по теме 4. «Стили речи»***

*(Определение стилевой принадлежности текста, редактирование и*

*написание текстов различных стилей)*

**Задание 1.** Определите, к какому стилю относится текст, предложенный для анализа. Аргументируйте свой ответ, указав на характерные стилевые черты (сфера применения; основная функция; характерная лексика; предполагаемый жанр; основные черты).

1. А. Твардовский обладает удивительным, я бы сказал, завидным даром разговаривать со своим читателем. Поэтическая речь А. Твардовского течет очень свободно, очень естественно, без всякого нажима. Она лишена той внешней поэтической условности (или даже вычурности), которая у некоторых поэтов превращает стихи в нечто надуманное, ненастоящее, нарочитое, в нечто такое, чему плохо верится и что плохо воспринимается. В то же время речь А. Твардовского на редкость точна, красочна, глубока и поэтична в самом высоком смысле.

2. Дуб растет в довольно разнообразных почвенных условиях. Рост дуба продолжается очень долго, лет 150 – 200 и больше. За это время дуб развивает очень мощную крону.Дуб обладает большой побего-производительной (порослевой) способностью.

3. . На краю дороги стоял дуб … Это был огромный в два обхвата дуб с обломанными давно, видно, суками и с обломанной кроной, заросшею старыми болячками. С огромными своими неуклюжими несимметричными растопыренными корявыми руками и пальцами, он старым, сердитым уродом стоял между улыбающимися березами.

4. Когда я вошел в новую пустую квартиру, единственный, кто встретил меня, был старый заснеженный тополь за окном, он остался от деревенской усадьбы, которая была на этом месте, и теперь, заглядывая во второй этаж, будто сказал мне: "Здравствуй", и от белых прекрасных ветвей его в комнату лился свет, чистый, непорочный, неподкупный.

Он был со мною всю зиму. В ту долгую, грозную для меня зиму болезни он один никогда и никуда не торопился. Я всегда его видел в окне, и своей холодной и неизменной снежной белизной он успокаивал меня.

5. Теория текста сложилась как научная дисциплина во второй половине XX в. на пересечении ряда наук – информатики, психологии, лингвистики, риторики, прагматики, семиотики, герменевтики, книговедения, социологии.

Исследователей текста (например, П. Хартманна, С. Якобсона, В. Звегинцева, М. Гвенцадзе, О. Каменскую и др.) интересует прежде всего типология текстов и потому в качестве первоочередной ставится задача разработки самих принципов классификации текстов.

Придавая большое значение типологии текста (как теоретическое, так и практическое), ученые признают, что достаточно полная и единая классификация текстов, которая отвечала бы всем требованиям, еще не создана.

6. Настоящий Федеральный закон регулирует общественные отношения, связанные со статусом русского языка как государственного языка Российской Федерации и его официальным использованием.

Закон имеет целью:

- усилить консолидирующую роль русского языка как государственного языка Российской Федерации в политической, социально-экономической и культурной сферах как способствующего сохранению единства и цельности многонационального Российского государства;

- обеспечить использование русского языка как средства межнационального общения народов России.

7. Если за 10 дней до окончания действия договора ни одна из сторон письменно не заявит о своем намерении расторгнуть договор, то договор считается продленным на тот же срок и тех же условиях. По истечении срока действия договора обязательства сторон по настоящему договору прекращаются. Если по заявлению Клиента не будет заключен новый договор банковского счета, счета Клиента, открытые в соответствии с пунктом 2.1 настоящего договора, закрываются.

8. В ответ на Ваш запрос о дивидендах по акциям предприятия «Форум» и по акциям инвестиционного фонда сообщаем следующее. В 2019 году значительные инвестиции (более 300 млн. руб.) были направлены на модернизацию предприятия, на приобретение нового оборудования и технологий «ноу-хау». В связи с этим в 2020 году выплата дивидендов акционерам будет временно приостановлена, так как вся прибыль предприятия «Форум» пойдет на развитие производства

**Задание 2.** Восстановите логическую последовательность фрагмента научной статьи Баженова Ю.К., Веснина В.Р. «Предпринимательство: попытка осмысления с современных позиций» Какие особенности научного стиля Вы можете выделить? Каковы ключевые слова (3-4) в этом фрагменте?

(1) Ещё в римском праве предпринимательство рассматривалось как занятие, дело, деятельность, а под предпринимателем подразумевался человек, ведущий общественное строительство.

(2) Если обобщить современные высказывания множества авторов о предпринимательстве, то его определение сводится как инициативная деятельность, направленная на организацию ресурсов с целью получения прибыли от производства и/или продажи товаров, оказания услуг, связанная с риском их потери и имеющая целью извлечение выгоды для лица, ее осуществляющего.

(3) Развитие предпринимательства является одной из наиболее обсуждаемых проблем нашего времени.

(4) Первым российским автором, исследовавшим предпринимательство, называют И.Т. Посошкова, подготовившего в 1724 г. свой знаменитый труд – «Книгу о скудости и богатстве», который был издан лишь в 1840 году.

**Задание 3.** Придайте предложениям разговорного стиля литературную форму.

1. Мне от головы. 2. За 300 рублей «Докторскую». 3. С собакой за Вами? 4. Сейчас модно без рукавов. 5. Через верёвочку прыгает / моя внучка. 6.

Напротив живёт /ушёл на пенсию. 7. Дома забыл чем писать. 8. Ты взял на чём загорать? 9. Возьми чем укрыться. 10. Завтра праздничную надену.11. Зимнее надо брату покупать. 12. Скоро выпускной / потом вступительные / ужас! 13. У мальчика температура. 14. Без слуха в училище не примут. 15. Он и второй завалил. 16. Мы заняли на машину.

***Тренинг по теме 5 «Документ. Нормы письменной деловой речи»***

*(Создание и редактирование документов)*

**Задание 1.** Найдите и исправьте ошибки в оформлении заявления.

Заявление

от студента Николаева А.И.
в деканат
юридического факультета СГУ
декану Кузнецову М.Л.

Можно уйти с занятий 23 апреля, так как мне надо срочно идти к врачу. Мне дали направление на обследование. Надеюсь, Вы согласитесь. Сергеев Андрей Викторович, студент 1 курса юридического факультета.

22.04.2020

**Задание 2.** Составьте самостоятельно заявление (о приеме на работу/ о предоставлении отпуска/ другой вариант)

**Задание 3.** Составьте предложения в официально-деловом стиле, используя стереотипные формулы:

Принимая во внимание

Довожу до Вашего сведения

Контроль возлагается

На основании изложенного

**Задание 4.** Исправьте предложения, постройте их в соответствии с нормами официально-делового стиля

1. Я опоздал на пару по русскому из-за пробок на дорогах.
2. Пусть пока до начала сентября 2020 года исполняет обязанности заместителя директора Петров И.А
3. Улик не нашлось, поэтому суд не стал рассматривать уголовное дело.
4. Не могу прийти на занятия 12 мая, мне надо участвовать в соревновании в другом городе.
5. Приказ №12

Студенты хорошо выступили на нашей научной конференции. Некоторые лучше всех, наградим их дипломами за лучший доклад, а остальным раздадим сертификаты участников.

***Тренинг по теме 7. «Основы риторики»***

*«Проведение дебатов»*

Студенты не знают тему дебатов заранее, преподаватель сообщает ее на

занятии. У студентов есть 15 минут на подготовку, 15 минут длится выступление каждой группы в первом раунде. Студенты разделяются на 3 мини-группы: одна из которых – слушатели, которых нужно в чём-либо убедить, а две остальные группы разрабатывают речь, используя приёмы аргументации. После первого раунда студенты ролями.

***Примерное задание к дидактической игре по теме 6 «Коммуникативный аспект делового общения»***

*«Наем сотрудников»*

Студенты моделируют определенную ситуацию делового общения, распределяют роли. Цель – выработать коммуникативные навыки участников (резюме, саморекомендации), навыки монологической и диалогической речи. Участники: директор, начальник отдела кадров (менеджер по персоналу), начальник отдела, в который нанимается сотрудник, а также кандидаты (2-3 человека). Кандидаты заранее предоставляют резюме, а в ходе игры проводятся беседы с каждым из них. Задача кандидатов – занять вакансию, следовательно, они должны хорошо показать себя на собеседовании. Задача работодателей – выбрать лучшего кандидата. После собеседования руководство проводит обсуждение кандидатов, их резюме, аргументируют свой выбор (в присутствии всей группы). Далее группа обсуждает поведение каждого участника игры.

***Типовое задание к ситуационному практикуму по теме 6 «Основы риторики»***

*«Публичное выступление»*

Выберите один из афоризмов в качестве темы для выступления. Смысл афоризма должен быть вам понятен, а рассматриваемая в нем проблема – близка и интересна. Подготовьте пятиминутное выступление на практическом занятии, построив свою речь в соответствии с риторическим каноном, постарайтесь убедить аудиторию в справедливости (несправедливости) выбранного вами афористического утверждения. Слушатели оценивают выступление, аргументацию оратора, убедительность и логичность речи.

***Примерные темы эссе***

1. Моя будущая профессия
2. Что значит найти себя?
3. Современные писатели. О чем они хотят рассказать читателю?
4. Интернет – альтернатива реальности?
5. Должны ли быть границы «свободы слова»?
6. «Свобода одного человека заканчивается там, где начинается свобода другого» (М. Бакунин)
7. Как должна выглядеть школа (университет) будущего?

8. Какую роль играет высшее образование в современном обществе?
9. «Человек создан для счастья как птица для полета!»(В.Г. Короленко)
10. Литература и политика: вопросы взаимовлияния.
11. Неизбежны ли социальные конфликты в современном обществе?
12. Что несет прогресс человечеству?
13. Образы будущего в литературе и кинематографе.
14. Проблемы общества потребления.
15. Индивидуализм или коллективное мышление?

***Примерный тест***

1. Согласно нормам литературного языка, принятым в условиях официального общения, ударение падает на второй слог в слове «…»

а) со-бра-ла
б) пре-ми-ро-вать
в) (ты) вклю-чишь
г) о-бле-гчить

2. Лексические нормы русского литературного языка в употреблении фразеологизмов нарушены в предложении…

а) Ваше дело гроша ломаного не стоит.
б) Наш герой сварил эту кашу, а расхлёбывать будут другие.
в) Я здесь не ко двору.
г) Телеграф открыт круглые сутки.

3. Найдите в предложениях нарушения лексических норм русского литературного языка. Постройте и запишите предложения согласно нормам русского литературного языка.

1. Вы имеете ко всему этому непосредственное значение.
2. Рисунки получились немного неудачливые.
3. Внутренний интерьер комнаты располагает к отдыху.
4. Это предприятие было когда-то гордыней нашей Родины.

3. Выберите подходящее по смыслу слово:

1. (Этикетные, этические) нормы не позволяли ему брать котлету руками.
2. (Референт, рефери) подбежал к месту предполагаемого падения мяча.
3. Этот (абонент, абонемент) дает вам право на посещение бассейна в течение трех месяцев.
4. Обогнав своих соперников, бегун до самого финиша оставался (аутсайдером, лидером).
5. Он не слишком разговорчив, предпочитает больше читать, чем общаться с людьми. В общем, типичный (интроверт, экстраверт).

5.Установите соответствие

| Слово | Слог, на который падает ударение в слове |
|---|---|
| А) диспансер | 1 |
| Б) ходатай | 3 |
| В) уведомить | 2 |

6. Форма родительного падежа множественного числа существительного «…» является нормативной

а) калмыков

б) татаров

в) башкиров

г) лезгинов

7. Установите соответствие.

| | |
|---|---|
| *1) Ваше необдуманное решение сократить штат сотрудников до двухсот человек привело к самым тяжелейшим последствиям.* | А) Ошибка в формообразовании существительного |
| *2) Согревающие крема предназначены для более быстрого и качественного восстановления функций суставов, связок и мышц при растяжениях, вывихах и в результате других травм.* | Б) Ошибка в формообразовании прилагательного |
| *3) Внешнеполитическое ведомство Казахстана направило ноту своим египетским коллегам с просьбой помочь в поисках шестерых пропавших студенток.* | В) Ошибка в формообразовании числительного |
| *4) В некоторые театры Москвы невозможно попасть: перекупщики завышают цены в несколько раз, однако в кассах театров и на их официальных сайтах билеты стоят от восьмиста рублей.* | Г) Ошибка в употреблении числительного |

8. Выберите варианты нормативного согласования прилагательного с несклоняемым существительным:

а) военный атташе

б) талантливая маэстро

в) финская салями

г) забавное шимпанзе

9. С какими из приведённых ниже слов можно употребить числительное «двое»? Запишите выбранные слова в родительном падеже.

*Слова для анализа:* малыши, кресла, брюки, куртки, подруги,

корреспонденты, очки, волчата, свечи, сёстры.

10. Исправьте предложения с неправильно употребленными деепричастными оборотами.

Прочитав вторично работу, мне думается, что основные мысли выражены в ней правильно.

Получив тяжелую рану, солдат был спасен своими товарищами.

Возвращаясь домой, мне стало грустно.

12.Все формы степеней сравнения прилагательных являются нормативными в ряду «…»

а) самый глубокий – глубже – более глубже – глубочайший

б) короче – более короткий – самый кратчайший – наиболее короткий

в) более смелый – смелее – смелее всех – самый смелый

г) высший – самый высокий – наиболее высочайший – выше всех

13. Ошибка в образовании формы числительного допущена в конструкциях:

а) две тысячи восьмого года

б) с пятидесятью рублями

в) в трёхста метрах

г) более полутораста человек

14. Выберите варианты, в которых допущена ошибка в образовании формы слова.

а) опытные ТРЕНЕРЫ

б) по ОБОИМ сторонам

в) звучит не менее ГРОМКО

г) ЕЗЖАЙТЕ вперёд

д) нет ТУФЕЛЬ

15. Для какого стиля свойственно преимущественное употребление безличных, неопределенно-личных предложений и пассивных конструкций?

16. Жанром научного стиля является…

а) монография

б) меморандум

в) доверенность

г) распоряжение

17. Установите соответствие:

| Жанры | Стили |
|---|---|
| 1. резюме | А. публицистический |

| | |
|---|---|
| 2. рассказ | Б. официально-деловой |
| 3. репортаж | В. научный |
| 4. учебник | Г. художественный |

18. Определите стили представленных ниже текстов. Объясните, чем различаются описания дуба в данных отрывках. Аргументируйте свой ответ, указав на характерные стилевые черты (сфера применения; основная функция; использованная лексика).

*1….Дуб растет в довольно разнообразных почвенных условиях. Рост дуба продолжается очень долго, лет 150 – 200 и больше. За это время дуб развивает очень мощную крону.*

*Дуб обладает большой побего-производительной (порослевой) способностью.*

*2. На краю дороги стоял дуб … Это был огромный в два обхвата дуб с обломанными давно, видно, суками и с обломанной кроной, заросшею старыми болячками. С огромными своими неуклюжими несимметричными растопыренными корявыми руками и пальцами, он старым, сердитым уродом стоял между улыбающимися березами.*
*(Л. Толстой)*

19. Установите соответствие*:*

| **Подстили официально-делового стиля** | **Жанры** |
|---|---|
| 1.собственно официально-деловой стиль | А. Уголовный кодекс Российской федерации |
| 2. юридический | Б. Меморандум |
| 3. дипломатический | В. Инструкция |

20. Диалогичность речи – основная функциональная черта …
а) публицистического стиля
б) языка художественной литературы
в) разговорной речи
г) официально-делового стиля

### 7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Русский язык и культура речи» проводится в форме зачета

| **Процедура оценивания** | **Шкала и критерии оценки, балл** |
|---|---|

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя.<br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающегося принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>Задания №3 – задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале:<br>Задание 1: 0-30 баллов<br>Задание 2: 0-30 баллов<br>Задание 3: 0-40 баллов<br><br>**«Зачтено»**<br>– **90-100** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Практическое задание выполнено правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>– **70 -89** – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Практическое задание выполнено правильно, но есть 2-4 ошибки. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>– **50 - 69** – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Практическое задание выполнено частично, допущено более 4 ошибок.<br>**«Не зачтено»**<br>– **менее 50** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Практическое задание не выполнено. |

### *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

Промежуточная аттестация по дисциплине «Русский язык и культура речи» проводится в форме зачёта.

**Задания 1 типа**

1. Дайте определение понятию «культура речи». Можно ли сказать, что культурная и правильная речь – это синонимы?

2. Какие нормы называются лексическими? Что необходимо делать для успешного овладения лексическими нормами?

3. Расскажите об основных нарушениях лексических норм (смешении паронимов, плеоназме, ошибках в использовании фразеологизмов, нарушении лексической сочетаемости).

4. Что такое многозначность? Какие слова называются омонимами? Чем многозначность отличается от омонимии? Проиллюстрируйте свой ответ примерами.

5. Какие нормы называются морфологическими? Приведите примеры.

6. Что представляют собой стандартные языковые формулы деловой речи?

7. Какие нормы называются акцентологическими. Расскажите об ударении в отдельных грамматических формах, приведите 6-7 примеров слов, в которых часто неправильно ставят ударение.

8. Расскажите об орфоэпических нормах. Приведите примеры.

9. Как определить род несклоняемых существительных? Приведите примеры.

10. Каковы общие требования, предъявляемые к документу как способу реализации письменной деловой речи?

11. Какие виды документов Вы знаете?

12. Расскажите о морфологических нормах склонения имён числительных.

13. Расскажите о трудных случаях синтаксического управления.

14. Расскажите о правилах построения деепричастных оборотов. Приведите примеры.

15. Что называется литературным языком? Каковы основные признаки литературного языка?

16. В чем состоит смысл использования риторических знаний, умений, навыков в области вашей будущей профессиональной деятельности?

17. Перечислите основные жанры собственно научного стиля и дайте им характеристику.

18. Что такое реферат, курсовая работа, дипломная работа? К какому подстилю научного стиля относятся эти жанры?

19. Перечислите нелитературные формы национального языка.

Дайте определения понятиям «территориальный диалект», «профессиональные и социальные диалекты», «просторечие».

20. Каковы функции и основные функциональные черты научного стиля русского литературного языка? Расскажите о языковых особенностях научного стиля (лексических, морфологических, синтаксических).

21. Каковы функции и основные функциональные черты официально-делового стиля русского литературного языка? Расскажите о языковых особенностях официально-делового стиля (лексических, морфологических, синтаксических).

22. Каковы функции и основные функциональные черты публицистического стиля русского литературного языка? Расскажите о языковых особенностях публицистического стиля (лексических, морфологических, синтаксических).

23. Каковы основные стилистические черты разговорной речи?

24. Каковы правила создания документов? Что такое реквизиты?

25. В чем состоит смысл предварительной подготовки речи? Воспроизведите алгоритм подготовки речи.

**Задания 2 типа**

1. Какое понятие шире по объёму: *«национальный язык» или «литературный язык»*? Дайте определения этим понятиям. Что вкладывается

в понятие *государственный язык?*

2. Расскажите о трех аспектах культуры речи.

3. Расскажите об основных трудностях в определении рода аббревиатур и несклоняемых имён существительных? Что необходимо помнить, чтобы избежать ошибок?

4. Известный лингвист Б.Н. Головин назвал ряд условий, от которых зависит выразительность речи отдельного человека, например: самостоятельность мышления; неравнодушие, интерес автора речи к тому, о чем он говорит или пишет, и к тем, для кого он говорит или пишет; сознательное намерение автора речи говорить и писать выразительно, психологическая целевая установка на выразительность и др. Прокомментируйте данное утверждение.

5. Как часто в повседневной жизни Вы обращаетесь к различным стилям речи? Приведите примеры.

6. Выдающийся лингвист Е.Д. Поливанов утверждал, что многие изменения в языке вызваны действием закона экономии речевых усилий, а проще говоря - человеческой ленью. Подтвердите или опровергните это высказывание примерами из собственной речевой практики или практики своих сверстников.

7. Что такое тавтология, плеоназм, многословие? Приведите примеры.

8. Прокомментируйте высказывание Д.С.Лихачёва: «Чёткое выражение своей мысли, богатый язык, точный подбор слов в речи формирует мышление человека и его профессиональные навыки во всех областях человеческой деятельности».

9. Расскажите о типичных синтаксических ошибках. Что необходимо делать для успешного овладения синтаксическими нормами?

10. Какова структура и композиция публичной речи?

11. Прокомментируйте утверждение: «Особенности речи и речевого поведения делового человека зависят от трёх основных факторов:

- обстановка коммуникации;
- количество участников коммуникации, их отношения;
- цели взаимодействия».

12. Что необходимо знать о целевой аудитории для успешного выступления?

13. Назовите позволительные уловки в споре. Будете ли вы давать собеседнику возможность использовать их, если нацелены победить в споре?

14. Расскажите о видах логических аргументов. Приведите примеры их использования.

15. Известно, что стандартизированные формулы, клише составляют наиболее яркую и очевидную черту официально-делового стиля. Чем объясняется большая степень стандартизированности средств выражения, присущая официально-деловому стилю? Приведите не менее 10 стандартизированных формул, клише, используемых в официально-деловом стиле.

16. В следующем фрагменте речи: «И вы называете это законом? Нет, нет! Это никак не закон, и такой документ никогда не станет законом моей страны – порукой тому порядочность людей, к которым я сейчас обращаюсь!» – использован тип некорректного аргумента. Назовите тип некорректной аргументации. Как Вы будете действовать, если собеседник применяет подобные аргументы?

17. К любому документу в любой стране предъявляются следующие общие требования: достоверность; актуальность; аргументированность; полнота информации; лаконизм (краткость) изложения. Прокомментируйте два последних требования. Не противоречат ли они друг другу?

18. Ударение в словах *острота, ирис, бронированный* зависит от их значения. Составьте с каждым из слов по два предложения или словосочетания, в которых раскрывается их лексическое значение. Поставьте ударения.

19. Каковы правила ведения деловой беседы, совещания?

20. Что называется «функциональной разновидностью», «функциональным стилем»? Какое значение здесь имеет слово *функциональный*?

21. Что такое хрия? Как можно использовать хрию при подготовке текста выступления?

22. В чём заключается отличие профессионализмов и терминов? Проиллюстрируйте Ваш ответ примерами.

23. Что такое паронимы? Приведите примеры.

24. Дайте определение разговорному стилю. В каких ситуациях неуместно использование данного стиля? В чём состоит отличие разговорного стиля и просторечия?

25. Какие особенности построения речи и приемы взаимодействия с аудиторией Вы можете использовать в Вашей профессиональной деятельности?

***Задания 3-го типа***

**Задание 1.** Отредактируйте предложения с деепричастными оборотами, где необходимо, заменяя их придаточными предложениями или устойчивыми оборотами. Прокомментируйте необходимость коррекции.

1) Ссылаясь на нашу договоренность, платеж будет произведен через инкассо. 2) Отвечая на Ваше письмо относительно финансового положения компании, нами была собрана следующая информация. 3)Принимая во внимание наше длительное сотрудничество, товар будет поставлен Вам со скидкой 5%. 4) Подписывая договор, оплата гарантируется. 5) Направляя на рассмотрение данный вопрос, нам необходимо увеличение годового фонда минимум на сорок тонн. 6) Однажды одевшись в "Рибок", вам не захочется покупать спортивную одежду других фирм. 7) Записываясь на прием в городскую администрацию, гражданам выдаются пропуска.

**Задание 2**

Перепишите словосочетания, раскрывая скобки. Прокомментируйте выбор той или иной падежной формы.

*Приехать по (окончание института); возвратиться по (завершение строительства); приступить к обязанностям по (истечение срока стажировки); зарегистрироваться по (приезд в город); выспаться по (прилёт домой); поступать вопреки (совет); действовать согласно (приказ); совершенствовать формы ведения хозяйства по мере (развитие демократии и рыночных отношений); отложить решение впредь до (выяснение обстоятельств дела).*

**Задание 3.** Отредактируйте текст заявления.

*Директору фирмы "Заря"*
*Афанасьеву Ю.П.*
*От Комова С.П.*

*Заявление.*

*Настоятельно прошу Вас дать мне отгул на 28.12.2008 в связи с причинами личного характера.*

*24.12.2020* *Комов С. П.*

**Задание 4.** Составьте словосочетания с данными предлогами, характерными для официально-делового стиля, обращая внимание на необходимый падеж имен существительных:

В целях, в отношении, на предмет, в силу, в связи, в соответствии, по линии, в течение, во избежание, на основании, в счет, в порядке.

**Задание 5.**

Компания получила письмо от клиентов, и неопытному начальнику отдела сбыта было поручено написать ***письмо-ответ (с отказом).*** Прочитайте составленный им документ и отредактируйте его в соответствии с требованиями, предъявляемыми к документам.

*Наша компания получила Ваше письмо с предложением об изменении срока поставки копировального оборудования. Скажем сразу: Вашу просьбу мы выполнить не можем, ввиду невозможности наших деловых партнёров привезения его на склад. Следовательно, оборудование будет поставлено вам только в срок, указанный ранее в договоре.*

*Искренне Ваш,*

*Начальник отдела сбыта Иванов Д.В.*

**Задание 6.** Составьте план выступления по данному тексту, выделив вступление, основную часть и заключение.

«Красноречие – это искусство говорить так, чтобы те, к кому мы обращаемся, слушали не только без труда, но и с удовольствием, и чтобы, захваченные темой и подстрекаемые самолюбием, они захотели в неё вникнуть. Стало быть, оно состоит в умении установить связь между умами и сердцами наших слушателей и нашими собственными мыслями и словами, а это значит, что, прежде всего, мы должны хорошо изучить человеческое сердце, знать все его пружины, только тогда наша речь дойдет до него и его убедит. Поставим себя на место тех, кто нас слушает, и проверим на самих себе, верна ли избранная нами форма, гармонирует ли она с темой, производит ли на собравшихся такое впечатление, что они не в силах ей противостоять. Надо, по возможности, сохранять простоту и естественность, не преувеличивать мелочей, не преуменьшать значительного. Форма должна быть изящна, она должна соответствовать содержанию и заключать в себя только необходимое» (Блез Паскаль)

**Задание 7.** Выберите из приведённых ниже словосочетания и предложений те, который относятся к разговорному стилю. Составьте предложения с двумя словосочетаниями, часто используемыми в официально-деловом стиле.

*Социальные процессы, представить объяснительную записку, вещество самопроизвольно загрязняется, математическая обработка данных, впечатляющий форум, давить на нервы, настоящим подтверждаю, характеристика прилагается, величественное сооружение, борьба за равноправие, статистические данные, Пенсионный фонд России, купить тушёнку, вопить без остановки, шахтёрская столица края, ранняя диагностика рака, геном человека, найти отклик в душах людей.*

**Задание 8.** Составьте текст заявления о предоставлении Вам академического отпуска со всеми необходимыми реквизитами.

**Задание 9.** Основные типы норм русского литературного языка выделяются в соответствии с важнейшими языковыми уровнями и сферами использования языковых средств. Заполните пустые клетки таблицы, называя нормы русского литературного языка и приводя примеры их действия.

| ПРАВИЛА | НОРМЫ | ПРИМЕРЫ |
|---|---|---|
| ПРОИЗНОШЕНИЯ | орфоэпические | а[ф'**э**]ра, что [што] |
| УДАРЕНИЯ | | |
| УПОТРЕБЛЕНИЯ СЛОВ | | |
| ОБРАЗОВАНИЯ ФОРМ СЛОВ | | |
| ОБЪЕДИНЕНИЯ СЛОВ В СЛОВОСОЧЕТАНИЯ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ | | |
| НАПИСАНИЯ СЛОВ | | |
| ПОСТАНОВКИ ЗНАКОВ | | |

| ПРАВИЛА | НОРМЫ | ПРИМЕРЫ |
|---|---|---|
| ПРЕПИНАНИЯ В ПРЕДЛОЖЕНИИ | | |

**Задание 10.** Исправьте предложения, постройте их в соответствии с нормами официально-делового стиля

1. *Я опоздал на пару по русскому из-за пробок на дорогах.*

2. *Пусть пока до начала сентября 2020 года исполняет обязанности заместителя директора Петров И. А.*

3. *Улик не нашлось, поэтому суд не стал рассматривать уголовное дело.*

4. *Не могу прийти на занятия 12 мая в этом году, мне надо участвовать в соревновании в другом городе.*

5. *По итогам уголовного дела три чиновника администрации Саратова, в том числе заместитель главы администрации, угодили за решетку за взяточничество.*

**Задание 11.** Назовите использованные в приведённых ниже примерах полемические уловки или логические ошибки/манипуляции (подмена тезиса, усиление тезиса, утрированный контрпример, «подмазывание аргумента», аргумент к публике, изоляция, подмена возможностей, псевдопричинная связь, аргумент к человеку и т. п.) и предложите эффективный способ их отражения:

1. *Вы, как человек умный, не станете отрицать того факта, что моё предложение правильное.*

2. *Любой здравомыслящий человек поддержит мою, а не Вашу позицию.*

3. *И Вы, далекий от науки человек, пытаетесь что-то доказать.*

4. А: *По моему мнению, Временное Правительство (вариант — теперешний состав правительства) совершенно непригодно для управления страной.*

Б: *Что же, значит, по вашему мнению, надо опять вернуть Николая и Распутина?*

5. Б. *Ах, как я устала!*

В. *Но ведь сегодня же вам не пришлось много работать. Занавеси приделала Х. За покупками ходила Ф.*

Б. *А! Так ты называешь меня дармоедкой! Значит, я, по-твоему, дармоедка!*

6. *Как Вы могли так оценить мою презентацию? Я работал над ней день и ночь, не покладая рук!*

7. *Он получил премию и заболел. Не нужно было выдавать ему деньги.*

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины

# «Основы российской государственности»

**Направление подготовки:** 42.03.01. Реклама и связи с общественностью

**Профиль подготовки:** Интернет-маркетинг

**Квалификация выпускника:** Бакалавр

**Форма обучения:** Очная

**2025**

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Основы российской государственности» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017 г. N 512 , с проектом концепции учебно-методического комплекса модуля «Основы российской государственности», рекомендованным Министерства образования и науки Российской Федерации от 21.04.2023 № МН-11/1516-ПК. Дисциплина «Основы российской государственности» призвана поспособствовать обозначению системного и своевременного ответа на актуальные вызовы образовательной и социальной политики российского государства через формирование необходимых условий для самоопределения и социализации обучающихся на основе общепринятых ценностей и норм поведения, а также через формирование у обучающихся развитого чувства гражданственности и патриотизма.

***Цели изучения дисциплины:***

Целью изучения дисциплины является формирование у обучающихся системы знаний, навыков и компетенций, а также ценностей, правил и норм поведения, связанных с осознанием принадлежности к российскому обществу, развитием чувства патриотизма и гражданственности, формированием духовно-нравственного и культурного фундамента развитой и цельной личности, осознающей особенности исторического пути российского государства, самобытность его политической организации и сопряжение индивидуального достоинства и успеха с общественным прогрессом и политической стабильностью своей Родины.

***Задачи изучения дисциплины:***

представить историю России в её непрерывном цивилизационном измерении, отразить её наиболее значимые особенности, принципы и актуальные ориентиры

раскрыть ценностно-поведенческое содержание чувства гражданственности и патриотизма, неотделимого от развитого критического мышления, свободного развития личности и способности независимого суждения об актуальном политико-культурном контексте

рассмотреть фундаментальные достижения, изобретения, открытия и свершения, связанные с развитием российской цивилизации, представить их в актуальной и значимой перспективе, воспитывающей в гражданине гордость и сопричастность своей культуре и своему народу

представить ключевые смыслы, этические и мировоззренческие доктрины, сложившиеся внутри российской цивилизации и отражающие её многонациональный, многоконфессиональный и солидарный (общинный) характер

рассмотреть особенности современной политической организации российского общества, природу и специфику его трансформации, ценностное обеспечение традиционных институциональных решений и особую поливариантность взаимоотношений российского государства и общества в федеративном измерении

исследовать наиболее вероятные внешние и внутренние вызовы, стоящие перед российской цивилизацией и её государственностью в настоящий момент, обозначить ключевые сценарии её перспективного развития

обозначить фундаментальные ценностные принципы (константы) российской цивилизации (единство многообразия, суверенитет (сила и доверие), согласие и сотрудничество, любовь и ответственность, созидание и развитие), а также связанные между собой ценностные ориентиры российского цивилизационного развития (такие как стабильность, миссия, ответственность и справедливость)

# 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| Результаты освоения ООП (содержание компетенций) | Код компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенций | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине | | | Формы образовательной деятельности |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | Должен знать | Должен уметь | Имеет практический опыт | |
| Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах | УК-5 | УК-5.1. Воспринимает социокультурные особенности различных социальных групп, опираясь на знания и умения философского характера | особенности современной политической организации российского общества, каузальную природу и специфику его актуальной трансформации, ценностное обеспечение традиционных институциональных решений и особую | адекватно воспринимать актуальные социальные и культурные различий, уважительно и бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям | самостоятельного критического мышления | Дидактическая игра<br><br>Дискуссия<br><br>Доклад-презентация и дискуссия |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | УК-5.2. Владеет навыками построения конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей, опираясь на знания и умения этического характера<br>УК-5.3. Воспринимает межкультурное разнообразие общества, опираясь на знания и умения социально-исторического характера | поливариантность взаимоотношений российского государства и общества в федеративном измерении<br>фундаментальные ценностные принципы российской цивилизации (такие как многообразие, суверенность, согласие, доверие и созидание), а также перспективные ценностные ориентиры российского цивилизационного развития (такие как стабильность, миссия, ответственность и справедливость) | находить и использовать необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп | самостоятельного критического мышления | |
| | | | фундаментальные достижения, изобретения, открытия и свершения, связанные с развитием русской земли и российской цивилизации, представлять их в актуальной и значимой перспективе | проявлять в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира | самостоятельного критического мышления | |
| | | | особенности современной<br>политической организации российского общества, каузальную природу и специфику его актуальной трансформации, ценностное обеспечение традиционных институциональных решений и особую поливариантность взаимоотношений российского государства и общества в федеративном измерении | адекватно воспринимать актуальные социальные и культурные различий, уважительно и бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям | осознанного выбора ценностных ориентиров и гражданской позиции;<br>- аргументированного обсуждения и решения проблем мировоззренческого, общественного и личностного характера;<br>- развитого чувства гражданственности и патриотизма | |

# 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Семестр 1 | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Темы/Конт. работа** | **Лекции** | **Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)** | | | | | **Лаб. практикумы** | **Тренинги** | **E-learning** | **Сам. работа** | **Оценочные средства ТКУ/Балл; Форма ПА/ Балл** |
| | | **Семинары** | **Практикумы по решению задач** | **Мастер-классы** | **Дидакт. игры** | **Ситуац. практикумы** | | | | | |
| Тема 1. Что такое Россия (Современная Россия: цифры и факты, достижения и герои; Многообразие российских регионов; Испытания и победы России; Герои страны, герои народа) | 2 | 6 | | | 2 | | | | 0 | 5 | Дидактическая игра / 8; Дискуссия / 6; |
| Тема 2. Российское государство-цивилизация (Цивилизационный подход: возможности и ограничения; Философское осмысление России | 4 | 6 | | | | | | | | 1 | Дискуссия / 6; |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| как цивилизации; Применимость и альтернативы цивилизационного подхода; Российская цивилизация в академическом дискурсе) | | | | | | | | | | | |
| Тема 3. Российское мировоззрение и ценности российской цивилизации (Мировоззрение и идентичность; Мировоззренческие принципы (константы) российской цивилизации; Ценностные вызовы современной политики; Концепт мировоззрения в социальных науках; Системная модель мировоззрения; Ценности российской цивилизации; Мировоззрение и государство) | 4 | 6 | | | | | | | | 5 | Дискуссия / 6; |
| Тема 4. Политическое устройство России (Конституционные принципы и разделение властей; Стратегическое планирование: национальные проекты и государственные программы; Власть и легитимность в конституционном преломлении; Уровни и ветви власти; Планирование будущего: государственные стратегии и гражданское участие) | 4 | 6 | | | 2 | | | | | 3 | Дидактическая игра / 6; Дискуссия / 6; |
| Тема 5. Вызовы будущего и развитие страны (Актуальные вызовы и проблемы развития России; Сценарии развития российской цивилизации; Россия и глобальные вызовы; Внутренние вызовы общественного развития; Образы будущего России; Ориентиры стратегического развития) | 4 | 6 | | | 2 | | | | | 4 | Дидактическая игра / 8; Дискуссия / 6; Доклад-презентация и дискуссия / 8; |
| Всего в семестре, час | 18 из 18 | 30 | | | 6 | | | | | 18 из 18 | 100 (ТКУ+ПА) |
| | | 36 из 36 | | | | | | | | | |
| Итоговый контроль | Зачет | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| Общий объем дисциплины (в академических часах) | 72 из 72 | | | | | | | | | | |

# 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Что такое Россия (Современная Россия: цифры и факты, достижения и герои; Многообразие российских регионов; Испытания и победы России; Герои страны, герои народа)***

Ключевые особенности России: география, ресурсы, экономика. Население, культура, религии и языки. Современное положение российских регионов. Достижения, открытия и свершения российского народа, выдающиеся представители – герои. Состав субъектов Российской Федерации. Многонациональная отечественная культура. Политическая многомерность российской политики (федеративное единство). Беспрецедентная территориальная протяженность. Часовые зоны. Климатические пояса (по Кёппену). Природное богатство. Природные ресурсы Крупнейшее по объему воды

пресноводное озеро. Выдающиеся сооружения и объекты инфраструктуры Москвы и Санкт Петербурга. Мосты символ города Владивостока.

Многонациональная российская культура. Религии. Современное искусство, Литература. Кинематограф. Музыка. Гербы важнейших городов страны. Длиннейшая в мире железнодорожная магистраль Транссиб. Атомный и космический проекты. Множество важнейших научных открытий и технических изобретений России. к Богатые добывающие регионы Сибири. Современное социально-экономическое развитие страны. Выдающиеся политические и государственные деятели (а), выдающиеся ученые (б), выдающиеся деятели культуры (в) и выдающиеся образцы служения и самопожертвования во имя Родины (г). К примеру, в Дагестане по: род Тарковских (а), Амир Амаев (б), Расул Гамзатов (в), Магомед Нурбагандов (г), а в Приморском крае – Юрий Скоков (а), Игорь Тамм (б), семья Лагутенко (в), Владимир Баньковский (г). Испытания российским народом. Победы исторические. Географические катастрофы стихийные бедствия. Вторжение Наполеона. Крымская война. Великая Отечественная Война.

Многообразие регионов России: природно-географическое. Площадь России. Население России. Особенность культур. Европейская часть России граничащий с Европой. Включает в себя: Центральный, Северо-Западный, Южный и Дальневосточный федеральные округа. Сибирский регион занимает большую часть восточной части России простирается от Урала до Тихого океана и включает в себя регионы, как Сибирский, Уральский и Дальневосточный федеральные округа. Уральский регион находится на границе Европы и Азии и включает в себя Уральские горы. Крупные промышленные города Челябинск, Пермь и Екатеринбург. Северный Кавказ с Грузией, Азербайджаном и Каспийским морем. Махачкала, Владикавказ и Грозный. Северо-Запад включает в себя Северо-Западный и Центральный федеральные округа входят города, Санкт-Петербург, Калининград, Псков и Вологда. Дальний Восток России включает в себя федеральные округа, Дальневосточный и Сибирский города, Владивосток, Хабаровск и Комсомольск-на-Амуре.

Монгольское нашествие на Русь и ее герои, знаменитые сражения. Смутное время. Выдающиеся личности в истории России. Главные победы России. Победа в Отечественной войне 1812 года, и ее герои. Победа в Великой Отечественной войне 1945 года и ее герои. Крым. Донбасс. Выдающиеся ученные и их открытия.

Роль личности в российской истории. Герои России: общегосударственное и региональное. Выдающиеся политические и государственные деятели, выдающиеся ученые, выдающиеся деятели культуры и выдающиеся образцы служения и самопожертвования во имя Родины. От опыта прошлого к героизму современности. Герои настоящего. Ключевых испытаний, пережитых Россией, и побед, одержанных российским обществом. Исторические, географические причины вызовов.

***Формы контроля:***

Дидактическая игра

Дискуссия

***Вопросы для самостоятельного изучения:***

1. Выделите наиболее выдающиеся с вашей точки зрения природные и рукотворные объекты всей России либо своего федерального округа. 2. Охарактеризуйте климатические условия и природно-ресурсный потенциал своего региона – субъекта Российской Федерации, в котором вы учитесь в настоящее время. Что можно считать конкурентными преимуществами данного региона и какие отрасли определяют его специализацию? 3. Составьте перечень 10 наиболее выдающихся на ваш взгляд изобретений и технологических прорывов России, обогативших мировую цивилизацию за последние столетия. 4. Что вы знаете о героях, символике и брендах своего региона? 5.Какие объекты вы бы внесли на интерактивную карту своего населенного пункта, города или региона? Решите ситуационную задачу, определив главную из ключевых задач своего населенного пункта, города или региона и предложив пути их решения. 6. Герои страны и региона: герои- «благодетели», исследователи и первооткрыватели, деятели культуры и искусства, деятели «мученики» в истории России и регионе. Можно представить малоизвестных героев (в том числе из сел и поселков региона).

*Формы самостостоятельной работы:*

Работа с литературой, источниками в сети Internet, просмотр обучающих и художественных видеоматериалов

Подготовка к участию в деловой игре, подготовка к участию в групповой дискуссии

***Ссылки:***

https://youkarta.ru/novaya-politicheskaya-karta-rossii/?ysclid=li06sx5xtv25250257); https://rgo.ru/; https://znanierussia.ru/library/video/dnk-rossii-russkij- sever-3436

***Тема 2. Российское государство-цивилизация (Цивилизационный подход: возможности и ограничения; Философское осмысление России как цивилизации; Применимость и альтернативы цивилизационного подхода; Российская цивилизация в академическом дискурсе)***

Перспективы применения цивилизационного подхода в анализе стадий развития человеческих сообществ и «государства-цивилизации», «государства-нации». Предыстория и стройматериал. Средневековая Русь: разобщение — завоевание — консолидация. Иван III. Прорыв к государству-цивилизации. Вызовы XVI–XVII вв.: от Ивана Грозного к Смуте. От царства к империи: угрозы и заимствования. Просвещенный абсолютизм и цивилизованная Россия. В поисках особой миссии России. Успехи и неудачи. Империя. Испытание Реформой. От реформ к коллапсу. Особенности цивилизационного развития России: история многонационального общества, перехода от имперской организации к федеративной, Роль и миссия России в работах различных отечественных и зарубежных философов, историков, политиков, деятелей культуры.

Понятие цивилизации. Виды цивилизаций. Ключевые принципы цивилизации, основания цивилизационного размежевания, различные исторические формы существования цивилизаций. Плюсы и минусы цивилизационного подхода. Цивилизационный подход как методология исследования общественных процессов. Цивилизационный подход и его базовые категории (цивилизация, прогресс, стадии развития, цикличность, «столкновение цивилизаций», многополярность,

детерминизм, релятивизм, глобализация, «евразийство»). Цивилизационный подход и другие научные парадигмы (формационный подход, национализм, социальный конструкционизм).

Россия – цивилизация. Национальные политические традиции. Монархия и тирания. Аристократия и олигархи. Демократия и охлократии. Ценностные константы российской цивилизации (единство многообразия, сила и ответственность, согласие и сотрудничество, любовь и доверие, созидание и развитие). Миссия цивилизационного развития России в работах отечественных философов, историков, юристов, политиков, деятелей культуры. Историко-политические основания российской цивилизации (консерватизм, коммунитаризм, солидаризм и космизм российской религиозной философии). Цивилизационный транзит России: от родоплеменной и феодальной раздробленности к имперско-цивилизационному проекту и федеративно-цивилизационному типу. Роль цивилизационного фактора в интеграционных проектах. Аккультурационные практики (гражданская идентичность, государственный патриотизм, формирование институтов социализации и соответствующей политики памяти. Политико-философское сопровождение цивилизационного развития. Россия и цивилизационные образования современности (китайский, индийский, персидско-иранский, тюркский, иберoамериканский). Треки межцивилизационного взаимодействия, партнерство и соперничество цивилизаций. Глобализация и цивилизация. Риски глобального развития для российской цивилизации.

Ключевые принципы цивилизации (длительное историческое развитие, преемственная целостность политической и моральной философии, значительное культурное и социально-экономическое влияние, отдельные системы мировоззрений), основания цивилизационного размежевания (военные, географические, религиозные и пр.), Сторонники мирового и российского цивилизационного подхода (А.С. Хомяков, Н.Я. Данилевский, К.Н. Леонтьев, В.И. Ламанский, Н.С, Трубецкой, П.Н. Савицкий, Л.Н. Гумилев, А.С. Панарин, В.Л. Цымбурский, А.В. Коротаев, Ф. Гизо, А. Тойнби, О. Шпенглер, С. Хантингтон).

Роль цивилизационного фактора в интеграционных проектах. Аккультурационные практики (гражданская идентичность, государственный патриотизм, формирование институтов социализации и соответствующей политики памяти. Политико-философское сопровождение цивилизационного развития.

***Формы контроля:***

Дискуссия

***Вопросы для самостоятельного изучения:***

1. Как вы объясните общее и особенное в понятиях «государственность» и «государство». 2. Какие особенности имеет Россия как государство-цивилизация? На основе материалов раздела и приложения к нему сформулируйте свое понимание традиционных духовно-нравственных ценностей

*Формы самостостоятельной работы:*

Работа с литературой, источниками в сети Internet, просмотр обучающих и художественных видеоматериалов. подготовка к участию в групповой дискуссии

***Ссылки:***

http://www.kremlin.ru/acts/bank/48502; http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202211090019?index=1&rangeSize=1; https://izborsk-club.ru/magazine_files/2020_09.pdf?fbclid=IwAR2SzRaU-v12JQLW-D1y7; https://znanierussia.ru/cinema/collections/dnk-rossii; http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202211090019?index=1&rangeSize=1

***Тема 3. Российское мировоззрение и ценности российской цивилизации (Мировоззрение и идентичность; Мировоззренческие принципы (константы) российской цивилизации; Ценностные вызовы современной политики; Концепт мировоззрения в социальных науках; Системная модель мировоззрения; Ценности российской цивилизации; Мировоззрение и государство)***

Понятие мировоззрения. Теория вопроса и смежные научные концепты. Мировоззрение как функциональная система. Мировоззренческая система российской цивилизации.
Представление ключевых мировоззренческих позиций и понятий, связанных с российской идентичностью, в историческом измерении и в контексте российского федерализма. Значение коммуникационных практик и государственных решений в области мировоззрения (политика памяти, символическая политика и пр.) Концепты: «культура», «культурный код», «традиция», «ментальность» («менталитет»), «идеология» и «идентичность». Труды зарубежных и отечественных ученых. Исследовательский проект пятиэлементной «системной модели мировоззрения». «Миф» и «Псевдомиф», «Ценности» и «Убеждения Проблема Другого», «Иерархия потребностей Введение в понятийный аппарат - «миф» и «псевдомиф», «ценности» и «убеждения», «проблема Другого», «иерархия потребностей». Различные компоненты мировоззрения - онтология, гносеология, антропология, телеология, аксиология). Направления государственной политики в области мировоззрения – символическая политика, политика памяти, историческая политика, культурная и национальная политика.
Компоненты мировоззрения: онтологический, гносеологический, антропологический, телеологический, аксиологический, Важные направления государственной политики в области мировоззрения – символической политикой, политикой памяти, исторической политикой, культурной и национальной политикой.

Введение в академический дискурс и ознакомление с базовыми теоретико-методологическими основаниями исследования мировоззрения. Ключевые культурологические и социологические концепты, системное представление о мировоззрении. Концепты - «культура» и «культурный код», «традиция», «ментальность» («менталитет»), «идеология» и «идентичность». Современные концепции мировоззрения, представленным в трудах зарубежных и отечественных ученых. Концепции мировоззрения (А.Ф. Лосев, В.К. Шрейбер, М. Кирни, Л. Апостель, К.П. Шуртаков). Стратегии активности государства в сферах: социализация и политическая социализация граждан, символическая и культурная политика, политика памяти и историческая политика, национальная политика и политика в области идентичности.

Константы российской цивилизации набор мировоззренческих принципов: Патриархальность: Российская культура. Общество Традиции. Патриархальность. Семья. Род. Нация. Религиозность. Коллективизм. Терпимость к различным

культурам, религиям и мнениям. Имперский менталитет. Славянский дух. Патриотизм: любовь к Родине и готовность защищать ее интересы являются важными ценностями.

Пятиэлементная «системная модель мировоззрения» – человек, семьи, общества, государства и страны. Пентабазис и ценностные приоритеты России.

Знакомства с специализированной активностью государственных и политических структур в таких сферах, как: социализация и политическая социализация граждан, символическая и культурная политика, политика памяти и историческая политика, национальная политика и политика в области идентичности. Самостоятельная картина мира и история особого мировоззрения российской цивилизации. Ценностные принципы (константы) российской цивилизации: единство многообразия (1), сила и ответственность (2), согласие и сотрудничество (3), любовь и доверие (4), созидание и развитие (5). Отражение ценностных принципов российской цивилизации в актуальных социологических данных и политических исследованиях.

Мировоззрение: система ценностей, убеждений, представлений и взглядов на мир, которая формируется у человека под влиянием его социальной среды, культурной традиции, личного опыта, а также образования и индивидуальных особенностей личности. Основные концепции мировоззрения в социальных науках: психологический, философский, социологический, культурологический, антропологический подходы к мировоззрению.

Системная модель мировоззрения: представление о мире и месте человека в нем. Аспекты жизни — философские, этические, культурные, религиозные, научные и другие. Каждый из этих аспектов является элементом системы, который взаимодействует с другими элементами и влияет на их развитие и функционирование. Представление ключевых элементов системной модели мировоззрения «человек – семья – общество – государство – страна» и её репрезентации «символы – идеи и язык – нормы – ритуалы – институты». Мировоззрение как динамичная система. Риски мировоззреческой системы.

Принцип солидарности. Коммунитарность и всеединство. Соборность. «Россия и Европа» Н. Я. Данилевский. Философские взгляды. Идеал А. С. Хомякова (1804–1860). Учение о соборности В. С. Соловьев (1853–1900), С. Н. Трубецкой (1862–1905). И. В. Киреевский (1806–1856). П. А. Кропоткин (1842–1921). Консерватизм Н. Н. Страхов (1828–1896). «Истоки и смысл русского коммунизма». Коммунизм. «Вместо Третьего Рима» Н. А. Бердяев. Политические формы. Парламентаризм К. П. Победоносцев (1827–1907). «Народ-богоносец» Ф. М. Достоевский (1821–1881). Русское преемство от Византии К. Н. Леонтьев (1831–1891). Идеология коммунизма (В. И. Ленин). «Истоки смысл русского коммунизма». Геополитические аспекты осмысления мировой роли России нашли отражение в рамках теории евразийства. Единство. Честь. Достоинство. Россия – Третий Рим.

Мировоззрение: совокупность философских, социальных, религиозных и этических убеждений. Определяют отношение человека к миру и его месту в нем. Государство выполняет функции по обеспечению безопасности, порядка и благополучия граждан в определенной территории. Существует тесная связь между мировоззрением и государством. Мироустройство: представление как должен выглядеть идеальный мир.

***Формы контроля:***

Дискуссия

***Вопросы для самостоятельного изучения:***

1. Прочитав материал раздела и приложение к данной главе, сформулируйте свое отношение к роли идеологии в обществе и государстве. 2. Объясните на конкретных исторических примерах, как вы понимаете особенности российской мировоззренческой традиции. Раскройте на примерах из разных периодов в истории России ценностные принципы (константы) российской цивилизации. 3. Приведите известные вам из истории примеры, раскрывающие базовые факторы российской государственности: Человек. Семья. Общество. Государство. Страна. Обсудите примеры и ответы в группе. 4. На основе предшествующих знаний, личного опыта и материалов вводного раздела предложите наиболее яркие национальные символы, идеи, нормы, практики и ритуалы/артефакты, связанные с каждым из пяти (или с одним на выбор) основных элементов: Человек. Семья. Общество. Государство. Страна. Обсудите результаты в малых группах.

*Формы самостостоятельной работы:*

Работа с литературой, источниками в сети Internet, просмотр обучающих и художественных видеоматериалов, подготовка к участию в групповой дискуссии

***Ссылки:***

http://www.kremlin.ru/acts/bank/48502; https://naukaru.ru/ru/nauka/article/53483/view; https://znanierussia.ru/cinema/collections/dnk-rossii

***Тема 4. Политическое устройство России (Конституционные принципы и разделение властей; Стратегическое планирование: национальные проекты и государственные программы; Власть и легитимность в конституционном преломлении; Уровни и ветви власти; Планирование будущего: государственные стратегии и гражданское участие)***

Основы конституционного строя России. Принцип разделения властей и демократия. Российский федерализм. Особенности современного российского политического класса. Генеалогия ведущих политических институтов, их история причины и следствия их трансформации. Уровни организации власти в РФ. Институт президентства. Исполнительная власть. Представительные органы. Судебная власть. Местное самоуправление. Политические партии и иные общественные объединения. Законотворчество. Государственные проекты и их значение (ключевые отрасли, кадры, социальная сфера). Институт стратегического планирования. Политическая система России. Способы развития Российской Федерации.

Разделение властей (законодательной, исполнительной и судебной). Государственный суверенитет и независимость, Социальная справедливость, равенство перед законом и защита прав человека и гражданина, демократические процедуры принятия решений, ответственность власти перед народом, правовое государство, свобода совести, слова и собраний. Независимость судебной власти.

Приоритетное долгосрочное развитие страны. Важный инструмент государственного управления: Стратегическое планирование национальных проектов и государственных программ, который позволяет определить приоритетные направления развития страны, обеспечить эффективное использование ресурсов и достижение поставленных целей.

Государственную власть в Российской Федерации осуществляют Президент Российской Федерации, Федеральное Собрание (Совет Федерации и Государственная Дума), Правительство Российской Федерации, Суды Российской Федерации. Государственная власть в субъектах Российской Федерации.

Государственная власть в Российской Федерации осуществляется на основе разделения на законодательную, исполнительную и судебную. Органы законодательной, исполнительной и судебной власти самостоятельны. Тем самым конституционно закреплено признание принципа разделения властей

Государственный суверенитет. Национальный суверенитет. Народный суверенитет. Ценностная основа стратегического планирования. Существующие государственные и национальные проекты долгосрочного развития страны. Актуальные документы российского стратегического планирования (Стратегия национальной безопасности, Концепция внешней политики и пр.) Перспективы существующих национальных проектов и программа для молодежи. Новое качество суверенного состояния государства с 2014 года. Суверенная демократия как политическая система России. Проблема идеологического обеспечения суверенитета. Суверенная демократия как политическая система России.

***Формы контроля:***

Дидактическая игра

Дискуссия

***Вопросы для самостоятельного изучения:***

1. Какие формы государственного устройства и формы правления в истории российской государственности вам известны? 2. Как вы объясните конституционно-правовой смысл понятия «многонациональный народ Российской Федерации»? 3. Храмы каких религиозных конфессий находятся в вашем городе или населенном пункте? Являются ли они действующими в настоящее время? 4. Приведите примеры национальных проектов и федеральных целевых программ. В чем их значение для страны в целом и для вашего региона? 5. Деловая игра, например модель законодательного процесса в вашем регионе; составление и обсуждение обращения в органы государственной власти. 6. Какие формы гражданского участия и общественного контроля вам известны? В чем вы лично участвовали или планируете участвовать? 7. Какие органы местного самоуправления действуют в вашем регионе и городе (населенном пункте)? На какой срок они избраны и когда состоятся следующие выборы?

*Формы самостостоятельной работы:*

Работа с литературой, источниками в сети Internet, просмотр обучающих и художественных видеоматериалов

Подготовка к участию в дебатах, подготовка к участию в групповой дискуссии, подготовка к участию в деловой игре

***Ссылки:***

http://www.kremlin.ru/; https://ksrf.ru/ru/Pages/default.aspx; https://minenergo.gov.ru/; https://xn--80aapampemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/?ysclid=lgac8p5d2150983325; http://government.ru/rugovclassifier/section/2641/;http://duma.gov.ru/news/55446/;https://xn--80aapampemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/?ysclid=lgac8p5d2150983325;https://histography.ru/?ysclid=8jzmzne24400725695#welcome

***Тема 5. Вызовы будущего и развитие страны (Актуальные вызовы и проблемы развития России; Сценарии развития российской цивилизации; Россия и глобальные вызовы; Внутренние вызовы общественного развития; Образы будущего России; Ориентиры стратегического развития)***

Глобальные тренды и особенности мирового развития. Техногенные риски, экологические вызовы и экономические шоки. Политические вызовы современности. Суверенитет страны и его место в сценариях перспективного развития мира и российской цивилизации. Ценностные ориентиры для развития и процветания России.

Солидарность, единство и стабильность российского общества в цивилизационном измерении. Стремление к компромиссу, альтруизм и взаимопомощь как значимые принципы российской политики.

Сценарии будущего России. Ответственность и миссия как ориентиры личностного и общественного развития. Справедливость и меритократия в российском обществе. Представление о коммунитарном характере российской гражданственности, неразрывности личного успеха и благосостояния Родины.

Актуальные проблемы современного мира и их значимость для России. Роль ценностных оснований российского общества в преодолении вызовов. Глобальные проблемы «естественного» характера: климатические, экологические проблемы, нехватка пресной воды и доступного продовольствия, энергетический дефицит. Ресурсный потенциал России как преодоление глобальной рискогенности. Предложения России по минимизации рисков и вызовов. Глобальные проблемы техногенного характера: неочевидные сценарии развития цифровых технологий, «искусственного интеллекта», цифровое неравенство и «сетевой феодализм», «надзорный капитализм. Роль и значение потенциала России в цифровизации общества (решения, предприятия). Экономические кризисы. Политические вызовы современности: популизм, неадекватная рационализация и квантификации управления, утрата культурной преемственности, провал мультикультурных практик идентичности. Потенциал и перспективы России в преодолении политических рисков.

Сценарии развития России. Ценностная основа формирования и восприятия сценариев будущего. Будущее страны как воплощения идентичных для России ценностей. Суверенитет страны и его место в сценариях перспективного развития мира и российской цивилизации. Стабильность, миссия, ответственность и справедливость как ценностные ориентиры для развития и процветания России Солидарность, единство и стабильность российского общества в цивилизационном измерении. Стремление к компромиссу, альтруизм и взаимопомощь как значимые принципы российской политики. Ответственность и миссия как ориентиры личностного и общественного развития. Коммунитарном характере российской

гражданственности, неразрывности личного успеха и благосостояния Родины. Риски пессимистично-проблемного сценария. Роль и ответственность молодежи в создании устойчивого будущего страны.

Глобальные проблемы «естественного» характера: климатические и экологические проблемы (антропогенное изменение климата). Международный терроризм. Распространение оружия массового уничтожения. Противодействие локальным и внутренним конфликтам. Проблема наркотрафика. Построение эффективной системы внутренней и международной системы информационной безопасности.

Развитие экономики, формирование политической, правовой и культурной системы России. Социально-экономическое развития страны. Государственной власти. Стратегии: национальной безопасности, научно-технологического развития. Несправедливость окружающего мира и отсутствие в нем достаточной солидарности. Атомизация и квантификация. Утрата мотива ответственности.

Сохранение населения. Здоровье и благополучие людей. Стремлении к светлому и гармоничному будущему для новых поколений. Возможность для самореализации и развития талантов. Комфортная и безопасная среда для жизни. Достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство. Цифровая трансформация. Определение места России в системе международных отношений. Образ единого пространства. Государственный флаг. Герб. Возвращение четырех регионов ДНР, ЛНР, Запорожской и Херсонской. Волонтеры истории. Условия для рождения и воспитания детей. Защита прав женщин и детей.

Государственные программы и национальные проекты. Ценностные ориентиры. Национальные проекты: «Демография», «Образование», «Здоровье», «Экология», «Цифровая экономика», «Малое и среднее предпринимательство», «Культура», «Большая Волга», «Наука», «Доступное и комфортное жилье». Развитие нефтегазовой и других отраслей экономики. Национальная стратегия модернизации системы образования. Привлечение молодых специалистов в науку. Связанность территории Российской Федерации за счет создания интеллектуальных транспортных и телекоммуникационных систем. Удержания лидерских позиций в создании международных транспортно-логистических систем, освоении и использовании космического и воздушного пространства. Мирового океана. Арктики и Антарктики.

***Формы контроля:***

Дидактическая игра

Дискуссия

Доклад-презентация и дискуссия

***Вопросы для самостоятельного изучения:***

1. Как прошлое России определяет ее будущее? 2. Что нового появится в будущем (перспективе до 2050 г.), чего нет в настоящем в разных сферах общественной жизни? 3. Какие факторы окажутся ключевыми в перспективе будущего? 4. Каковы основания утверждать о лидерских позициях России в будущем? В каких сферах Россия имеет перспективы выхода на лидерские позиции?

*Формы самостостоятельной работы:*

Работа с литературой, источниками в сети Internet, просмотр обучающих и художественных видеоматериалов, подготовка к участию в деловой игре, подготовка к участию в проектной работе, подготовка к участию в групповой дискуссии, подготовка к участию в дебатах

***Ссылки:***

http://www.kremlin.ru/; https://ksrf.ru/ru/Pages/default.aspx; https://minenergo.gov.ru/; https://xn--80aapampemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/?ysclid=lgac8p5d2150983325; http://government.ru/rugovclassifier/section/2641/;http://duma.gov.ru/news/55446/;https://xn--80aapampemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/?ysclid=lgac8p5d2150983325;https://histography.ru/?ysclid=8jzmzne24400725695#welcome;https://www.rosatom.ru/;https://www.roscosmos.ru/?ysclid=lwhhhaiy18788924124; https://yabs.yandex.ru/count/WfyejI_zOoVX2LaL0uqK07DaYYOQbKgbKga4mGHzFfSxUxRVkVE6Er-_u_M6EzpdJ-xCeJQEEwUslOJaV898yVGfGOHaLJ8ocX6Kz9EKP2qIIbho-QaMKP5yVcO48L6jBdviP_uqgc54OyY8Hj886pPiqEs0APisFuX-fb7wcmn1e229WK77CKRMq4pgiUbFIcUxugaCfB2A5jzK0-CY1MWR68CBq3OmjYj0sy2uhW0j0uWyShucsBWiCB6cTI2dUqqCOz7ZKzjFkvOnH0DgGtFfyywdKpigTURt4u_MjXJgpAEsCxUZTzIM1hKQjlHKJVc36vTZZNW3ejWA6fIunZaQBfDcEwZrO4XX9mG36XY30zXcs8iO7IA-6McY8d9bOUk0hZFDaEam6KGAMqz1XvbGzb6HLMB86A1q7SpKX7MA4TCnEWrZXlc6A4AjIY35JGQOhj6H7ctE8Awhfjw6nC8Vzc3bkO-_YpDVMIQRSA8pB9D6B43azbjcOL92pmRBlMOB5bi4RgHfiTCHIT4mZIOzh7bZzvzZo1XEhla-hBleYBvwCbUZ8YNhn_J7hpJLUTLzjyCnbmCTR-bTLqVZxaOwbxheoGZTp6VzKMW1262zcGC1kTrp_LIjVF0ihStFgAPkLAfL5uds8h0PWgW_1icm5DWaEQ02W4V_BGhhIWEI5p5gOEiSAE-axP59R4ppvEgUsMZYC_hrET0qO-S0jHicV9mL2RkNXyLxfeJTmgkNZV3G00~2?etext=2202.Y8a3CfsXks1eNGB4FWmLoXm2c7odoM3_c_-abpH-ZWIn_KPaBwcctMBor4PpdYZOdyMDyTj7yFp2Ab4eH1C_aXdqc3Nkb2dxdXV0aWt0b2w.b5746e5fb3950ebb18db7797e239b19b7af74d6

## 5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Основная литература***

1. Основная литература: 1. Основы российской государственности: учебное пособие для студентов, изучающих социогуманитарные науки / Т. В. Евгеньева, И. И. Кузнецов, С. В. Перевезенцев, А. В. Селезнева, О. Е. Сорокопудова, А. Б. Страхов, А. Р. Боронин; под ред. С. В. Перевезенцева. – Москва : Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2023. – 550 с., 2. Соловьев, А. И. Принятие и исполнение государственных решений : учебное пособие / А. И. Соловьев. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Аспект Пресс, 2017. – 496 с. : ил. – https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература***

1. Алексеева, Т. А. Современная политическая мысль (XX–XXI вв.) : политическая теория и международные отношения : учебное пособие : [16+] / Т. А. Алексеева ; Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва : Аспект Пресс, 2019. – 640 с. – https://www.iprbookshop.ru
2. Россия в глобальной политике : учебник для вузов / А. А. Литовченко [и др.] ; под редакцией А. А. Литовченко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 338 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08057-5. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru
3. Селезнева, А. В. Российская молодежь : политико-психологический портрет на фоне эпохи / А. В. Селезнева ; Московский Государственный Университет имени М. В. Ломоносова, Факультет политологии. – Москва : Аквилон, 2022. – 288 с. : ил., табл. – https://www.iprbookshop.ru
4. Шестопал, Е. Б. Политическая психология : учебник / Е. Б. Шестопал. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Аспект Пресс, 2018. – 448 с. – https://www.iprbookshop.ru

***Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети "Интернет"***

1. Федеральный институт развития образования firo.ranepa.ru; Министерство науки и высшего образования РФ minobrnauki.gov.ru; Проект «ДНК России» -https://znanierussia.ru/cinema/collections/dnk-rossii

***Материально-техническая база***

1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета

***Лицензионное программное обеспечение***

1. Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition

2. Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y

3. Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение)

4. Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение)

5. ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***Свободно распространяемое программное обеспечение***

1. 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)

2. OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)

3. PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)

4. GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)

5. Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing/)

6. Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org/)

***Электронно-библиотечная система***

1. Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы***

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации (http://pravo.gov.ru/)

2. Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

3. Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)

4. Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/)

# 6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Описание оценочных материалов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

***Описание текущего контроля и промежуточной аттестации:***

Промежуточная аттестация (ПА) по дисциплине проводится в форме зачета.

***Оценочные средства:***

Дидактическая игра, дискуссия, доклад-презентация и дискуссия, зачет

***Процедура оценивания:***

Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя.

Задание № 1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающегося принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;

Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности. Задания №3 – задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины.

***Шкала и критерии оценки, балл:***

Дидактическая игра

8 – команда своевременно и правильно назвала все требуемые определения;
4 и менее – баллы определяются пропорционально очкам, набранным командой в ходе игры.

Дискуссия

6 – ставится за исчерпывающий аргументированный ответ. Аргументация логична, подкреплена знанием научных фактов, умением переводить доказательство с уровня словесно-логического мышления на наглядно-образный, наглядно–действенный и обратно.
4 – ставится за исчерпывающий ответ, аргументация представлена только на одном из уровней мышления;
3 – ответ является достаточным, хотя и не всегда аргументированным.
2-1 – ответы не раскрывает специфику вопроса, отсутствует аргументация, не используется профессиональная лексика.

Доклад-презентация и дискуссия

Оценка за участие в семинаре состоит из оценки за доклад:
6 – доклад выполнен в соответствии с требованиями, 10 правильно оформленных слайдов презентации, грамотное использование терминологии, свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик правильные ответил на все вопросы преподавателя и обучающихся.
5-4 – доклад выполнен в основном соответствии с требованиями,10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации, грамотное использование экономической терминологии, в основном свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик частично правильно ответил на все вопросы преподавателя и обучающихся.
4-3 – доклад выполнен в основном в соответствии с требованиями,10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации, докладчик был привязан к тексту, докладчик испытывал затруднения при ответе на вопросы преподавателя и обучающихся.
1-2 – доклад выполнен не в соответствии с требованиями, 10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации,
0 - докладчик был привязан к тексту, докладчик не смог ответить на вопросы преподавателя и обучающихся.
Оценка участия в дискуссии:
1 – за одно выступление, макс. 2 балла

Зачет

Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале:

Задание 1: 0-10 баллов

Задание 2: 0-10 баллов

Задание 3: 0-20 баллов

**Суммарная оценка с учетом ТКУ и ПА**

**«Зачтено»**

**– 90-100** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.

**– 70-89** – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения заданий правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.

**– 50 - 69** – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задание решено частично.

**«Не зачтено»**

**– менее 50** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены.

## Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

***Дидактическая игра. Тема 1. Что такое Россия (Современная Россия: цифры и факты, достижения и герои; Многообразие российских регионов; Испытания и победы России; Герои страны, герои народа)***

***Деловая игра «Векторы развития Российской Федерации» по Теме 1.2. Многообразие российских регионов***

Задачи занятия:

- Раскрыть принципы формирования российских регионов
- Определить особенности российских регионов
- Обозначить вызовы/векторы развития Российской Федерации

Студенты получают возможность выступить в роли преподавателя и провести занятие в формате технологии «Я – преподаватель».

Обучающиеся сами определяют формат проведения занятия, разрабатывают технологическую карту, осуществляют контроль активности одногруппников.

Создаётся устойчивая мотивация к обучению, стимулируется творческая и поисковая деятельность, развивает коммуникативные навыки и способность к согласованию действий с учётом позиций других.

Ключевые вопросы/ темы к рассмотрению:

- Историко-географическое описание России
- География населения: исторические, экономические, политические и демографические аспекты
- География хозяйства России: сельское хозяйство, промышленность, пути сообщения, города
- Деление по федеральным округам: особенности, основания, вызовы
- Разнообразие регионов и локаций России

***Дидактическая игра. Тема 4. Политическое устройство России (Конституционные принципы и разделение властей; Стратегическое планирование: национальные проекты и государственные программы; Власть и легитимность в конституционном преломлении; Уровни и ветви власти; Планирование будущего: государственные стратегии и гражданское участие)***

***Дебаты по Теме 4.3. Власть и легитимность в конституционном преломлении***

Задачи занятия:

- Обобщить основные понятия темы
- Определить источник российской государственной власти исходя из положений российского законодательства
- Систематизировать формы волеизъявления российского народа

План:

Постановка задачи преподавателем и деление обучающихся на группы – 5 минут, мозговой штурм – 20 минут, командные дебаты – 40 минут, решение судей – 10 минут, рефлексия – 15 минут.

- Шаг 1. Учебная группа случайным образом разделяется на три группы: сторона утверждения, сторона отрицания и судейская коллегия.
- Шаг 2. Мозговой штурм перед занятием для координации и распределения аргументов стороны.

Структурирование своего аргумента по модели: заявление, объяснение, доказательство-вывод

- Шаг 3. Командные дебаты – формат «публичного форума». Каждый участник стороны произносит 1-минутную речь «за» или «против» темы
- Шаг 4. Решение судей – коллегия совещается и принимает решение простым большинством
- Шаг 5. Рефлексия – обратная связь от игроков, судей, преподавателя

Ключевые вопросы / темы к рассмотрению:

- Источники легитимности российской власти
- Формы волеизъявления российского народа
- Проблема политического абсентеизма

***Деловая игра по Теме 4.5. Планирование будущего: государственные стратегии и гражданское участие***

Задачи занятия:

- сформировать знание и понимание ключевых категорий по теме семинара;
- сформировать умение определять, формулировать и обосновывать национальные интересы и цели современной России;
- сформировать навыки презентации результатов исследований и аргументации собственной позиции;
- ознакомить с нормативно-правовой базой национальных проектов и государственных программ

Выступление модератора – 5 минут, выступление с презентацией – 10 минут, дебаты – 20 минут, рефлексия – 15 минут.

Сценарный план

- Шаг 1. Студенты делятся на несколько группы «министров», «журналистов» и

модератор (1), получают от преподавателя задания: «министры» — презентация нацпроектов, «журналисты» - формулировка вопросов к министрам. Модератор организует и ведет мероприятие.

- Шаг 2. Проведение пресс-конференции, согласно плану. «Министры» выступают, «журналисты»

задают вопросы, модератор организует работу

- Шаг 3. Подведение итогов, рефлексия, перекрестное рецензирование, рейтингование.

Ключевые вопросы/ темы к рассмотрению:

- национальные цели и национальные интересы;
- национальный проект и государственная программа;

- стратегическое планирование;

- человеческий капитал;

- сбережение народа;

- точка роста;

- цифровая трансформация государственного управления

***Дидактическая игра. Тема 5. Вызовы будущего и развитие страны (Актуальные вызовы и проблемы развития России; Сценарии развития российской цивилизации; Россия и глобальные вызовы; Внутренние вызовы общественного развития; Образы будущего России; Ориентиры стратегического развития)***

***Дебаты по Теме 5.2. Сценарии развития российской цивилизации***

Задачи занятия:

•Рефлексия над лекционным материалом: ассоциативный ряд, вопрос/ответ.

•Изучение концептуально-нормативных документов;

•Анализ выступлений и публикаций первых лиц по вопросам стратегического развития.

•Формирование личностной сопричастности студента к проблемам стратегического развития России.

Методы и приемы обучения:

•Деление студентов на микрогруппы (защита/отрицание/судьи);

•Распределение ролей в рамках микрогрупп: спикеры, аналитики;

•Преподаватель – роль модератора дебатов; подводит итог дискуссии;

•Тема дебатов заранее (дома) прорабатывается студентами в формате решения кейса.

Формы и методы контроля:

Оценка публичных выступлений участников дебатов по критериям: содержание позиции; структурированность позиции; способ подачи материала.

Ключевые вопросы/ темы к рассмотрению:

•Какой будет Россия через 10, 20, 50, 100 лет?

•Каково место России в современном мире?

•Что необходимо сделать, чтобы сохранить и приумножить духовные ценности России?

***Деловая игра «Модель ООН» по Теме 5.3. Россия и глобальные вызовы***

Задачи занятия:

- Ознакомить студентов с основными подходами к реализации глобальных программ на уровне важнейших международных организаций.

- Обозначить интересы России в процессе разрешения ключевых проблем современного мира.

- Наметить возможные способы и средства реагирования на данные вызовы.

Ключевые вопросы/темы к рассмотрению:

Преподавателю предлагается для конкретного занятия выбрать вариант из списка:

1. Экологическая проблема (климатические изменения; ограничение выбросов парниковых газов; сокращение биоразнообразия; загрязнение Мирового океана);

2.Технологическая (предотвращение ядерной угрозы, контроль над ИИ, кибербезопасность, недопущение цифровой диктатуры);

3.Сырьевая (ресурсные) проблемы;

4.Демографическая проблема;

5.Проблема освоения космоса и борьба с его милитаризацией;

6.Проблема терроризма;

7.Проблема сохранения мирового культурного наследия

Описание занятия:

• Модель Организации Объединенных Наций − это деловая игра, в ходе которой имитируется работа различных структурных подразделений ООН. В ходе заседаний Модели участники выступают в роли делегаций стран-членов ООН и обсуждают вопросы международной проблематики, стоящие на повестке дня.

• «Модель ООН» развивает способность принимать грамотные и последовательные решения, успешно разрешать конфликты, аналитически мыслить, работать в команде.

• Рекомендации по выбору стран-участниц:

- должны быть представлены страны из различных макрорегионов;

- нежелательно участие «великих держав», лидеров своих макрорегионов;

- не допускается «делегации» от России, поскольку это даёт изначальное преимущество в подготовке, а также учитывая эмоциональную сопричастность аудитории),

- при этом у студентов должна быть возможность найти достаточный объем материла для обоснования позиции делегации конкретной страны.

Сценарный план

Шаг 1. Постановка задачи и работа в группах

Студенты делятся на несколько малых групп, количество групп определяется количеством студентов и количеством ролей.

Шаг 2. Работа в группах

• Малые группы занимают определенное пространство, удобное для обсуждения на уровне группы. В группе определяются спикер, оппоненты, эксперты.

• Спикер выполняет функционал участников, их роли, организует обсуждение на уровне группы, формулирует общее мнение малой группы.

• Оппонент внимательно слушает предлагаемые позиции во время дискуссии и формулирует вопросы по предлагаемой информации.

• Эксперт формирует оценочное суждение по предлагаемой позиции своей малой группы и сравнивает с предлагаемыми позициями других групп.

• Каждая малая группа обсуждает творческое задание в течение отведенного времени. Задача данного этапа – сформулировать групповую позицию по творческому заданию.

Шаг 3. Проведение

• Групповая работа над заданием, межгрупповая дискуссия, защита результатов, работа экспертов.

• Заслушиваются суждения, предлагаемые каждой малой группой по творческому заданию, с учетом предложенной роли.

• После каждого суждения оппоненты задают вопросы, выслушиваются ответы авторов предлагаемых позиций.

• В завершении формулируется общее мнение, выражающее совместную позицию по творческому заданию.

Шаг 4. Анализ и обобщение

• Выводы из игры, анализ результатов, рефлексия, оценка и самооценка, обобщение, рекомендации.

• Эксперты предлагают оценочные суждения по высказанным путям решения предлагаемых творческих заданий осуществляют сравнительный анализ предложенного пути решения с решениями других малых групп.

• Преподаватель дает оценочное суждение по работе малых групп и решению творческих заданий с учетом предложенных ролей и эффективности предложенных путей решения.

• Возможна организация голосования всех участников, которые имеют право путём тайного голосования выставить определённое количество баллов любой команде, за исключением своей.

***Дебаты по Теме 5.6. Ориентиры стратегического развития***

Задачи занятия:

•Рефлексия над лекционным материалом: ассоциативный ряд, вопрос/ответ.

•Изучение концептуально-нормативных документов;

•Анализ выступлений и публикаций первых лиц по вопросам стратегического развития.

•Формирование личностной сопричастности студента к проблемам стратегического развития России.

•Смоделировать личностный социальный портрет через 10 лет в контексте реализации целей и задач стратегического развития страны.

Дебаты – четко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями

между двумя сторонами.

Методы и приемы обучения:

•Деление студентов на микрогруппы (защита/отрицание/судьи);

•Распределение ролей в рамках микрогрупп: спикеры, аналитики;

•Преподаватель – роль модератора дебатов; подводит итог дискуссии;

•Тема дебатов заранее (дома) прорабатывается студентами в формате решения кейса.

Формы и методы контроля:

Оценка публичных выступлений участников дебатов по критериям: содержание позиции; структурированность позиции; способ подачи материала.

Ключевые вопросы/ темы к рассмотрению:

•Какие вызовы для России беспокоят лично Вас?

•Выделить ключевые цели и задачи стратегического развития страны на основе рекомендованных

источников.

•Российская ценностная платформа – образ, направленный в прошлое или в будущее?

***Дискуссия. Тема 1. Что такое Россия (Современная Россия: цифры и факты, достижения и герои; Многообразие российских регионов; Испытания и победы России; Герои страны, герои народа)***

***Групповая дискуссия по теме: по Теме 1.3. Испытания и победы России***

Тема дискуссии: Распад/Развал Советского Союза

Задачи занятия:

- Определить последствия социально-экономической и политической трансформации 90-х годов

Описание занятия:

Проведение семинарского занятия, в ходе которых группа делится на две подгруппы, которые приводят аргументы в пользу одной из двух точек зрения: СССР распался по внутренним причинам или СССР развалился по внешним причинам.

Выделяется группа студентов, которые выступает в роли экспертов, которая оценивает доводы каждой из сторон.

Сценарный план

- Приветственное слово преподавателя, оглашение темы и регламента дискуссии
- Оглашение правил проведения дискуссии
- Объявление вопросов дискуссии
- Обмен аргументированными точками зрениями по модели аргумент-контраргумент. По ходу дискуссии преподаватель может коррелировать ход, вбрасывать провокационных или уточняющих вопросов
- Выступление группы экспертов
- Рефлексия

***Групповая дискуссия по Теме 1.4. Герои страны, герои народа***

Задачи занятия:

- Дать понятие «героя», определить критерии выбора героя
- Определить вклад героя в развитие России
- Дать представление обучающимся о выдающихся личностях России

Первый этап: Студенческая группа делится на 2 части (большие группы 10-15 человек). Есть критерии – в каждой группе выделяются 4 подгруппы. Дается задание и шаблон для презентации. Каждая подгруппа выбирает:

подгр. №1 - государственного или политического деятеля

подгр. № 2 – деятеля науки;

подгр. №3 - деятеля культуры и образования

подгр. №4 - выбирают подвижника

Результатом работы в подгруппах становится 8 презентаций с 8 персоналиями

Второй этап: подгруппы собираются снова в 2 группы. Группа № 1 презентует своих героев, подвижников. А группа №2 оценивает и задает вопросы. И наоборот. Данное обсуждение проводится с модерацией преподавателя.

Третий этап: со всеми студентами предлагается обсудить вопросы, сформулированные преподавателем:

трудно ли быть героем?

зачем нужны герои?

готов ли ты стать героем, подвижником?

Ключевые вопросы/ темы к рассмотрению:

- Понятие «героя», критерии героизма, понятие «подвижничество»
- Государственные и политические деятели
- Выдающиеся личности в народном хозяйстве, науке и образовании
- Деятели культуры
- Образы служения и самопожертвования во имя Родины

***Дискуссия. Тема 2. Российское государство-цивилизация (Цивилизационный подход: возможности и ограничения; Философское осмысление России как цивилизации; Применимость и альтернативы цивилизационного подхода; Российская цивилизация в академическом дискурсе)***

***Групповая дискуссия по Теме 2.3. Применимость и альтернативы цивилизационного подхода***

Задачи занятия:

Сформулировать представление об основных подходах к историческому процессу.

Определить положительные и отрицательные характеристики каждого из подходов.

Ключевые вопросы/ темы к рассмотрению:

Основные подходы к рассмотрению исторического процесса.

Основоположники цивилизационного и формационного подходов.

Формационный подход: недостатки и достоинства.

Цивилизационный подход: достоинства и недостатки

***Групповая дискуссия по Теме 2.4. Российская цивилизация в академическом дискурсе***

Задачи занятия:

Раскрыть подходы к определению цивилизации зарубежными философами.

Осветить развитие цивилизационного подхода в отечественной науке на разных исторических этапах.

Сформировать представление о месте и роли российской цивилизации во всемирно-историческом процессе.

Ключевые вопросы/ темы к рассмотрению:

Зарубежная научная мысль: зарождение цивилизационного подхода.

Цивилизационный подход в работах русских мыслителей XIX – нач. XX века.

Цивилизационный подход в трудах ученых XX века.

Трансформация и развитие цивилизационного подхода в работах исследователей постсоветского периода

***Дискуссия. Тема 3. Российское мировоззрение и ценности российской цивилизации (Мировоззрение и идентичность; Мировоззренческие принципы (константы) российской цивилизации; Ценностные вызовы современной политики; Концепт мировоззрения в социальных науках; Системная модель мировоззрения; Ценности российской цивилизации; Мировоззрение и государство)***

***Групповая дискуссия по Теме 3.3. Ценностные вызовы современной политики***

Задачи занятия:

• Сформировать у обучающихся представление о взаимосвязи между ценностными установками российского общества и политическими процессами, происходящими в России.

• Убедить в необходимости обосновывать собственную ценностную и политическую позицию.

• Развить навыки аргументации, поиска информации в научной литературе и интернете, умение отстаивать собственную точку зрения с опорой на философские теории и данные социально-гуманитарных наук.

Ключевые вопросы / темы к рассмотрению:

- Что такое ценность, какие есть виды ценностей?

- Какие есть этические (моральные) ценности?

- В чем разница между ценностью и добродетелью?

- В чем разница между моральными и политическими ценностями?

- Как взаимосвязаны моральные и политические ценности?

- Какие моральные и политические ценности характеризуют российское общество?

- Что такое гражданская добродетель?

- Должно ли государство защищать какие-либо ценности? Как оно может это делать?

- Какие ценности защищает современное российское государство?

Дискуссия предполагает организацию коллективного обсуждения нравственных и политических проблем, которые не имеют общепринятого, однозначного решения. В процессе обсуждения участники высказывают различные суждения, точки зрения, дают оценки тех или иных событий, проблем. Важной особенностью обсуждения является строгое соблюдение заранее принятого регламента и темы. Формат способствует отработке у студента навыка обозначения и аргументации своей позиции.

Важно обеспечить обучающихся формой обратной связи для дальнейшей корректировки курса обучения и учета проблем, возникающих перед студентами при освоении материала раздела.

Обратная связь позволит обеспечить большую вовлеченность студентов в процесс обучения.

Этапы:

1. Преподаватель формулирует тему и задачи семинарского занятия. Устанавливается взаимосвязь между материалами прослушанной лекции по соответствующей теме и задачами семинарского занятия. Цель данного этапа — актуализировать знания студентов и мотивировать их к обсуждению.

2. Дискуссия (преподаватель – студент, студент-студент) – 30 мин.

Примеры вопросов: В чем отличие моральных ценностей от других социальных регуляторов? Какие политические ценности вы можете назвать? Как вы думаете, какие ценности важны для российского общества?

Результатом дискуссии должно быть утверждение следующих примерных тезисов:

• Ценности бывают финальными и инструментальными.

• Моральные ценности позволяют нам оценивать людей и их поступки через категории добра и зла.

• Моральные ценности являются важным фактором социальной регуляции.

• Политические ценности производны от моральных.

• Политические ценности зависят от идеологических предпочтений человека, его культурной и гражданской принадлежности.

• Существуют ценности, характерные именно для российского общества (пентабазис).

• Среди политических ценностей отдельно выделяются гражданские ценности.

В процессе дискуссии студенты высказываются, приводят аргументы, стараются, чтобы остальные прислушались к их точке зрения. В качестве результата дискуссии рекомендуется предложить студентам составить блок-схему, отображающую

связь обсуждаемых понятия (ценность, мораль, гражданские ценности и т.д.) или глоссарий.

3. Анализ текста – 30 мин. На данном этапе студенты знакомятся с текстом указа Указа Президента Российской Федерации от 09.11.2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей». Они выделяют его основные тезисы и определения. После этого студентам предлагается обсудить, какие причины побудили государство издать указ, в чем его важность, какую задачу решает данный документ. Анализ может производиться как индивидуально, так и в небольших группах. Результатом может быть как устный, так и письменный ответ на усмотрение преподавателя.

4. Выводы. Рефлексия. Домашнее задание – 15 мин. Преподаватель предлагает подвести итог дискуссии. Домашнее задание: поиск информации о законах или постановлениях, схожих с Указом Президента Российской Федерации от 09.11.2022 г. № 809, имеющихся в других странах. Предлагается письменно сравнить подобные указы (например, в формате таблицы или презентации). Студенты оценивают ход семинарского занятия и качество своей работы. Рефлексия может осуществляться либо письменно, либо в формате теста в системе LMS. На этапе рефлексии необходимо в обязательном порядке предоставлять форму обратной связи и объяснить, для чего она нужна.

***Групповая дискуссия по Теме 3.4. Концепт мировоззрения в социальных науках***

Задача занятия

- обсудить основные концепции мировоззрения в социальных науках

Сценарный план (кратко)

- Предварительно студенты знакомятся с содержанием мировоззренческих концепций в социальных науках.

- Студенты разбиваются на группы, анализируют изученные концепции и выделяют

ключевые ценности – 20 мин.

- Обсуждают содержание, преимущества и недостатки концепций – 20 мин.

- Готовят презентацию с результатами проведенного анализа – 20 мин.

- Преподаватель задает уточняющие и корректирующие вопросы, студенты также задают друг другу вопросы и комментируют ответы – 20 мин.

Ключевые вопросы/ темы к рассмотрению

- социальное конструктивистское мировоззрение

- рационалистическое мировоззрение

- постмодернистское мировоззрение

- критическое мировоззрение

***Групповая дискуссия по Теме 3.5. Системная модель мировоззрения***

Задача занятия

- обсудить основные концепции мировоззрения в социальных науках

Сценарный план (кратко)

- Предварительно студенты знакомятся с содержанием мировоззренческих концепций в социальных науках.

- Студенты разбиваются на группы, анализируют изученные концепции и выделяют

ключевые ценности – 20 мин.

- Обсуждают содержание, преимущества и недостатки концепций – 20 мин.

- Готовят презентацию с результатами проведенного анализа – 20 мин.

- Преподаватель задает уточняющие и корректирующие вопросы, студенты также задают друг другу вопросы и комментируют ответы – 20 мин.

Ключевые вопросы/ темы к рассмотрению

- компоненты мировоззрения

- содержание основных мировоззренческих концепций в социальных науках

- системная модель мировоззрения России, ее содержание

***Групповая дискуссия по Теме 3.6. Ценности российской цивилизации***

Задачи занятия

- выявить и классифицировать основные ценности российской цивилизации в советский и постсоветский периоды

- проследить трансформацию традиционных российских ценностей на материале визуальных источников

Сценарный план (кратко)

- Предварительно студенты знакомятся с содержанием 10 фильмов трех периодов (советское

кино, 90-е годы, современное кино России). Готовят списки фильмов.

- Студенты разбиваются на группы, анализируют просмотренный видеоматериал и выделяют

ключевые ценности – 20 мин.

- Обсуждают ценности и способы их демонстрации в кино – 20 мин.

- Готовят презентацию с результатами проведенного анализа – 20 мин.

- Преподаватель задает уточняющие и корректирующие вопросы, студенты также задают друг другу вопросы и комментируют ответы – 20 мин.

Ключевые вопросы/ темы к рассмотрению

- ценности советского периода истории
- трансформация ценностей в 1990-е гг.
- ценностные тренды современного российского общества

***Групповая дискуссия по Теме 3.7. Мировоззрение и государство***

Сценарный план (кратко)

- Предварительно студенты знакомятся с содержанием мировоззренческих концепций в социальных науках.
- Студенты разбиваются на группы, анализируют изученные концепции и выделяют

ключевые ценности – 20 мин.

- Обсуждают содержание, преимущества и недостатки концепций – 20 мин.
- Готовят презентацию с результатами проведенного анализа – 20 мин.
- Преподаватель задает уточняющие и корректирующие вопросы, студенты также задают друг другу вопросы и комментируют ответы – 20 мин.

Ключевые вопросы/ темы к рассмотрению

- государственное мировоззрение
- влияние государства на мировоззрение людей
- цель государственного мировоззрения и цель государственной истории России в прошлом
- цель государственного мировоззрения и цель государственной истории России в настоящем и будущем

***Дискуссия. Тема 4. Политическое устройство России (Конституционные принципы и разделение властей; Стратегическое планирование: национальные проекты и государственные программы; Власть и легитимность в конституционном преломлении; Уровни и ветви власти; Планирование будущего: государственные стратегии и гражданское участие)***

***Групповая дискуссия по Теме 4.4. Уровни и ветви власти***

Задачи занятия:

- Рассмотреть уровни власти в Российской Федерации
- Изучить принцип разделения властей на уровне Российской Федерации, субъектов федерации
- Исследовать вопросы организации местного самоуправления в РФ

Сценарный план

Продолжительность занятия – 1 час 30 минут. Формирование групп и постановка задач – 10 минут, обсуждение законопроектов – 30 минут, презентация результатов обсуждения – 30 минут, обсуждение итогов – 20 минут

- Шаг 1. Формирование преподавателям малых групп (4 группы)
- Шаг 2. Постановка преподавателем задач
- Шаг 3. Обсуждение законопроектов внутри малых групп
- Шаг 4. Презентация результатов обсуждения представителями групп
- Шаг 5. Обсуждение и подведение итогов

Ключевые вопросы/ темы к рассмотрению:

- Организация ЕСПВ. Принцип разделения властей
- Организация государственной власти на федеральном уровне
- Организация государственной власти субъектов РФ
- Организация МСУ в РФ

***Дискуссия. Тема 5. Вызовы будущего и развитие страны (Актуальные вызовы и проблемы развития России; Сценарии развития российской цивилизации; Россия и глобальные вызовы; Внутренние вызовы общественного развития; Образы будущего России; Ориентиры стратегического развития)***

***Групповая дискуссия по Теме 5.5. Образы будущего России***

Задачи занятия:

•Овладение умениями и навыками постановки и решения интеллектуальных проблем и задач;

•Развитие навыка аргументации и формулирования собственной позиции по теме семинарского занятия;

•Формирование навыка работы в команде.

Присутствующие на семинарском занятии разбиваются на малые группы, обсуждают те или иные

вопросы, входящие в тему занятия.

Метод тренирует навык обозначения своей позиции и аргументации.

Ключевые вопросы/ темы к рассмотрению:

•Определение культурного кода России;

•Гуманизм: человек как главная ценность общества;

•Экономика и развитие наукоёмких отраслей промышленности;

•Цифровая демократия будущего: доминанты развития;

•Эволюция политико-правовой системы России;

•Место России в полицентричном мире.

***Доклад-презентация и дискуссия. Тема 5. Вызовы будущего и развитие страны (Актуальные вызовы и проблемы развития России; Сценарии развития российской цивилизации; Россия и глобальные вызовы; Внутренние вызовы общественного развития; Образы будущего России; Ориентиры стратегического развития)***

***Проектная работа по Теме 5.4. Внутренние вызовы общественного развития***

Задачи:

- Обеспечить ценностное восприятие внутренних вызовов для развития российского общества.

- Способствовать формированию готовности обучающихся к участию в разрешении проблем, угрожающих российской государственности.

Ключевые вопросы/темы к рассмотрению:

Преподавателю предлагается для конкретного занятия выбрать вариант из списка:

1. Технологические проблематика (обеспечение технологического суверенитета РФ, развитие наукоёмких производств, информационная безопасность, цифровое равенство и цифровая гигиена);

2. Социально-экономическая проблематика (преодоление проблемы бедности, предотвращение «вымывания» среднего класса и роста экономической дифференциации между экономической верхушкой и народными массами, обеспечение достойного уровня жизни людей)

3. Культурная проблематика (сохранение национально-культурной идентичности разных народов, предотвращение прерывания связи поколений, сохранение культурного наследия, поддержание традиционных ценностей);

4. Проблематика безопасности (снижение уровня преступности, инструменты формирования антикоррупционной культуры, борьба с терроризмом);

5. Демографическая проблематика (стимулирование рождаемости и поддержка многодетных семей, формирование эффективной системы здравоохранения, пропаганда здорового образа жизни, снижение смертности).

Сценарный план (кратко):

- типология проекта (исследовательский/поисковый/творческий/игровой/практико-ориентированный/ информационный);

- выбор темы проекта;

- формулировка задач и определение необходимости;

- обсуждение вариантов, выбор средств;

- осмысление хода деятельности, распределение обязанностей;

- генерация идей;

- оформление проекта;

- предварительные идеи;

- выбор лучшей идеи;

- выполнение;

- результаты (выводы);

- представление или отчёт;

- защита проекта;

- ответы на вопросы;

- обратная связь;

- оценка и рейтингование проектов.

## Задания для проведения промежуточной аттестации в виде Зачета

***Задания 1 типа***

1. Современная Россия: ключевые социально-экономические параметры.
2. Российский федерализм
3. Цивилизационный подход в социальных науках
4. Государство-нация и государство-цивилизация: общее и особенное
5. Государство, власть, легитимность: понятия и определения.
6. Ценностные принципы российской цивилизации: подходы и идеи.
7. Исторические особенности формирования российской цивилизации.

8. Роль и миссия России в представлении отечественных мыслителей (П.Я. Чаадаев, Н.Я. Данилевский, В.Л. Цымбурский).

9. Мировоззрение как феномен.

10. Современные теории идентичности.

11. Системная модель мировоззрения («человек-семья-общество-государство-страна»).

12. Основы конституционного строя России.

13. Основные ветви и уровни публичной власти в современной России.

14. Традиционные духовно-нравственные ценности.

15. Основы российской внешней политики (на материалах Концепции внешней политики и Стратегии национальной безопасности).

16. Россия и глобальные вызовы.

17. Какие достижения и герои современной России можно назвать значимыми?

18. Как цивилизационный подход влияет на понимание особенностей и потенциалов России?

19. Как философское осмысление России как цивилизации помогает понять ее роль в мировом контексте?

20. Как мировоззрение и идентичность соотносятся с формированием российской цивилизации?

21. Какие мировоззренческие принципы можно назвать константами российской цивилизации?

22. Какие конституционные принципы обеспечивают разделение властей в России?

23. Как национальные проекты и государственные программы связаны со стратегическим планированием развития России?

24. Какие актуальные вызовы и проблемы стоят перед развитием России в настоящее время?

25. Какие сценарии развития российской цивилизации могут быть рассмотрены?

***Задания 2 типа***

1. Проанализируйте ключевые особенности современной России, которые определяют многоукладность её культуры. Объясните, как они влияют на разнообразие общественных отношений.

2. Объясните, что такое цивилизационный подход и раскройте его роль в социально-политических исследованиях. Сравните его с теорией национализма, социальным конструкционизмом и формационным подходом.

3. Проведите сравнительный анализ концепций «национального государства», «государства-нации» и «государства-цивилизации». Какие особенности и отличительные черты их характеризуют?

4. Проанализируйте цивилизационные проекты современности и объясните, как они связаны с цивилизационным генезисом. Рассмотрите роль гражданской идентичности, государственного патриотизма и политики памяти.

5. На примере выдающегося мыслителя, чьи идеи влияют на цивилизационное развитие России, проанализируйте, как его концепции способствуют формированию новых конфигураций общественной морали и ценностей.

6. Рассмотрите взаимодействие, партнёрство и соперничество между различными цивилизациями. Проанализируйте, как глобализация влияет на цивилизационные проекты.

7. Проведите сравнительный анализ особенностей и отличительных черт российского мировоззрения на основе достоверных социологических и политических исследований.

8. Проанализируйте, какие преимущества и недостатки имеет современное российское мировоззрение с точки зрения развития общества и отношений с другими странами.

9. Рассмотрите альтернативные предложения и подходы к решению проблем развития российской цивилизации, основываясь на существующих механизмах решения такого рода сложностей.

10. Проанализируйте роль актуальной системной модели мировоззрения в развитии российской цивилизации. В чём заключаются её основные принципы?

11. Проанализируйте влияние коммуникационного аспекта мировоззрения на восприятие и взаимодействие с другими культурами и цивилизациями.

12. Рассмотрите смысловые искажения, возникающие в процессе цивилизационной коммуникации. Проведите сравнительный анализ методов их преодоления.

13. Проанализируйте роль государственных и политических структур в формировании и поддержании мировоззренческих ценностей.

14. Раскройте понятия и категории, которые являются основными в категориально-понятийном аппарате общественных наук, исследующих государство и его структуру. Проведите сравнительный анализ концепций политических систем и режимов.

15. Проанализируйте сильные и слабые стороны глобального «мейнстрима» социальных наук на примере российских научных школ.

16. Раскройте основы актуальной государственно-политической организации российского общества. Охарактеризуйте матричный характер российской политики.

17. Рассмотрите политический аспект президентства, его полномочия. Проведите анализ исторических корней и социологического значения института.

18. Какие государственные программы реализуются в России? Проведите анализ приоритетов долгосрочного развития страны.

19. Какие вызовы стоят перед Россией сегодня? Проанализируйте возможность внесения изменений в курс развития страны, которые, по Вашему мнению, помогут успешно преодолеть их.

20. Проведите сравнительный анализ существующих концепций преодоления политических вызовов современности. Рассмотрите глобальные проблемы естественного и техногенного характера.

21. Проанализируйте роль передовых национальных предприятий в преодолении проблем, стоящих перед Россией.

22. Рассмотрите последовательную схему ценностно-ориентированного движения, включающую стабильность, миссию, ответственность и справедливость. Проведите сравнительный анализ сценариев развития России. Дайте каждому свою оценку.

23. Оцените миссию, которую выполняет Россия в защите национальных интересов и развитии цивилизации. В чём заключается роль стабильности в развитии российской политической системы?

24. Оцените текущие усовершенствования в области развития гражданской идентичности и активизации политической жизни в стране. Как повышение ответственности и укрепление чувства справедливости становятся ключевыми стратегическими задачами для России?

25. На примере конкретной персоны из области науки, культуры или искусства раскройте и оцените значимость её деятельности и влияние на развитие российского общества.

***Задания 3 типа***

1. На основании пройденного материала определите причины построения российской государственности на федеративных началах. На сколько, по Вашему мнению, федеративная форма устройства подходит современной России? Какие, на Ваш взгляд, формальные и неформальные причины послужили принятию решения об отказе от унитарной формы (Российская империя).

2. Какие возможности и трудности влечет за собой географическое / этническое / религиозное (на выбор) многообразие России?

3. С чем связана возросшая популярность цивилизационного подхода? Как соотносятся крайние степени либерализма с цивилизационизмом?

4. Рассмотрите кейс исламской революции в Иране с точки зрения цивилизационного подхода.

5. Определите «краеугольные камни» российской идентичности. В чем заключается ее эклектичность? (Со ссылкой на 125-ФЗ "О свободе совести и религиозных объединениях»).

6. Определите особенности политической доктрины России на основании ее ценностных ориентиров и цивилизационного подхода в целом.

7. Определите возможность существования государства в условиях отсутствия официальной идеологии. Какой исторический опыт имеет Россия с точки зрения государственных инициатив в области мировоззрения?

8. Определите особенности института президента в Российской Федерации с точки зрения политической культуры. Какая институция или явление, по Вашему мнению, отражает особенности цивилизационной парадигмы развития.

9. С какими вызовами, по Вашему мнению, предстоит столкнуться России в ближайшем будущем (на основании теории «столкновения цивилизаций»).

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Цифровая трансформация»

**Направление подготовки:** **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**
**Профиль подготовки:** **Интернет-маркетинг**
**Квалификация выпускника:** **Бакалавр**
**Форма обучения:** **Очная**

**2025**

## Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ ..... 3

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ..... 4

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ..... 6

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 7

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 7

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 10

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ..... 14

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Цифровая трансформация» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Минобрнауки России № 512 от 08.06.2017.

Изучение дисциплины «Цифровая трансформация» ориентировано на обучение основам технологий цифровых трансформации бизнеса и государства, с раскрытием проблемной области цифровых платформ, сквозных технологий, управления проектами цифровой трансформации. Также дисциплина развивает ряд компетенций, позволяющих обучающимся получить представления по использованию российских программах продуктов в стратегиях цифровой трансформации российских предприятий.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 1 семестре.

**Цель и задачи дисциплины**

***Цель изучения дисциплины*** **-** формирование теоретических и практических знаний, необходимых для профессиональной деятельности в условиях цифровой трансформации экономики и общества.

***Задачи изучения дисциплины***:

- сформировать знания о базовых понятиях цифровой трансформации, сквозных технологиях и стратегиях цифровой трансформации в различны сферах;
- сформировать умения анализировать экосистемы организаций и стратегии цифровой трансформации;
- сформировать практический опыт использования российского программного обеспечения, применяемых в дорожных картах стратегий цифровой трансформации российских компаний.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **выпускник должен знать** | **выпускник должен уметь** | **выпускник должен иметь практический опыт** | |
| Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | УК-1 | УК-1.1 Использует различные цифровые средства, позволяющие во взаимодействии с другими людьми достигать поставленных целей в цифровой среде | Цифровые сервисы для взаимодействии с другими людьми для решения учебных задач | Использовать цифровые сервисы для взаимодействия с другими людьми для решения учебных задач | Использования цифровых сервисов и программных продуктов для взаимодействии с другими людьми для решения учебных задач | Лекции Лабораторные практикумы Реферат/ Самостоятельная работа |
| | | УК-1.3 Генерирует новые идеи для решения задач цифровой экономики, абстрагируется от стандартных моделей: перестраивает сложившиеся способы решения задач, выдвигает альтернативные варианты действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов | Методы анализа профессиональной информации | Использовать прикладное программное обеспечение для анализа информации | Анализа описаний цифровых платформ и экосистем | |
| | | УК-1.4 Находит источники информации и данные, воспринимает, анализирует, запоминает и передает информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников | Цифровые сервисы для поиска профессиональной информации | Использовать цифровые сервисы для поиска профессиональной информации | Использования цифровых сервисы и программных продуктов для поиска профессиональной информации | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач | | | | |
| | | УК-1.5 Находит, критически оценивает информацию, ее достоверность, строит логические умозаключения на основании поступающих информации и данных | Источники профессиональной информации | Извлекать данные из источников информации | Использования цифровых сервисов и программных продуктов для поиска и преобразования информации | |
| Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности | УК-9 | УК-9.1. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели формы участия государства в экономике | Предпосылки цифровой трансформации | Выявлять тенденции цифровой трансформации | Анализа стратегий цифровой трансформации организаций | Лекции Лабораторные практикумы Реферат Самостоятельная работа |

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической | | |
| ***Очная форма*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1. Цифровая трансформация мира* | 4 | | | | | | | | | 7 | Реферат 1/16 |
| *Тема 2. Цифровая трансформация бизнеса* | 4 | | | | | 4 | | | | 7 | Отчет по лабораторному практикуму 1/12 |
| *Тема 3. Сквозные технологии* | 7 | | | | | 4 | | | | 7 | Отчет по лабораторному практикуму 2/12 |
| *Тема 4. Цифровая трансформация в контексте импортозамещения* | 4 | | | | | 11 | | | | 13 | Отчет по лабораторному практикуму 3-7/60 |
| **Всего:** | **19** | | | | | **19** | | | | **34** | **100** |
| **Контроль, час** | **-** | | | | | | | | | | **Зачёт** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **72** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **2** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Цифровая трансформация мира***

Цифровизация, индустрия 4.0 и цифровая экономика, предпосылки цифровой трансформации. Государство как платформа

***Тема 2. Цифровая трансформация бизнеса***

Основные понятия и модель цифровой трансформации. Технологические тренды. Стратегические активы цифровой трансформации.

***Тема 3. Сквозные технологии***

Искусственный интеллект. 5G. Интернет вещей. Квантовые технологии. Виртуальная и дополненная реальность. Ит-инфраструктура

***Тема 4. Цифровая трансформация в контексте импортозамещения***

Цифровая трансформация и импортозамещение технологий в организациях. Импортозамещение и развитие ИКТ в Российской Федерации. Перспективы и проблемы разработки и внедрения российского программно-аппаратного обеспечения.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, лабораторный практикум, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

***Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы,

дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

***Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных практикумов***

Лабораторные практикумы выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

*Порядок проведения практикума.*

1. Получение задания и рекомендаций к выполнению практикума.
2. Настройка инструментальных средств, необходимых для выполнения практикума.
3. Выполнение заданий практикума.
4. Подготовка отчета в соответствии с требованиями.
5. Сдача отчета преподавателю.

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

*Требования к оформлению результатов практикумов (отчет).*

При подготовке отчета: изложение материала должно идти в логической последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, шрифт Times New Roman, размер – 14, выравнивание по ширине, отступ первой строки – 1,25, междустрочный интервал – 1,5, правильное оформление рисунков (подпись, ссылка на рисунок в тексте).

При подготовке презентации: строгий дизайн, минимум текстовых элементов, четкость формулировок, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, воспринимаемая графика, умеренная анимация.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

*Работа с литературой (конспектирование)*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

*Реферат*

Подготовка рефератов направлена на развитие и закрепление у обучающихся навыков самостоятельного глубокого, творческого и всестороннего анализа научной, методической и другой литературы по актуальным проблемам дисциплины; на выработку навыков и умений грамотно и убедительно излагать материал, четко формулировать теоретические обобщения, выводы и практические рекомендации.

Рефераты должны отвечать высоким квалификационным требованиям в отношении научности содержания и оформления.

Темы рефератов, как правило, посвящены рассмотрению одной проблемы. Объем реферата может быть от 12 до 15 страниц машинописного текста, отпечатанного через 1,5 интервала, а на компьютере через 1 интервал (список литературы и приложения в объем не входят).

Текстовая часть работы состоит из введения, основной части и заключения.

Во введении обучающийся кратко обосновывает актуальность избранной темы реферата, раскрывает конкретные цели и задачи, которые он собирается решить в ходе своего небольшого исследования.

В основной части подробно раскрывается содержание вопроса (вопросов) темы.

В заключении кратко должны быть сформулированы полученные результаты исследования и даны выводы. Кроме того, заключение может включать предложения автора, в том числе и по дальнейшему изучению заинтересовавшей его проблемы.

В список литературы (источников и литературы) обучающийся включает только те документы, которые он использовал при написании реферата.

В приложении (приложения) к реферату могут выноситься таблицы, графики, схемы и другие вспомогательные материалы, на которые имеются ссылки в тексте реферата.

***Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины***

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоят. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Цифровая трансформация мира* | Государство как платформа | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка реферата | Реферат |
| *Тема 2. Цифровая трансформация бизнеса* | Стратегические активы цифровой трансформации. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к лабораторному практикуму, подготовка отчета по практикуму | Отчет по лабораторному практикуму |
| *Тема 3. Сквозные технологии* | Ит-инфраструктура | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к лабораторному практикуму, подготовка отчета по практикуму | Отчет по лабораторному практикуму |
| *Тема 4. Цифровая трансформация в контексте импортозамещения* | Перспективы и проблемы разработки и внедрения российского программно-аппаратного обеспечения. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к лабораторному практикуму, подготовка отчета по практикуму | Отчеты по лабораторным практикумам |

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1. Воронов, М. В. Системы искусственного интеллекта: учебник и практикум для вузов / М. В. Воронов, В. И. Пименов, И. А. Небаев. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 256 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14916-6. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. Горелов, Н. А. Развитие информационного общества: цифровая

экономика : учебное пособие для вузов / Н. А. Горелов, О. Н. Кораблева. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 241 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10039-6. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

3. Кудрявцев, В. Б. Интеллектуальные системы : учебник и практикум для вузов / В. Б. Кудрявцев, Э. Э. Гасанов, А. С. Подколзин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 165 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07779-7. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

4. Сергеев, Л. И. Цифровая экономика : учебник для вузов / Л. И. Сергеев, А. Л. Юданова ; под редакцией Л. И. Сергеева. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 332 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13619-7. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

5. Станкевич, Л. А. Интеллектуальные системы и технологии : учебник и практикум для вузов / Л. А. Станкевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 397 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02126-4. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература:***

1. Основы цифровой экономики : учебник и практикум для вузов / М. Н. Конягина [и др.] ; ответственный редактор М. Н. Конягина. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 235 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13476-6. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. Попов, Е. В. Умные города : монография / Е. В. Попов, К. А. Семячков. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 346 с. — (Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-13732-3. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

3. Сологубова, Г. С. Составляющие цифровой трансформации : монография / Г. С. Сологубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 147 с. — (Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-11335-8. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

## 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № п/п | Наименование ресурса | Ссылка |
|---|---|---|
| 1. | НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА «КИБЕРЛЕНИНКА» | https://cyberleninka.ru/ |
| 2. | Информационно-аналитический портал по компьютерной тематике | https://habr.com/ru/ |
| 3. | Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов: федеральный портал | http://school-collection.edu.ru/catalog/ |
| 4. | Официальный сайт «Сбер» и экосистема сервисов | https://www.sber.ru |
| 5. | МТС: связь и экосистема цифровых сервисов | https://moskva.mts.ru/ |
| 6. | Официальный сайт UBER | https://support-uber.com/ |
| 7. | Портал «Открытое образование» | https://openedu.ru/ |
| 8. | Экосистемы: подходы к регулированию: доклад для общественных консультаций. Апрель 2021 г. Банк России | https://cbr.ru/Content/Document/File/119960/Consultation_Paper_02042021.pdf |
| 9 | С. Ю. Фридлянова, Н. Б. Шугаль Цифровая экономика: 2022 : краткий статистический сборник / Г. И. Абдрахманова, Ц75 С. А. Васильковский, К. О. Вишневский и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2022. – 124 с. | https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/552091260.pdf |
| 10 | Федеральный закон от 26.07.2017 N 187-ФЗ "О безопасности критической информационной инфраструктуры Российской Федерации" | https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_220885/ |
| 11 | Альт Образование 10.0. Документация. Руководство пользователя | https://docs.altlinux.org/ru-RU/alt-education/10.0/html/alt-education/index.html |
| 12 | Прогноз научно-технологического развития России на период до 2030 года (утв. Председателем Правительства РФ) | http://government.ru/media/files/41d4b737638b91da2184.pdf |
| 13 | Прогноз научно-технологического развития России: 2030 (аналитический доклад), ВШЭ | https://prognoz2030.hse.ru/data/2014/12/25/1103939133/Prognoz_2030_final.pdf |
| 14 | База знаний о РЕД ОС | https://redos.red-soft.ru/base/ |

## 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Лаборатория информационных технологий для проведения лабораторных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональные компьютеры; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)

- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)
- Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### *7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины*

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Лабораторный практикум | 12-10 /60-40– работа и отчет выполнены в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, правильно выбраны совместимые комплектующие, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы;<br>9-7 /39-20– работа и отчет выполнены в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, правильно выбраны совместимые комплектующие, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы;<br>6-5/19-10 – работа и отчет выполнены в срок, в основном самостоятельно, использованы соответствующие формулы; определены соответствующие спецификации, имеются ошибки в расчетах; выбраны совместимые комплектующие необходимые, выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы;<br>4-1 /9-1– обучающийся подготовил работу и отчет несамостоятельно или не завершил в срок, описание спецификации содержит незначительные ошибки, выводы и ответы на вопросы отсутствуют. |
| 2. | Реферат | 16 – грамотное использование компьютерной терминологии, |

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| | | свободное изложение рассматриваемой проблемы, логичность и обоснованность выводов;<br>11 – грамотное использование компьютерной терминологии, частично верные суждения в рамках рассматриваемой темы, выводы недостаточно обоснованы;<br>7 – грамотное использование компьютерной терминологии, способность видения существующей проблемы, необоснованность выводов, неполнота аргументации собственной точки зрения. |

***Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости***

***Типовые задания к лабораторным практикумам***

***Лабораторный практикум № 1. Цифровая трансформация Росстата***

Проанализируйте материал на сайтах:

1. https://habr.com/ru/article/519100/
2. https://d-russia.ru/novyj-proekt-strategii-rosstata-deklariruet-perehod-ot-golyh-cifr-k-analizu-dannyh-glava-vedomstva.html
3. https://www.strana2020.ru/novosti/onlayn-igra-vserossiyskoy-perepisi-priznana-luchshey-na-konkurse-tagline-awards/
4. https://rosstat.gov.ru/strategy
5. https://www.tadviser.ru/index.php/Проект:Росстат_(Цифровая_аналитическая_платформа)

*Задания:*

1. Оцените степень и проблемы использования Big Data в российских IT на основе опроса Ассоциации больших данных (АБД). Какие преграды существуют для использования Big Data в малых организациях малого и среднего бизнес (МСП)? (1)
2. Выясните, в чем заключается переход Росстата в рамках стратегии до 2024 г. (2,4,5). Какие возможности обеспечивает использование технологии big data при проведении переписи населения?
3. Зарегистрируйтесь в онлайн-игре Росстата о переписи. Пройдите все уровни. Почему онлайн-игра о переписи признана лучшей на конкурсе Tagline Awards? (3)

***Лабораторный практикум № 2. «Экосистема СБЕР»***

Изучите материал на сайтах:

1. https://www.sber.ru
2. https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Экосистема_Сбербанка
3. https://www.rbc.ru/business/01/05/2021/608c29a49a7947e2aed7b9fe

*Задания:*

1. Изучите, какие сервисы входят в экосистему Сбера.
2. Выявите и определите основные партнерские связи, группы бизнес-системы, дайте характеристику партнерских организаций.
3. Установите связь финансовых потоков внутри бизнес-системы, логику и цель финансовых потоков.
4. Обозначьте стиль финансового поведения потребителей цифровых услуг и виртуальных продуктов.
5. Изучите кадровую политику партнеров экосистемы, влияние цифровой среды на компетенции трудовых ресурсов.
6. Изучите источники финансирования развития бизнес-системы, резервы роста бизнеса.
7. Определите основные риски бизнеса цифровой экосистемы, классифицируйте их.
8. Определите степень устойчивости экосистемы Сбера.
9. Оцените результативность экосистемы Сбера.

***Лабораторный практикум № 3. Российские операционные системы. Базовые сведения, особенности и источники дистрибутива, графическое окружение***

Целью работы является изучение базовых сведений о российской операционной системы Альт Образование 10.

Порядок выполнения работы

1) зарегистрироваться на образовательной платформе https://kurs.basealt.ru/my/ и записаться на курс Альт Образование 10 по ссылке https://kurs.basealt.ru/course/view.php?id=89

2) изучить базовые сведение об операционной системе, особенности и источники дистрибутива

3) изучить графическое окружение

4) пройти мини-тест по ссылке https://kurs.basealt.ru/course/view.php?id=89 по теме «Компания Базальт СПО и Альт Образование 10: базовые сведения. Графическое окружение ОС Альт Образование 10»

***Лабораторный практикум № 4. Российские операционные системы. Начало работы и интерфейс Альт Образование 10***

Целью работы является изучение старта и интерфейса российской операционной системы Альт Образование.

Порядок выполнения работы

1) изучить процедуры запуска операционной системе, переключения пользователей

2) изучить элементы рабочего стола

3) изучить работу с окнами приложений и пользовательские настройки

4) пройти мини-тест по ссылке https://kurs.basealt.ru/course/view.php?id=89 по теме «Начало работы и интерфейс Альт Образование 10 (рабочий стол)»

***Лабораторный практикум № 5. Российские операционные системы. Файлы и файловые операции в Альт Образование 10***

Целью работы является изучение файловых операций в российской операционной системе Альт Образование.

Порядок выполнения работы

1) изучить файловый менеджер «Thunar»Лекция
2) изучить стандарт организации дерева каталогов в ОС АльтЛекция
3) изучить работу с каталогами, файлами «Корзиной»
4) пройти мини-тест по ссылке https://kurs.basealt.ru/course/view.php?id=89 по теме «Файлы и файловые операции»
5) изучить Браузер Chromium
6) изучить Почтовый клиент Mozilla Thunderbird
7) изучить Клиент служб обмена мгновенными сообщениями
8) пройти мини-тест по теме «Интернет-приложения в составе Альт Образование» по ссылке https://kurs.basealt.ru/course/view.php?id=89

***Лабораторный практикум № 6. Российские операционные системы. Стандартные и системные приложения в Альт Образование 10***

Целью работы является изучение стандартных и системных приложений в российской операционной системе Альт Образование.

Порядок выполнения работы – изучить:

1. Программу просмотра изображений «Ristretto»
2. Текстовый редактор Mousepad
3. Калькулятор
4. Менеджер архивов
5. Просмотрщик pdf и djvu-документов
6. Создание снимков экрана
7. Средства поиска
8. Воспроизведение аудио и видео файлов
9. Системный монитор
10. Терминал среды XFCE
11. Пройти Мини-тест по теме «Стандартные и системные приложения для ежедневной работы» по ссылке https://kurs.basealt.ru/course/view.php?id=89

***Лабораторный практикум № 7. Российские операционные системы. Офисные приложения в Альт Образование 10***

Целью работы является изучение офисных приложений в российской операционной системе Альт Образование.

Порядок выполнения работы – изучить:

1. LibreOffice WriterЛекция
2. LibreOffice CalcЛекция

3. Пример таблицы с даннымиФайл
4. LibreOffice ImpressЛекция
5. LibreOffice DrawЛекция
6. LibreOffice BaseЛекция
7. Пример таблицы для базы данныхФайл Электронная таблица OpenDocument, 27.3Кбайт
8. LibreOffice MathЛекция
9. Выполнить Мини-тест по теме «Офисные приложения» по ссылке https://kurs.basealt.ru/course/view.php?id=89

***Примерные темы рефератов:***

1. Источники больших данных
2. Алгоритмы поиска и искусственный интеллект
3. Методы извлечения, представления и обработки знаний.
4. Интеллектуальный анализ данных.
5. Машинная обработка естественного языка.
6. Роботизация
7. Машинное обучение.
8. Искусственные нейронные сети.
9. Экспертные системы.
10. Квантовые технологии
11. Искусственный интеллект и информационная безопасность
12. 3D-печать
13. Блокчейн
14. Умное производство
15. Интернет вещей
16. Промышленный интернет
17. Робототехника
18. Голосовые помощники
19. Государственные цифровые платформы
20. Компетенции цифровой экономики

### 7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачёта.

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| Зачёт представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:<br><br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень | Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:<br>Задание 1: 0-30 баллов<br>Задание 2: 0-30 баллов<br>Задание 3: 0-40 баллов<br><br>«Зачтено»<br>– 90–100 – ответ правильный, логически выстроен, |

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | использована профессиональная терминология. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>– 70–89 – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения заданий правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>– 50–69 – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задание решено частично.<br>«Не зачтено»<br>– менее 50 – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены. |

## *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

***<u>Задания 1-го типа</u>***

1. Какие системы обработки информации принято называть «системами искусственного интеллекта (СИИ)»?
2. Что такое «знания» и чем они отличаются от «данных»?
3. Назовите основные способы представления знаний в СИИ.
4. 5G и его влияние на бизнес стратегии телекоммуникационных компаний
5. Интернет вещей: становление и развитие
6. Квантовые технологии
7. Основные классы систем искусственного интеллекта.
8. Структура экспертной системы.
9. Технология создания экспертной системы.
10. Роль экспертов при создании экспертной системы.
11. Виртуальная реальность и дополненная реальность
12. Применение экспертных систем в финансово-экономической сфере.
13. Нейронная сеть. Основные понятия.
14. Блокчейн. Основные понятия
15. Робототехника
16. Роль инженеров по знаниям при создании экспертной системы.
17. Назовите предпосылки цифровой трансформации
18. Опишите концепцию государства как платформа
19. Приведите примеры цифровых сервисов, основанных на СИИ
20. Приведите примеры цифровых платформ
21. Перечислите основных российских разработчиков аппаратного

обеспечения и их продукты.

22. Перечислите основных российских разработчиков прикладного программного обеспечения и их кейсы по внедрению.

23. Перечислите основных российских разработчиков операционных систем и их кейсы по внедрению.

24. Каким требованиям должны удовлетворять аппаратные средства для приобретения их государственными компаниями и ведомствами.

25. Перечислите операционные системы и их разработчиков, которые могут использоваться в российских госслужбах для работы с государственной тайной и информацией "особо секретно".

***Задания 2-го типа***

1. Назовите основные методы извлечения, представления и обработки знаний. Обоснуйте ответ.

2. На какие типы подразделяются в настоящее время системы искусственного интеллекта, функционирующие на принципах новой информационной технологии? Обоснуйте ответ.

3. В чем состоит главное назначение инженерии знаний? Обоснуйте ответ.

4. С каким объектом изучения тесно связаны термины «интеллект» и «информатика»? Обоснуйте ответ.

5. Какими характерными особенностями обладают системы искусственного интеллекта? Обоснуйте ответ.

6. Как называется область информационной технологии, изучающая методы превращения знаний в объект обработки на компьютере? Обоснуйте ответ.

7. Как называется искусственная система, имитирующая решение человеком сложных задач в процессе его жизнедеятельности? Обоснуйте ответ.

8. Назовите примеры использования искусственного интеллекта в корпоративной среде. Обоснуйте ответ.

9. Назовите примеры использования искусственного интеллекта в образовательной среде. Обоснуйте ответ.

10. Назовите примеры использования искусственного интеллекта в государственных сервисах. Обоснуйте ответ.

11. Как развитие 5G может повлиять на рынок услуг и средств связи?

12. Как политика импортозамещения влияет на стратегии цифровой трансформации организаций малого и среднего бизнеса?

13. Как политика импортозамещения влияет на стратегии цифровой трансформации организаций крупного бизнеса?

14. Какие организации относятся к системообразующим?

15. Что относится к объектам критической информационной инфраструктуры?

16. Какие компетенции необходимы, для реализации проектов цифровой трансформации на предприятии?

17. Опишите понятие цифровое лидерство.

18. Как политика импортозамещения влияет на стратегии цифровой трансформации государственных структур?

19. Поясните термин государство как платформа.

20. Перечислите основные нормативно-правовые акты РФ, определяющие цифровую трансформацию государственного управления и их основные положения

21. Перечислите составляющие экосистемы государственных коммуникаций.

22. Какие информационные системы разрешается использовать в составе значимых объектов критической информационной инфраструктуры?

23. Перечислите основные нормативно-правовые акты РФ, определяющие объекты критической информационной инфраструктуры

24. Особенности кадровой политики при реализации стратегии цифровой трансформации предприятия

25. Как стратегия цифровой трансформации влияет на рынок труда?

***<u>Задания 3-го типа</u>***

**Задание 1.**

Описать состав экосистемы Сбер

**Задание 2.**

Описать состав экосистемы МТС

**Задание № 3.**

Описать состав экосистемы «Госуслуги»

**Задание № 4.**

Представить пример дорожной карты цифровой трансформации системообразующего предприятия

**Задание № 5.**

Привести пример дорожной карты цифровой трансформации государственного предприятия или предприятия с государственным участием

**Задание № 6.**

Представить пример дорожной карты цифровой трансформации промышленного предприятия

**Задание № 7.**

Представить пример дорожной карты цифровой трансформации медицинского учреждения

**Задание № 8**

Представить пример дорожной карты цифровой трансформации образовательного учреждения

**Задание № 9.**

Представить пример дорожной карты цифровой трансформации транспортного предприятия

**Задание № 10.**

Представить пример дорожной карты цифровой трансформации образовательного учреждения

**Задание № 11.**

Опишите основные технологические этапы разработки экспертных систем: идентификацию, концептуализацию, формализацию, выполнение, тестирование, опытную эксплуатацию. Отобразите эти этапы в виде ряда технологических операций, используя графический онлайн-редактор.

**Задание № 12.**

Приведите пример использования интеллектуальных помощников как элемента цифровой трансформации бизнеса

**Задание № 13.**

Приведите пример использования искусственного интеллекта как элемента цифровой трансформации бизнеса

**Задание № 14.**

Приведите пример использования сквозных технологий в цифровой трансформации бизнеса

**Задание № 15.**

Приведите пример использования сквозных технологий в цифровой трансформации бизнеса

**Задание № 16.**

Приведите пример экономического эффекта от цифровой трансформации бизнеса

**Задание № 17.**

Приведите пример социального эффекта от цифровой трансформации бизнеса

**Задание № 18.**

Приведите известные вам примеры применения интеллектуальных систем в здравоохранении.

**Задание № 19.**

Приведите известные вам примеры применения интеллектуальных экспертных систем в области образования.

**Задание № 20.**

Опишите проблемы внедрения российского программного обеспечения на промышленных высокотехнологичных предприятиях.

**Задание № 21.**

Опишите проблемы внедрения российского программного обеспечения в образовательных организациях.

**Задание № 22.**

Опишите проблемы внедрения российского программного обеспечения в образовательных организациях.

**Задание № 23.**

Облачные технологии в стратегиях трансформации предприятий.

**Задание № 24.**

Опишите проблемы и перспективы интернета вещей.

**Задание № 25.**

Опишите проблемы внедрения промышленного интернета.

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Правоведение»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

## Содержание

I. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ ..... 3

II. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ..... 5

III. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ..... 5

IV. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 8

V. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 11

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 19

VII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ..... 20

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Правоведение» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 N 512.

Дисциплина «Правоведение» ориентирована на получение обучающимися системного представления о государственно-правовых явлениях, гражданском обществе и правовом государстве; повышение уровня их правового сознания и правовой культуры, позволит правильно применять законодательство для качественной организации профессиональной деятельности.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 1 семестре.

**Цель и задачи дисциплины**

***Цель изучения дисциплины*** – формирование у обучающихся необходимых компетенций для успешного освоения образовательной программы, в том числе усвоение основных особенностей правовой системы Российской Федерации, в том числе частноправового регулирования имущественных и связанных с ними личных неимущественных отношений, возникающих между юридически равными участниками правоотношений, а также особенности российского государства с точки зрения его устройства и функционирования.

***Задачи изучения дисциплины***:

- изучить понятие права и государства;
- рассмотреть систему права;
- определить предмет и метод как общеправовые понятия;
- рассмотреть взаимосвязь правовых норм между собой;
- рассмотреть особенности норм права, свойственных для различных отраслей права;
- рассмотреть государственное устройство Российской Федерации в сравнении с другими государственными образованиями, существующими в настоящее время;
- выявить специфику норм права по сравнению с другими нормами, существующие в обществе (нормами морали и нравственности и т.д.);

- закрепление и систематизация полученных знаний;
- развитие правовой и политической культуры обучающихся;
- формирование культурно-ценностного отношения к праву, закону, социальным ценностям правового государства;
- выработка способностей к теоретическому анализу правовых ситуаций, навыков реализации своих прав в социальной сфере в широком правовом контексте;
- формирование практических навыков в применении законодательства РФ.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компе-тенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **выпускник должен знать** | **выпускник должен уметь** | **выпускник должен иметь практический опыт** | |
| Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | **УК-2** | **УК-2.1** реализует нормы права при решении задач в рамках поставленной цели | основы общей теории государства и права и основные положения конституционного, административного, уголовного, гражданского, предпринимательского, семейного, трудового, экологического, международного частного права, правовые основы защиты информации | соблюдать, исполнять, использовать и применять нормы права для достижения поставленной цели и решения задач профессиональной деятельности | - | Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа |
| Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности | **УК-10** | **УК-10.1** выявляет и распознает факты коррупции | исторические аспекты зарождения коррупции, причины и условия возникновения коррупционных отношений, понятие и сущность коррупции, теоретические и практические подходы к противодействию коррупции | распознавать коррупцию как элемент социально-политической жизни общества и разъяснять последствия коррупционного поведения | - | Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа |

# 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| ***Очная форма*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1. Государство и его роль в жизни общества* | 1 | | 2 | | | | | | | 2 | Эссе /5 |
| *Тема 2. Общие положения о праве* | 1 | | | | | | | | | 2 | Отчёт по практикуму по решению задач /5 |
| *Тема 3. Государство и право в их соотношении* | 1 | | | | | | | | | 2 | Отчёт по практическому домашнему заданию /5 |
| *Тема 4. Государство и право в Российской Федерации* | 1 | 2 | | | | | | | | 2 | Доклад /5 |
| *Тема 5. Основы конституционного права Российской Федерации* | 2 | | | | | | | | | 2 | Отчёт по практическому домашнему заданию /5 |
| *Тема 6. Основы административного права Российской Федерации* | 1 | 2 | | | | | | | | 2 | Доклад /5 |
| *Тема 7. Основы уголовного права Российской Федерации* | 1 | | | | | | | | | 2 | Отчёт по практическому домашнему заданию /5 |
| *Тема 8. Правовые основы защиты информации* | 1 | | 2 | | | | | | | 2 | Отчёт по практикуму по решению задач /5 |
| *Тема 9. Основы гражданского права Российской Федерации* | 2 | | | | | | | | | 2 | Отчёт по практическому домашнему заданию /5 |
| *Тема 10. Основы семейного права Российской Федерации* | 1 | | 2 | | | | | | | 2 | Отчёт по практикуму по решению задач /5 |
| *Тема 11. Основы предпринимательского права Российской* | 1 | | | | | | | | | 2 | Отчёт по практическому домашнему |

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| ***Очная форма*** | | | | | | | | | | | |
| *Федерации* | | | | | | | | | | | заданию /5 |
| *Тема 12. Основы трудового права Российской Федерации* | 1 | | 2 | | | | | | | 4 | Отчёт по практикуму по решению задач/5 |
| *Тема 13. Основы экологического права* | 2 | | 2 | | | | | | | 2 | Отчёт по практическому домашнему заданию /5 |
| *Тема 14. Основы международного частного права* | 1 | | 3 | | | | | | | 4 | Отчёт по практикуму по решению задач/5 |
| *Тема 15. Основы противодействия коррупции* | 2 | 2 | | | | | | | | 2 | Доклад /5<br>Отчёт по практическому домашнему заданию /5 |
| **Всего:** | **19** | **6** | **13** | | | | | | | **34** | **100 (ТКУ+ПА)** |
| **Контроль, час** | **0** | | | | | | | | | | **Зачет (20 из 100)** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **72** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **2** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Государство и его роль в жизни общества***

1. Государство и его основные признаки
2. Сущность, социальное назначение государства и его функции
3. Механизм государства. Понятие и виды государственных органов
4. Типология и форма государства

***Тема 2. Общие положения о праве***

1. Право и правопонимание.
2. Норма права и институт права.
3. Отрасль права, система права, система законодательства.
4. Предмет права, метод права.
5. Функции права, принципы права.
6. Источник права, закон, нормотворчество.
7. Правоотношение.

***Тема 3. Государство и право в их соотношении***

1. Единство и взаимодействие государства и права
2. Правовое государство
3. Значение законности и правопорядка в современном обществе
4. Правонарушение и юридическая ответственность: понятие и виды

***Тема 4. Государство и право в Российской Федерации***

1. Форма государственного правления. Форма Российского государства
2. Основные правовые системы современности. Российская правовая система
3. Система российского права. Отрасли права

***Тема 5. Основы конституционного права Российской Федерации***

1. Понятие, предмет, метод и источники конституционного права Российской Федерации.
2. Теоретические основы конституции. Конституция Российской Федерации.
3. Основы конституционного строя России
4. Конституционные принципы правового положения человека и гражданина в Российской Федерации. Гражданство Российской Федерации
5. Конституционные права, свободы и обязанности человека и гражданина в Российской Федерации
6. Федеративное устройство России
7. Избирательная система России
8. Конституционные основы правового статуса президента Российской Федерации.
9. Федеральное собрание — парламент Российской Федерации
10. Правительство Российской Федерации: понятие, состав и порядок

формирования.

11. Конституционные основы судебной власти и прокурорского надзора в Российской Федерации.

12. Конституционные основы местного самоуправления в Российской Федерации

***Тема 6. Основы административного права Российской Федерации***

1. Понятие, задачи и принципы административного права
2. Государственное управление и исполнительная власть.
3. Субъекты административного права.
4. Государственная служба и государственные служащие.
5. Административные правонарушения.
6. Административная ответственность

***Тема 7. Основы уголовного права Российской Федерации***

1. Понятие, задачи и принципы уголовного права
2. Понятие преступления
3. Понятие уголовной ответственности
4. Уголовная ответственность за преступления в сфере экономической деятельности

***Тема 8. Правовые основы защиты информации***

1. Информация как объект правового регулирования.
2. Правые вопросы обеспечение информационной безопасности.
3. Правовое регулирование отношений по защите государственной тайны.
4. Правовое регулирование отношений, связанных с режимом коммерческой тайны.
5. Правовое регулирование отношений в области обработки персональных данных.
6. Правовое регулирование электронного документооборота.
7. Правовое регулирование отношений в области связи и массовых коммуникаций.
8. Правовое регулирование отношений в области библиотечного и архивного дела.
9. Правовое регулирование отношений в сфере организации и деятельности средств массовой информации.
10. Защита государственной тайны в Российской Федерации

***Тема 9. Основы гражданского права Российской Федерации***

1. Общие положения гражданского права Российской Федерации
2. Право собственности и иные вещные права
3. Обязательства в гражданском праве.
4. Договоры.

***Тема 10. Основы семейного права Российской Федерации***

1. Понятие семейного права и его принципы
2. Брачно-семейные отношения
3. Права и обязанности супругов. Брачный договор.
4. Права и обязанности детей и родителей
5. Алиментные обязательства

***Тема 11. Основы предпринимательского права Российской Федерации***

1. Понятие и предмет предпринимательского права.
2. Юридические лица, как субъект предпринимательского права.
3. Правовые основы несостоятельности (банкротства) хозяйствующих субъектов
4. Субъекты малого предпринимательства.
5. Административные правонарушения в области предпринимательской деятельности.
6. Защита прав предпринимателей.

***Тема 12. Основы трудового права Российской Федерации***

1. Понятие трудового права
2. Трудовой договор (контракт) — основной институт трудового права
3. Рабочее время и время отдыха.
4. Оплата труда.
5. Трудовые споры
6. Трудовая дисциплина и ответственность за ее нарушение
7. Особенности правового регулирования будущей профессиональной деятельности

***Тема 13. Основы экологического права***

1. Понятие, предмет, метод, принципы и система экологического права
2. Источники экологического права
3. Общая характеристика управления в области природопользования и охраны окружающей среды
4. Экономическое регулирование в области охраны окружающей среды
5. Государственный экологический надзор. Производственный и общественный контроль в области охраны окружающей среды
6. Юридическая ответственность за экологические правонарушения

***Тема 14. Основы международного частного права***

1. Понятие, предмет и система международного частного права.
2. Источники международного частного права
3. Субъекты международного частного права
4. Правовое положение иностранной собственности
5. Внешнеэкономические сделки

6. Международные расчеты и кредитные отношения.
7. Интеллектуальная собственность в международном частном праве
8. Семейно-брачные отношения в международном частном
9. Международное наследственное право
10. Деликтные отношения в международном частном праве
11. Международный гражданский процесс.

***Тема 15. Основы противодействия коррупции***

1. Понятие и сущность коррупции.
2. Причины и условия возникновения коррупционных отношений.
3. Основные направления государственной политики в области противодействия коррупции в России.
4. Международный опыт противодействия коррупции.
5. Антикоррупционное законодательство Российской Федерации.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, семинары, практикумы по решению задач, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

***Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету с оценкой.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся

имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

***Методические указания для обучающихся при работе на семинаре***

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов одногруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

***Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач***

Практикум по решению задач – это аудиторная форма текущего контроля, предполагающая решение обучающимися практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Текст задачи, как правило, описывает реально существующую, житейскую ситуацию. Следовательно, как и описание любой жизненной ситуации, задачный текст, как правило, “зашумлен”, избыточен, то есть может иметь ряд подробностей, не относящихся к сути задачи. Текст задачи, чаще всего, не указывает на способы и средства ее решения.

Перед выполнением практикума по решению задач необходимо изучить материал лекции и рекомендованную преподавателем литературу.

*Порядок проведения практикума.*

1. Получение задания и рекомендаций к выполнению практикума.
2. Выполнение заданий практикума.
3. Подготовка отчета в соответствии с требованиями.
4. Сдача отчета преподавателю.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении практикума по решению задач необходимо аргументировать ответы на вопросы ссылками на нормы права. Ответы должны быть полными и исчерпывающими, содержать авторское мнение по существу вопроса. При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

***Методические указания для обучающихся по подготовке эссе***

Эссе - это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем. Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

Структура эссе определяется предъявляемыми к нему требованиями:

1. мысли автора эссе по теме излагаются в форме кратких тезисов (Т).
2. мысль должна быть подкреплена доказательствами - поэтому за тезисом следуют аргументы (А).

Аргументы - это факты, явления общественной жизни, события, жизненные ситуации и жизненный опыт, научные доказательства, ссылки на мнение ученых и др. Лучше приводить два аргумента в пользу каждого тезиса: один аргумент кажется неубедительным, три аргумента могут "перегрузить" изложение, выполненное в жанре, ориентированном на краткость и образность.

Таким образом, эссе приобретает кольцевую структуру (количество тезисов и аргументов зависит от темы, избранного плана, логики развития мысли):

– вступление
– тезис, аргументы
– тезис, аргументы
– тезис, аргументы
– заключение.

При написании эссе важно также учитывать следующие моменты:

1. Вступление и заключение должны фокусировать внимание на проблеме (во вступлении она ставится, в заключении - резюмируется мнение автора).

2. Необходимо выделение абзацев, красных строк, установление логической связи абзацев: так достигается целостность работы.

3. Стиль изложения: эссе присущи эмоциональность, экспрессивность, художественность. Специалисты полагают, что должный эффект обеспечивают короткие, простые, разнообразные по интонации предложения, умелое использование "самого современного" знака препинания - тире.

***Методические указания для обучающихся по подготовке доклада***

*Доклад* - это форма текущего контроля успеваемости, включающая самостоятельную работу обучающегося по подготовке презентации и аудиторную работу – выступление перед аудиторией.

Темы докладов, как правило, предлагает преподаватель, но обучающийся может сформулировать тему доклада самостоятельно и, согласовав её с преподавателем, затем выступить с докладом по ней.

Структура доклада должна включать:

- введение,
- основную часть,
- заключение.

В введении доклада рекомендуется сформулировать проблему (1-3 предложения), рассматриваемую в рамках доклада и обосновать актуальность проблемы (ответить на вопрос о том, почему сформулированную проблему нужно решать, т.е. какие негативные последствия могут возникнуть, если проблему не решить).

В основную часть доклада помимо рекомендуется включить:

1. Анализ теории по теме доклада, в первую очередь – анализ понятийно-категориального аппарата (какие есть основные понятия и категории по теме доклада, какие закреплены законодательно, а какие нет; достаточно ли существующего понятийно-категориального аппарата; достаточно выверен понятийно-категориальный аппарат, есть ли в нем противоречия и пробелы).

2. Анализ правоприменительной практики по теме доклада (какие есть интересные правовые позиции судей, должностных лиц, органов

власти, изложенные в судебных решениях, письмах, инструкциях, положениях, рекомендациях и т.д.).

3. Анализ отечественного и зарубежного опыта решения выявленных проблем:

- как предлагают решить проблему в России,

- как предлагают решить проблему за рубежом (или как уже решили).

4. Предложения по решению проблемы, которые могут быть как исключительно оригинальными, так и построенными на основе позиций исследователей. Предлагаемые способы решения проблем должны быть аргументированными и носить конкретный характер (например, содержать конкретные формулировки текста статей, которые предлагается включить в текст закона).

Тезисы, излагаемые в основной части доклада, рекомендуется иллюстрировать фактическими данными, в т.ч. приводить статистические данные и иные данные, имеющие количественные и качественные показатели, подготовленные авторитетными организациями и учеными.

Заключение, как правило, включает выводы по теме доклада, т.е. тезисное изложение ключевых положений доклада, в первую очередь, предложений или направлений по решению выявленных проблем. Выводы рекомендуется сформулировать кратко и исчерпывающе.

Докладчик в целом должен:

– хорошо ориентироваться в содержании доклада,

– владеть понятийно-категориальным аппаратом по теме доклада,

– подтверждать тезисы доклада примерами отечественной и зарубежной правоприменительной практики, ссылками на нормативно-правовые акты,

– иллюстрировать доклад презентационными материалами и, по возможности, разработочными материалами, которые должны не дублировать, а дополнять выступление докладчика. Иллюстрации в презентации должны быть достаточными, но не чрезмерными, способствовать донесению до аудитории информации, напрямую относиться к теме доклада. Используемые картинки не должны носить абстрактный характер. В презентации желательно наличие графиков и таблиц.

– быть готов ответить на вопросы аудитории по содержанию доклада.

***Методические указания для обучающихся по выполнению практического домашнего задания***

Практическое домашнее задание – это самостоятельная форма работы обучающихся, предполагающая решение обучающимися практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Текст задачи, как правило, описывает реально существующую,

житейскую ситуацию. Следовательно, как и описание любой жизненной ситуации, задачный текст, как правило, “зашумлен”, избыточен, то есть может иметь ряд подробностей, не относящихся к сути задачи. Текст задачи, чаще всего, не указывает на способы и средства ее решения.

Прежде чем приступать к выполнению практического домашнего задания, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

Перед выполнением практического домашнего задания необходимо изучить материал лекции и рекомендованную преподавателем литературу. При решении задач необходимо аргументировать ответы на вопросы ссылками на нормы права. Ответы должны быть полными и исчерпывающими, содержать авторское мнение по существу вопроса.

При сдаче задания проверку рекомендуется сначала привести полный текст задания, затем первый вопрос с ответом на него, затем второй вопрос с ответом на него и т.д.

***Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины***

| **Наименование темы** | **Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение** | **Формы самостоят. работы** | **Форма текущего контроля** |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Государство и его роль в жизни общества* | Типология и форма государства | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка эссе | Эссе |
| *Тема 2. Общие положения о праве* | Функции права, принципы права. Источник права, закон, нормотворчество. Правоотношение. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка к практикуму по решению задач | Отчёт по практикуму по решению задач |
| *Тема 3. Государство и право в их соотношении* | Правонарушение и юридическая ответственность: понятие и виды | Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет»<br>Выполнение практического домашнего задания | Отчёт по практическому домашнему заданию |
| *Тема 4. Государство и* | Система российского права. Отрасли права | Работа с литературой, включая ЭБС, | Доклад |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоят. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| *право в Российской Федерации* | | Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет»<br>Подготовка к выступлению с докладами | |
| *Тема 5. Основы конституционного права Российской Федерации* | Конституционные права, свободы и обязанности человека и гражданина в Российской Федерации<br>Федеративное устройство России<br>Избирательная система России<br>Конституционные основы правового статуса президента Российской Федерации.<br>Федеральное собрание - парламент Российской Федерации<br>Правительство Российской Федерации: понятие, состав и порядок формирования.<br>Конституционные основы судебной власти и прокурорского надзора в Российской Федерации.<br>Конституционные основы местного самоуправления в Российской Федерации | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Выполнение практического домашнего задания | Отчёт по практическому домашнему заданию |
| *Тема 6. Основы административного права Российской Федерации* | Административные правонарушения.<br>Административная ответственность | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка к выступлению с докладами | Доклад |
| *Тема 7. Основы уголовного права Российской Федерации* | Уголовная ответственность за преступления в сфере экономической деятельности | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Выполнение практического домашнего задания | Отчёт по практическому домашнему заданию |
| *Тема 8. Правовые основы защиты информации* | Правовое регулирование отношений в области обработки персональных данных.<br>Правовое регулирование | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка к | Отчёт по практикуму по решению задач |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоят. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| | электронного документооборота. Правовое регулирование отношений в области связи и массовых коммуникаций. Правовое регулирование отношений в области библиотечного и архивного дела. Правовое регулирование отношений в сфере организации и деятельности средств массовой информации. Защита государственной тайны в Российской Федерации | практикуму по решению задач | |
| *Тема 9. Основы гражданского права Российской Федерации* | Договоры | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Выполнение практического домашнего задания | Отчёт по практическому домашнему заданию |
| *Тема 10. Основы семейного права Российской Федерации* | Алиментные обязательства | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму по решению задач | Отчёт по практикуму по решению задач |
| *Тема 11. Основы предпринимательского права Российской Федерации* | Административные правонарушения в области предпринимательской деятельности. Защита прав предпринимателей | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Выполнение практического домашнего задания | Отчёт по практическому домашнему заданию |
| *Тема 12. Основы трудового права Российской Федерации* | Трудовые споры Трудовая дисциплина и ответственность за ее нарушение Особенности правового регулирования будущей профессиональной деятельности | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, по решению задач | Отчёт по практикуму по решению задач |
| *Тема 13. Основы экологического права* | Государственный экологический надзор. Производственный и общественный контроль в области охраны окружающей среды | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Выполнение практического | Отчёт по практическому домашнему заданию |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоят. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| | Юридическая ответственность за экологические правонарушения | домашнего задания | |
| *Тема 14. Основы международного частного права* | Внешнеэкономические сделки<br>Международные расчеты и кредитные отношения.<br>Интеллектуальная собственность в международном частном праве<br>Семейно-брачные отношения в международном частном<br>Международное наследственное право<br>Деликтные отношения в международном частном праве<br>Международный гражданский процесс. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка к практикуму по решению задач | Отчёт по практикуму по решению задач |
| *Тема 15. Основы противодействия коррупции* | Антикоррупционное законодательство Российской Федерации | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка к выступлению с докладами, выполнение практического домашнего задания. | Доклад<br><br>Отчёт по практическом у домашнему заданию |

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1. Рузакова, О.А. Правоведение : учебник : [16+] / О.А. Рузакова, А.Б. Рузаков. – 4-е изд., стер. – Москва : Университет Синергия, 2019. – 208 с. : ил. – (Легкий учебник).

2. Правоведение : учебник : [16+] / С. В. Барабанова, Ю. Н. Богданова, С. Б. Верещак и др. ; под ред. С. В. Барабановой. – Москва : Прометей, 2018. – 390 с. – https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература***

1.Правоведение : учебное пособие : [16+] / Н. Н. Парыгина, В. А. Рыбаков, Т. А. Солодовченко, Н. А. Темникова ; Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского. – Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2018. – 116 с. – https://www.iprbookshop.ru

2. Правоведение : учебное пособие : [16+] / С. Л. Банщикова, А. В. Велькин, И. Ю. Гольтяпина и др. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 284 с. : табл. – https://www.iprbookshop.ru

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № п/п | Наименование ресурса | Ссылка |
|---|---|---|
| 1. | Собрание законодательства Российской Федерации | http://www.szrf.ru/szrf |
| 2. | Конституционный Суд Российской Федерации | http://www.ksrf.ru |
| 3. | Президент Российской Федерации | http://www.kremlin.ru |
| 4. | Правительство Российской Федерации | http://government.ru |
| 5. | Официальная Россия. Сервер органов государственной власти Российской Федерации. | http://www.gov.ru |
| 6. | Государственная Дума Федерального Собрания Российской Федерации | http://www.duma.gov.ru |
| 7. | Российская национальная библиотека. | http://www.nlr.ru |
| 8. | Сайт МВД РФ | http://www.mvd.ru/ |
| 9. | Сайт Следственного комитета РФ | http://sledcom.ru/ |
| 10. | Сайт Генеральной прокуратуры РФ | http://genproc.gov.ru/ |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

### 6.4. Перечень информационных технологий, используемых при

**осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

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

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)
- Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

| № п/п | Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Эссе | Эссе должно отвечать следующим требованиям:<br>1. терминологический аппарат применяется корректно, отсутствует подмена одного термина другим;<br>2. мысли автора подкреплены доказательствами и примерами;<br>3. вступление и заключение фокусируют внимание на проблеме (во вступлении она ставится, в заключении - резюмируется мнение автора);<br>4. отсутствуют фактологические ошибки;<br>5. отсутствуют логические ошибки, в тексте прослеживается причинно-следственная связь.<br><br>**5 баллов –** доклад отвечает всем требованиям.<br>**4 балла –** доклад не отвечает одному требованию.<br>**3 балла** – доклад не отвечает двум требованиям.<br>**0 баллов** – доклад не отвечает трем и более требованиям. |
| 2. | Практикум по решению задач | Решение задания, выполненного в рамках практикума по решению задач должно отвечать следующим требованиям:<br>1. терминологический аппарат применяется корректно, отсутствует подмена одного термина другим;<br>2. ответы на вопросы задания аргументированы ссылками на конкретные статьи нормативных правовых актов;<br>3. отсутствуют фактологические ошибки;<br>4. отсутствуют логические ошибки, в ответах на вопросы прослеживается причинно-следственная связь,<br>5. ответы на вопросы исчерпывающие и полные.<br><br>**5 баллов –** решение задачи отвечает всем требованиям.<br>**4 балла –** решение задачи не отвечает одному требованию.<br>**3 балла** – решение задачи не отвечает двум требованиям.<br>**2 балла** – решение задачи не отвечает трем требованиям.<br>**1 балл** – решение задачи не отвечает четырем требованиям.<br>**0 баллов** – решение задачи полностью не отвечает требованиям |
| 3. | Доклад | Текст доклада должен отвечать следующим требованиям:<br>1. терминологический аппарат применяется корректно, отсутствует подмена одного термина другим;<br>2. тезисы доклада подтверждаются примерами отечественной и (или) зарубежной правоприменительной практики;<br>3. автор доклада ссылается на нормативно-правовые акты;<br>4. отсутствуют логические ошибки, прослеживается причинно-следственная связь;<br>5. отсутствуют фактологические ошибки.<br><br>**3 балла –** доклад отвечает всем требованиям.<br>**2 балла –** доклад не отвечает одному требованию.<br>**1 балл** – доклад не отвечает двум требованиям.<br>**0 баллов** – доклад не отвечает трем и более требованиям.<br><br>Презентация должна отвечать следующим требованиям:<br>1. иллюстрации достаточные, но не чрезмерные и способствуют донесению до аудитории информации, напрямую относятся к теме доклада, не носят абстрактный характер;<br>2. содержание презентации коррелирует с текстом доклада.<br><br>**2 балла** – презентация отвечает всем требованиям. |

| № п/п | Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| | | **1 балл** – презентация отвечает 1 требованию<br>**0 баллов** – презентация полностью не отвечает требованиям. |
| 4. | Практическое домашнее задание | Решение задания, выполненного в рамках практикума по решению задач должно отвечать следующим требованиям:<br>1. терминологический аппарат применяется корректно, отсутствует подмена одного термина другим;<br>2. ответы на вопросы задания аргументированы ссылками на конкретные статьи нормативных правовых актов;<br>3. отсутствуют фактологические ошибки;<br>4. отсутствуют логические ошибки, в ответах на вопросы прослеживается причинно-следственная связь,<br>5. ответы на вопросы исчерпывающие и полные.<br><br>**5 баллов –** решение задачи отвечает всем требованиям.<br>**4 балла –** решение задачи не отвечает одному требованию.<br>**3 балла** – решение задачи не отвечает двум требованиям.<br>**2 балла** – решение задачи не отвечает трем требованию.<br>**1 балл** – решение задачи не отвечает четырем требованиям.<br>**0 баллов** – решение задачи полностью не отвечает требованиям. |

## *Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости*

### *Типовые задания к практикумам по решениям задач*

***Практикум по решению задач № 1. Тема 2. Общие положения о праве***

**Задание 1**

*Что из перечисленного ниже можно отнести к подзаконным нормативным актам?*

– Указ Президента Российской Федерации «Вопросы прохождения военной службы»;

– указ Президента Татарстана;

– Конституция Российской Федерации;

– Постановление Правительства Российской Федерации «Об утверждении типового положения об образовательном учреждении»;

– приказ Министра внутренних дел Российской Федерации;

Закон Российской Федерации «Об образовании».

**Задание 2**

*Укажите, когда вступают в силу следующие нормативные акты:*

– Федеральный конституционный закон;

– Указ Президента Российской Федерации;

– Постановление Правительства Российской Федерации;

– муниципальный правовой акт.

*Какие субъективные права и обязанности могут возникать с*

*рождения?*

***Практикум по решению задач № 2. Тема 8. Правовые основы защиты информации***

**Задание 1**

Прокуратура РФ внесла протест в газету «Комсомольская правда», в котором указывала на недопустимость выпуска в свет очередного номера газеты, в котором была опубликована статья, нарушающая авторское право гражданина Петрова, направившего в прокуратуру соответствующее заявление. Газета «Комсомольская правда», оспорил данный протест в суд, мотивировав его незаконность тем, что оно нарушает требования статьи 3 Закона РФ «О средствах массовой информации», в соответствии с которой цензура в форме наложения запрета на распространение сообщений и материалов, а также их отдельных частей не допускается. По мнению газеты, поскольку указанная статья закона не содержит указание на то, что в отдельных случаях, предусмотренных законодательством, такой запрет может быть наложен, и, кроме того, повторяет норму Конституции РФ о недопустимости цензуры, то такая статья как более специальная норма (по сравнению с нормами законодательства о прокуратуре) и должна применяться в данном деле.

*Какое решение должен вынести суд по заявлению газеты?*

**Задание 2**

Гражданин Петров обратился с письмом в газету «Жизнь» с просьбой прислать ему информацию о работе регионального комитета по поддержке сельского хозяйства. Не получив в течение 3 месяцев ответа, гражданин обратился в суд, мотивировав незаконность действий газеты ссылкой на статью 38 Закона РФ о СМИ, в соответствии с которой «граждане имеют право на оперативное получение через средства массовой информации достоверных сведений о деятельности государственных органов».

*Как будет решен данный спор?*

***Практикум по решению задач № 3. Тема 10. Основы семейного права Российской Федерации***

**Задание 1**

Молодые супруги Светлана и Игорь, вступая в брак, поклялись друг другу в верности на всю жизнь. Своё обязательство не расторгать брак они зафиксировали письменно и, скрепив подписями, положили в шкатулку с фамильными ценностями. Через год Игорь приехав из отпуска, признался, что полюбил другую женщину. Светлана сказала, что согласилась бы на развод, если бы не было заключённого соглашения.

*Разрешите данную ситуацию.*

**Задание 2**

У супругов Карасёвых четверо детей. После расторжения брака дети остались с матерью. К моменту расторжения брака старший сын достиг совершеннолетия.

*Какую сумму алиментов назначит суд, если известно, что зарплата*

*отца составляет 18 тысяч рублей?*

***Практикум по решению задач № 4. Тема 12. Основы трудового права Российской Федерации***

**Задание 1**

В связи со сменой собственника организации главный бухгалтер ОАО «Ребус» Воронов и кассир Холодов были уволены. Не согласившись с увольнением, они обратились в суд с иском о восстановлении на работе.

*Правомерно ли увольнение этих работников? Является ли смена собственника основанием для увольнения работников организации?*

**Задание 2**

Фунтиков опоздал на работу на 30 минут. На вопрос о причинах опоздания сообщил, что не будет давать объяснения причин опоздания.

*Составьте проекты документов необходимых для привлечения работника к дисциплинарной ответственности за опоздание на работу (необходимые данные придумайте самостоятельно или используйте сведения из открытых источников, например, Интернет).*

***Практикум по решению задач № 5. Тема 14. Основы международного частного права***

**Задание 1**

Итальянский турист П., находясь в Москве, в ресторане гостиницы познакомился со студенткой Тамарой Л. Спустя несколько дней, они подали в ЗАГС заявление о регистрации брака, однако зарегистрировать брак не удалось.

Через два месяца в составе другой туристской группы из Италии приехал М., друг П. Вместе с Тамарой он пришел в ЗАГС, и предъявив доверенность от П. на заключение брака с Тамарой Л, просил сотрудника ЗАГСа зарегистрировать брак между российской гражданской Л. и итальянским гражданином П. Вместе с доверенностью он представил документ, свидетельствующий о том, что П. в браке не состоит.

*Что должен делать сотрудник ЗАГСа?*

*В том случае, если сотрудник ЗАГСа не зарегистрирует брак, может ли российская гражданка Л. выдать кому-либо доверенность на заключение ее брака с итальянским гражданином П.? В Италии допускается выдача доверенности представителю на заключение брака.*

*Если соответствующее итальянское учреждение зарегистрирует такой брак, будет ли он признан в России?*

**Задание 2**

В Италии скончался итальянский гражданин Виттори Замбони. У него было двое взрослых детей от первого брака, которые проживали в Лугано (Швейцария). Первый брак был расторгнут в Берне (Швейцария).

Вторая жена – гражданка СССР, с которой он вступил в брак в 1988 г. в Ростове-на-Дону. Брачный договор не заключался, поскольку до 1995 г. такой правовой институт в России не признавался.

В. Замбони завещал все свое имущество своей второй жене, лишив детей от первого брака, с которыми у него были плохие отношения,

наследства. Дети – швейцарские граждане – претендовали на обязательную долю.

*Право какой страны подлежит применению в данном случае?*

***Типовые задания к практическому домашнему заданию***

***Практическое домашнее задание № 1. Тема 3. Государство и право в их соотношении***

**Задание 1**

*Какова форма государственного устройства в данном государстве?*

В составе государства А. выделены только административно-территориальные единицы, действует единая система законодательства и единая финансово-денежная система.

**Задание 2**

*Найдите и исправьте ошибки:*

Франция – федеративное государство. Её субъектами являются Гасконь, Нормандия, Прованс и др. Франция является парламентской республикой, для которой характерны: 1) верховенство власти парламента; 2) правительство формируется лидером партии, победившей на парламентских выборах; 3) члены правительства ответственны перед президентом. Парламент Франции – высший орган законодательной власти – состоит из двух палат: Национального Собрания и Сената.

***Практическое домашнее задание № 2. Тема 5. Основы конституционного права Российской Федерации***

**Задание 1**

В целях скорейшего выхода из экономического кризиса недавно избранный Губернатором области Александр Васильев издал указ об учреждении региональной (областной) валюты – васильки. При этом один василёк изначально должен был равняться одной тысяче рублей. Выпустив свои денежные знаки, Губернатор выдал всем бюджетникам заработную плату и покрыл долги областного бюджета.

*Имеют ли право субъекты Российской Федерации учреждать свою валюту?*

**Задание 2**

В реферате на тему: «Система органов государственной власти в России» обучающийся Ромашкина утверждала, что все государственные органы обязательно должны принадлежать к какой-либо одной из трех ветвей власти. Преподаватель рекомендовал обсудить данный вопрос на семинаре.

*Права ли Ромашкина? Если она ошибается, то назовите такие органы государственной власти, которые не входят ни в одну из трех ветвей власти.*

***Практическое домашнее задание № 3. Тема 7. Основы уголовного права Российской Федерации***

**Задание 1**

Арсеньевой было назначено в качестве основного наказания лишение права заниматься медицинской деятельностью сроком на 4 года и 6 мес., а Петровой было назначено в качестве дополнительного наказания лишение права заниматься деятельностью, связанной с воспитанием детей, сроком на 3 года 6 мес.

*Возможны ли в данных случаях указанные сроки?*

**Задание 2**

Сизов в день своего рождения 20 сентября, когда ему исполнилось 14 лет, совершил кражу чужого имущества.

*Подлежит ли Сизов привлечению к уголовной ответственности?*

***Практическое домашнее задание № 4. Тема 9. Основы гражданского права Российской Федерации***

**Задание 1**

Гражданин Ф. заключил с гражданином Т. договор купли-продажи квартиры, однако умер до государственной регистрации своего права собственности на эту квартиру. Наследники Ф. утверждали, что эта квартира должна быть включена в состав наследства, открывшегося после его смерти.

*Правомочна ли позиция наследников Ф? Обоснуйте свой ответ.*

**Задание 2**

У гражданина В. было три сына – Василий, Виктор и Владимир. После смерти отца, не оставившего завещания, все сыновья в течение 6 месяцев приняли наследство, однако впоследствии Владимир решил отказаться от наследства в пользу Василия.

*Вправе ли он отказаться от наследства? Как будут распределяться доли в результате отказа Владимира от наследства? Обоснуйте свой ответ.*

***Практическое домашнее задание № 5. Тема 11. Основы предпринимательского права Российской Федерации***

**Задание 1**

Уставом ООО была предусмотрена необходимость получения согласия общего собрания участников на совершение сделки единоличным исполнительным органом ООО, по отчуждению имущества, превышающего 15% балансовой стоимости имущества на последнюю отчетную дату перед совершением такой сделки. Генеральный директор ООО по Договору аренды передал в пользование нежилые помещения балансовой стоимостью 20% стоимости активов ООО помимо согласия общего собрания участников.

*Может ли быть оспорена такая сделка и кто вправе ее оспаривать?*

**Задание 2**

Иванов, участник ООО, заключил договор залога доли в уставном капитале ООО с Петровым. Одновременно Иванов являлся генеральным

директором ООО. Указанным договором залога не было предусмотрено условий осуществления прав участника ООО. Другие участники ООО – Петров с долей, соответственно 30% уставного капитала и Сидоров с долей 10% уставного капитала. Доля Иванова в ООО составляет 60% уставного капитала. Решением общего собрания ООО с участием Петрова и Сидорова, но без участия Иванова, были досрочно прекращены полномочия генерального директора Иванова.

Иванов обратился в суд с требованием о признании указанного Решения недействительным.

*Какое решение примет суд?*

***Практическое домашнее задание № 6. Тема 13. Основы экологического права***

**Задание 1**

Лебедев М.К. обратился в юридическую консультацию с просьбой о разъяснении следующего вопроса: ежегодно он производит сбор грибов в лесном массиве своего района с целью их последующей продажи на рынке.

*Требуется ли ему разрешение на осуществление подобных действий? К какому виду лесопользования можно отнести данные действия? Решите дело.*

**Задание 2**

Организация без разрешения построила на территории национального парка «Лосиный остров» жилой дом, который стала использовать в качестве дачи для однодневного отдыха сотрудников. Администрация национального парка обратилась в прокуратуру города с письмом, в котором просила принять меры к наказания самовольного застройщика.

*К какому виду правонарушений (земельных или экологических) относится подобные самовольный захват земли и самовольное строительство? Какие виды эколого–правовой ответственности возможно применить в данном случае?*

***Практическое домашнее задание № 7. Тема 15. Основы противодействия коррупции***

**Задание 1**

Губернатору Краснодарского края на церемонии его инаугурации преподнесли в подарок золотой слиток. *Вправе ли губернатор принять его (оставить себе)?*

**Задание 2**

Пациент в больнице делает подарки или платит врачу за внимательное отношение и обслуживание вне очереди. Врач этого не требует, но от денег и подарков не отказывается.

*Квалифицируйте действия участников ситуации.*

***<u>Примерные темы эссе:</u>***

1. Моя идеальная форма государства.

2. Концепция разделения властей и её реализация.
3. Правовое государство: концепция и реальность.
4. Выражение свободы экономической деятельности в гражданском праве.
5. Виды завещаний
6. Отличие договора от сделки.
7. Проблемы реализации гарантий исполнения договоров в Российской Федерации.
8. Отличия опеки от попечительства
9. Необходимость регистрации брачных отношений
10. Авторитаризм: за и против

***Примерные темы докладов:***

1. Структура правовых норм.
2. Классификация отраслей права Российской Федерации.
3. Понятие и виды юридической ответственности.
4. Пробелы в праве и способы их восполнения.
5. Форма государства.
6. Обязательства родителей перед детьми и обязательства детей перед родителями.
7. Механизм законодательного процесса в Российской Федерации.
8. Реализация права
9. Теория разделения властей.
10. Правовое государство и гражданское общество.
11. Соотношение государства и права.
12. Международное право, как особая система права.
13. Проблемы федерализма и государственного суверенитета в современном мире.
14. Основные разновидности антидемократических политических режимов.
15. Характеристика карликовых государств.
16. Основные направления государственной политики в области противодействия коррупции в России

## 7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Правоведение» проводится в форме зачета.

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:<br><br>Задание № 1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также | Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале:<br>1 вопрос: 0-5;<br>2 вопрос: 0-5;<br>3 вопрос: 0-10<br><br>**Суммарное количество баллов за ТКУ и ПА** |

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание № 2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>Задание № 3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | **«Зачтено»**<br>**-90 и более** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-70 и более–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Ход решения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-50 и более–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены частично.<br>**«НЕ зачтено»**<br>**-Менее 50**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены |

## *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

### *Задания 1-го типа*

1. В чем состоит отличие между нормами права и другими социальными нормами?
2. Понятие и основные признаки государства.
3. Особенности форм государства и их виды.
4. Формы правления, особенности форм правления современных государств.
5. Формы государственного устройства.
6. Понятие и виды государственных режимов.
7. Основные признаки и черты правового государства.
8. Проблемы и пути построения правового государства в Российской Федерации.
9. Характеристика Конституции РФ. Характерные черты и особенности Конституции РФ 1993 года.
10. Содержание основ конституционного строя современной России.
11. Основные виды конституционных прав и свобод.
12. Понятие и виды органов государства.
13. Институт президентства в государственном механизме России.
14. Избирательная система современной России.
15. Система представительных органов Российской Федерации. Федеральное Собрание: структура, полномочия, порядок формирования и работы.
16. Право законодательной инициативы и его субъекты. Законодательный процесс: понятие, основные стадии.

17. Правительство Российской Федерации – высший орган исполнительной власти: правовая основа, состав, полномочия.

18. Система судебных органов Российской Федерации.

19. Конституционно-правовые принципы судопроизводства.

20. Понятие и правовая основа местного самоуправления.

21. Структура и полномочия органов местного самоуправления в Новгородской области.

22. Система правоохранительных органов в Российской Федерации.

23. Право в системе социальных норм общества. Взаимосвязь права и государства.

24. Виды форм (источников) права.

25. Внутреннее строение системы права: отрасли и институты права.

26. Понятие коррупции как социально-правового явления

***Задания 2-го типа***

1. В чем разница между правоотношением и правонарушением?
2. В чем разница между правомерным и неправомерным поведением?
3. В чем отличие субъектов правоотношений и объектов правоотношений?
4. С какими юридическими актами за свою жизнь может столкнуться гражданин России?
5. В чем разница между исполнением и соблюдением правовых норм?
6. В чем разница между использованием и применением правовых норм?
7. Какие виды юридической ответственности предусмотрены Конституцией Российской Федерации?
8. Из каких элементов состоит право собственности?
9. Какие существуют способы возникновения и прекращения права собственности на недвижимость?
10. Какие виды юридической ответственности предусмотрены за нарушение обязательств в гражданском праве?
11. В чем разница между наследованием по закону и по завещанию?
12. В чем разница между трудовым договором и договором подряда?
13. В чем разница между временем отдыха и отпуском?
14. Какие существуют меры дисциплинарной ответственности?
15. Какие органы участвуют в разрешении трудовых споров?
16. Каким образом заключается брак в Российской Федерации?
17. Какой порядок выплаты алиментов предусмотрен в отношении двух детей?
18. Какие органы осуществляют воспитание детей, оставшихся без попечения родителей?
19. Кто и каким образом подвергается административной ответственности за правонарушение, совершенное несовершеннолетним?

20. Какие меры ответственности предусмотрены в административном праве?

21. В чем разница между преступлением и правонарушением?

22. В каких случаях за совершенное противоправное действие юридическая ответственность не наступает?

23. В каком порядке уголовной ответственности подвергаются несовершеннолетние?

24. Каковы цели уголовного наказания?

25. В чем состоит принцип личной и виновной ответственности в уголовном праве?

26. Каковы конституционно-правовые и административно-правовые меры ограничения коррупции?

***Задания 3-го типа***

**Задание № 1.**

Какова форма правления в этом государстве?

В государстве Н. главой является президент, который избирается всенародным голосованием. Исполнительная власть принадлежит правительству во главе с премьер-министром. Президент является верховным главнокомандующим, обладает правом отправить правительство в отставку и распустить парламент.

**Задание № 2**

Какова форма государственного устройства в данном государстве?

В составе государства А. выделены только административно-территориальные единицы, действует единая система законодательства и единая финансово-денежная система.

**Задание № 3**

Из нижеприведённых терминов четыре относятся к одному понятию. Найдите лишнее слово:

Деспотия, монархия, авторитаризм, тирания, фашизм.

**Задание № 4**

Какой смысл правоведы вкладывают в понятие «правовое государство»?

**Задание № 5**

Найдите и исправьте ошибки:

Франция – федеративное государство. Её субъектами являются Гасконь, Нормандия, Прованс и др. Франция является парламентской республикой, для которой характерны: 1) верховенство власти парламента; 2) правительство формируется лидером партии, победившей на парламентских выборах; 3) члены правительства ответственны перед президентом. Парламент Франции – высший орган законодательной власти – состоит из двух палат: Национального Собрания и Сената.

**Задание № 6**

Определите гипотезу, диспозицию и санкцию:

«Вовлечение несовершеннолетнего в систематическое употребление спиртных напитков, одурманивающих веществ, в занятие

бродяжничеством и попрошайничеством, совершенное родителем, либо иным лицом, на которое законом возложены обязанности по воспитанию несовершеннолетнего, – наказывается ограничением свободы на срок до 3-х лет, либо арестом на срок от четырех до шести месяцев, либо лишением свободы на срок до 5-ти лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до трех лет или без такового».

**Задание № 7**

Что из перечисленного ниже можно отнести к подзаконным нормативным актам?

– Указ Президента Российской Федерации «Вопросы прохождения военной службы»;

– указ Президента Татарстана;

– Конституция Российской Федерации;

– Постановление Правительства Российской Федерации «Об утверждении типового положения об образовательном учреждении»;

– приказ Министра внутренних дел Российской Федерации;

– Закон Российской Федерации «Об образовании».

**Задание № 8**

Укажите, когда вступают в силу следующие нормативные акты:

– Федеральный конституционный закон;

– Указ Президента Российской Федерации;

– Постановление Правительства Российской Федерации;

– муниципальный правовой акт.

**Задание № 9**

Какие субъективные права и обязанности могут возникать с рождения?

**Задание № 10**

В реферате на тему: «Система органов государственной власти в России» обучающийся Ромашкина утверждала, что все государственные органы обязательно должны принадлежать к какой-либо одной из трех ветвей власти. Преподаватель рекомендовал обсудить данный вопрос на семинаре.

Права ли Ромашкина? Если она ошибается, то назовите такие органы государственной власти, которые не входят ни в одну из трех ветвей власти.

**Задание №11**

В связи с задержанием мужа за совершение кражи, Салова обратилась за помощью к адвокату Прохорову, который обещал при поступлении уголовного дела в суд обеспечить назначение ее мужу наиболее мягкого наказания из всех возможных вариантов, ссылаясь на тесные контакты с судьями соответствующего района. Впоследствии, по указанию Прохорова Салова передала ему 100 тысяч рублей для вознаграждения судье, однако вся сумма была присвоена Прохоровым. Как будут квалифицированы данные деяния?

**Задание №12**

Губернатор Псковской области отстранил от должности главу местной администрации города Великие Луки «за утрату доверия». Правомерны ли действия Губернатора с точки зрения антикоррупционного законодательства?

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Управление проектами»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

**СОДЕРЖАНИЕ**

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ .....3

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ .....4

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН.....5

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....7

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ .....8

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....13

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....15

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Управление проектами» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 N 512.

Дисциплина «Управление проектами» закладывает основы для формирования знаний о влиянии проектных технологий на эффективность хозяйственной деятельности, умения структурировать процессы, происходящие в рамках проекта, планировать их временное и ресурсное обеспечение; навыков подхода к решению основных управленческих задач, в контексте управления проектами.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 1 курсе во 2 семестре.

**Цель и задачи дисциплины**

***Целью изучения дисциплины*** является приобретение обучающимися способностей применения методов и средств управления, используемых для решения задач в рамках различных проектов во всех областях деятельности; формирование у обучаемых четких представлений об отличиях проектной деятельности от традиционной операционной деятельности.

***Задачи изучения дисциплины***:

- освоение основных концепций, философии и методологии управления проектами;
- формирование умений структурировать, планировать, оценивать проекты, организовывать и контролировать их выполнение на протяжении жизненного цикла;
- приобретение базового практического опыта сетевого и календарного планирования проектов разных типов;
- формирование знаний, умений и практического опыта в области обоснования, подготовки, планирования, организации и контроллинга проектов различных типов и масштаба.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **выпускник должен знать** | **выпускник должен уметь** | **выпускник должен иметь практический опыт** | |
| Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения исходя из действующих правовых норм имеющихся ресурсов и ограничений | **УК-2** | **УК-2.2** Разрабатывает проекты в различных сферах деятельности с учетом законодательства Российской Федерации | систему национальных и международных стандартов в области управления проектами. Классификацию проектов. Жизненный цикл и фазы проекта. Критерии успехов и неудач проекта. Виды организационных структур управления проектами. Процессы и функции управления проектами. Основные процессы жизненного цикла команды проекта. Основные операционные процессы проекта. Виды и основные характеристики поточных линий | проводить расчет технико-экономических показателей проекта. Идентифицировать риски проекта. Разрабатывать план управления проекта. Проводить анализ заинтересованных сторон проекта. Анализировать показатели эффективности производственного процесса | постановки целей проекта, календарного и ресурсного планирования проекта. Определения основных вех проекта. Структурной декомпозиции проекта. Построения сетевых моделей проекта. Распределения ответственности. Распределения проектной информации. Разработки устава проекта. | Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа |

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| ***Очная форма*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1. Основные подсистемы и элементы управления проектами.* | 2 | | 2 | | | | | | | 8 | Отчёт по практикум по решению задач №1/9<br>Отчёт по практикуму по решению задач №2/9 |
| *Тема 2. Процессы и функции управления проектами. Управление рисками проекта.* | 3 | | 2 | | | | | | | 8 | Отчёт по практикуму по решению задач №3/9 |
| *Тема 3. Целеполагание в проектах. Календарное планирование и организация системы контроля проекта.* | 2 | | 2 | | | | | | | 8 | Отчёт по практикуму по решению задач №4/9<br>Отчёт по практикуму по решению задач №5/9<br>Отчёт по практикуму по решению задач №6/9. |
| *Тема 4. Управление персоналом и коммуникациями проекта.* | 2 | | | 4 | | | | | | 8 | Отчёт по ситуационному практикуму №1/5<br>Отчёт по ситуационному практикуму №2/5 |
| *Тема 5. Управление операционными (производственными) процессами проекта.* | 2 | | 1 | | | | | | | 8 | Отчёт по практикуму по решению задач №7/9<br>Отчёт по практикуму по решению задач №8/9 |
| *Тема 6. Бизнес-* | 2 | | 2 | | | | | | | 6 | Отчёт по |

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| ***Очная форма*** | | | | | | | | | | | |
| *планирование создания и развития проектной деятельности организации.* | | | | | | | | | | | практикуму по решению задач №9/9<br>Отчёт по практикуму по решению задач №10/9 |
| **Всего:** | **13** | | **9** | **4** | | | | | | **46** | **100** |
| **Контроль, час** | **0** | | | | | | | | | | **Зачет** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **72** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **2** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Основные подсистемы и элементы управления проектами.***

Цели, задачи и структура курса. История управления проектами. Система стандартов в области управления проектами. Проект, программа. Классификация проектов. Цели и стратегии проекта. Структуры проекта. Типы и примеры структурных моделей проекта, используемых в УП. Жизненный цикл и фазы проекта. Стейкхолдеры проекта. Менеджер и команда проекта. Взаимодействие участников проекта. Критерии успехов и неудач проекта. Основные причины неудач проекта. Категории эффективности проекта. Технико-экономические показатели проекта: себестоимость, прибыль, цена, рентабельность, объем инвестиций, чистый дисконтированный, срок окупаемости и др.). Организационная структура управления проектами. Виды организационных структур: линейная, функциональная, проектная, матричная, смешанная.

***Тема 2. Процессы и функции управления проектами. Управление рисками проекта.***

Процессы и функции управления проектами. Понятие процессов в управлении проектами. Основные и вспомогательные процессы в управлении проектами. Понятие инициации, планирования, выполнения, контроля и закрытия проекта. Функции управления проектами: управление интеграцией, управление предметной областью, управление временем, управление стоимостью, управление рисками, управление коммуникациями, управление человеческими ресурсами, управление качеством, управление контрактами и поставками. Цели, структура, этапы разработки системы управления проектами в компании. Основные этапы и порядок разработки технологических (процессных) и продуктовых инноваций, программы организационных изменений. Управление рисками проекта. Риски, определение и классификация. План управления рисками. Идентификация, анализ, планирование реагирования на риски. Мониторинг и контроль рисков.

***Тема 3. Целеполагание в проектах. Календарное планирование и организация системы контроля проекта.***

Целеполагание. Формулировка целей. Документ, утверждающий цели проекта. Календарное планирование и организация системы контроля проекта. Последовательность шагов календарного планирования. Структурная декомпозиция работ. Матрица ответственности. Матрица отчетности. Вехи проекта. Сетевая модель. Метод критического пути. Расчёт временных параметров по схеме «работа –дуга» и «работа-вершина». Построение календарных графиков и графиков потребности ресурсов. Оптимизация сетевой модели. Принципы построения системы контроля.

***Тема 4. Управление персоналом и коммуникациями проекта.***

Управление персоналом в проекте. Организационное планирование проекта. Развитие команды проекта. Мотивация участников проекта. Распределение ролей в команде. Управление коммуникациями в проекте. Планирование коммуникаций проекта, распределение проектной информации, представление отчетности, административное завершение. Разработка плана управления коммуникациями проекта. Подбор персонала.

Сущность и методы делового общения, переговоры и проведение совещаний, распределение заданий при выполнении проектов. Правила и форма деловой переписки, сущность и виды электронных коммуникаций при выполнении проектов

***Тема 5. Управление операционными (производственными) процессами проекта***

Понятие операционных (производственных) процессов. Основные, вспомогательные и обслуживающие операционные процессы. Характеристики и показатели эффективности операционных процессов. Технологическая и производственная себестоимость проекта. Планирование операций и операционного процесса. Последовательный, параллельно- последовательный и параллельный вид выполнения операций. Расчет длительности производственного процесса. Понятие, виды и основные характеристики поточных линий.

***Тема 6. Бизнес-планирование создания и развития проектной деятельности организации***

Понятие бизнес планирования, основные цели и задачи, содержание, основные функции бизнес-плана, классификация бизнес планов, бизнес-план как инструмент построения бизнес процессов, структура и содержание основных разделов бизнес-плана, оценка внешней среды относительно развития направлений проектной деятельности, основные методы бизнес-планирования. Основные направления и методы развития деятельности, продуктов организации. Система сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов. Реорганизация бизнес-процессов.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, ситуационный практикум, практикум по решению задач, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление

практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

***Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету с оценкой.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

***Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач***

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

*Порядок проведения практикума.*

1. Преподаватель разъясняет приёмы и методы решения на примере типовых задач по изучаемой теме (2-3 задачи).

2. Преподаватель даёт 2-3 задачи для самостоятельного решения.

3. Преподаватель контролирует решение задач обучающимися в индивидуальном порядке, подсказывает правильные пути решения.

4. По окончании практикума преподаватель подводит итоги, вскрывает типичные ошибки и отмечает отличившихся обучающихся, успешно решивших все задачи.

В ходе выполнения практикума, обучающиеся более глубоко усваивают физические законы посредством применения их к конкретным физическим ситуациям и процессам, учатся моделировать физические явления и анализировать полученные результаты.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

*Требования к оформлению результатов практикума.*

При подготовке отчета: изложение материала должно идти в логической последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, правильное оформление рисунков.

***Методические указания для обучающихся по участию в проведении ситуационного практикума***

Ситуационный практикум (кейс) является одной из форм интерактивного практического занятия, целью которого является приобретение обучающимся умений командной работы навыков выработки решений в профессиональной области, развитие коммуникативных и творческих способностей в процессе выявления особенностей будущей профессиональной деятельности на основе анализа обучаемыми заданий, сформированных на основе практических ситуаций.

Прежде чем приступать к участию в ситуационном практикуме, обучающемуся необходимо:

- заранее, в процессе самостоятельной работы ознакомиться со сценарием практикума и необходимой литературой, рекомендованной программой курса;

- получить от преподавателя информацию о содержании кейса, информирует о форме предоставления результатов, сроках выполнения кейса и критериях оценки действий участников;

При выполнении задания необходимо:

- получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы и принять участие в делении учебной группы на мини-группы и в выборах лидера мини-группы;

- участвовать в формировании отчета по выполнению кейса в своей мини-группе;

- участвовать в обсуждении отчетов мини-групп.

По итогам проведения ситуационного практикума, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю.

*Требования к оформлению результатов практикума.*

При подготовке отчета: изложение материала должно идти в логической последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, правильное оформление рисунков.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

*Работа с литературой (конспектирование)*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

***Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины***

| **Наименование темы** | **Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение** | **Формы самостоят. работы** | **Форма текущего контроля** |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Основные подсистемы и элементы управления проектами.* | Типы и примеры структурных моделей проекта, используемых в УП. Понятие критериев успеха и неудач проекта. Примеры успешных и неудачных проектов. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму | Отчет по практикуму по решению задач |
| *Тема 2. Процессы и функции управления проектами. Управление рисками проекта.* | Основные и вспомогательные процессы в управлении проектами. Корпоративная система управления проектами. Цели, структура, этапы разработки системы управления проектами в компании. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму | Отчет по практикуму по решению задач |
| *Тема 3. Целеполагание в проектах. Календарное планирование и организация системы контроля проекта.* | Вехи проекта. Принципы построения системы контроля. Мониторинг и контроль рисков. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму | Отчет по практикуму по решению задач |
| *Тема 4. Управление персоналом и коммуникациями проекта.* | Мотивация участников проекта. Распределение ролей в команде. Подбор персонала. | Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к ситуационному практикуму, подготовка отчета | Отчет по ситуационному практикуму |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоят. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| | | по практикуму | |
| *Тема 5. Управление операционными (производственными) процессами проекта* | Основные, вспомогательные и обслуживающие операционные процессы. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму | Отчет по практикуму по решению задач |
| *Тема 6. Бизнес-планирование создания и развития проектной деятельности организации* | Постановка на налоговый учет, получение кодов статистики, постановка на учет во внебюджетные фонды, регистрация ИП, ликвидация юридического лица, очередность удовлетворения кредиторов при ликвидации общества, снятие с налогового учета. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму | Отчет по практикуму по решению задач |

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

1. Аньшин, В. М. Управление проектами: фундаментальный курс / В. М. Аньшин, А. В. Алешин, К. А. Багратиони ; ред. В. М. Аньшин, О. М. Ильина. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2013. – 624 с. – (Учебники Высшей школы экономики). – https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература***

1. Литвин, Ю. И. Проектный менеджмент: теория и практика: учебное пособие и практикум для бакалавриата : [16+] / Ю. И. Литвин, И. Ю. Литвин, Р. Р. Харисова. – Москва : Прометей, 2020. – 241 с. : ил. – https://www.iprbookshop.ru

2. Левушкина, С. В. Управление проектами : учебное пособие : [16+] / С. В. Левушкина ; Ставропольский государственный аграрный университет. – Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет (СтГАУ), 2017. – 204 с. : ил. – https://www.iprbookshop.ru

3. Управление проектом: теория, методология, практика:

монография / В. В. Володин, В. И. Хабаров. – М.: Университет «Синергия», 2018. – 224 с.

***Нормативно-правовые акты:***

1.ГОСТ Р ИСО 21500:2014. Руководство по проектному менеджменту// https://docs.cntd.ru/document/1200118020

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № п/п | Наименование ресурса | Ссылка |
|---|---|---|
| 1. | Национальная ассоциация управления проектами | https://www.sovnet.ru/ |
| 2. | INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT ASSOCIATION | https://www.ipma.world/ |
| 3. | Официальный сайт компании Проектная практика | https://pmpractice.ru/ |
| 4. | Официальный сайт компании ПМ Экспер | https://pm.expert/ |
| 5. | Ассоциация менеджеров проекта Проектный Альянс | https://pmalliance.ru/ |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в

которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)
- Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Практикум по решению задач | 8-9 – работа и отчет выполнены в срок, самостоятельно, правильно поняты и |

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| | | использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы;<br>5-7 – работа и отчет выполнены в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы;<br>2-4 – работа и отчет выполнены в срок, в основном самостоятельно, использованы соответствующие формулы, имеются ошибки в расчетах, выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы;<br>1 – обучающийся подготовил работу и отчет несамостоятельно или не завершил в срок, имеются ошибки в расчетах, выводы и ответы на вопросы отсутствуют.<br>0 - практикум не выполнен, отчет не предоставлен. |
| 2. | Ситуационный практикум | 5 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие определения, правильно определены соответствующие документы, использована требуемая информация, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы;<br>4 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие определения, правильно определены соответствующие документы, использована требуемая информация, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы;<br>3-2 – работа выполнена в срок, в основном самостоятельно, использованы соответствующие определения, имеются ошибки в выводах, выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы;<br>1 – обучающийся подготовил работу несамостоятельно или не завершил в срок, выводы и ответы на вопросы отсутствуют.<br>0 - практикум не выполнен.. |

## *Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости*

***Примерные задания к практикумам по решению задач***

***Задание №1. Расчет экономических показателей проектов и выбор наиболее эффективного варианта проекта.***

Рассматриваются два варианта выполнения проекта подрядной организацией в течение года. Планируемые показатели приведены в таблице:

| **Планируемые показатели, тыс. руб.** | | **Проект** | |
|---|---|---|---|
| | | **№ 1** | **№ 2** |
| Материальные затраты | | 2250 | 4200 |
| Зарплата | | | |
| Отчисления в социальные фонды (30%) | | | |
| Балансовая стоимость оборудования, используемого при выполнении проекта | | 2 000 | 1800 |
| Балансовая стоимость здания, используемого при выполнении проекта | | 4 000 | 4500 |
| Норма амортизационных отчислений (%) | На оборудование | 10 | 11 |
| | На здание | 2,5 | 2,5 |
| Амортизация | | | |
| Прочие | | 460 | 120 |
| Совокупные затраты (полная себестоимость) | | | |
| Рентабельность по себестоимости, % | | 10 | 10 |
| Прибыль | | | |
| Цена проекта | | | |

Трудоемкость работ по вариантам проектов представлена в таблице:

| **Вариант** | **Трудоемкость работ, нормо-час.** | |
|---|---|---|
| | **Вариант А** | **Вариант Б** |
| 1 | 1800 | 3000 |
| 2 | 2000 | 4000 |
| 3 | 3000 | 5000 |
| 4 | 4000 | 1500 |
| 5 | 2600 | 2000 |
| 6 | 3000 | 2700 |
| 7 | 3400 | 4800 |
| 8 | 2900 | 3800 |
| 9 | 4800 | 3900 |
| 10 | 6000 | 5000 |
| 11 | 2600 | 3000 |

| | | |
|---|---|---|
| 12 | 3000 | 4000 |
| 13 | 3400 | 5000 |
| 14 | 2900 | 1500 |
| 15 | 3000 | 4800 |

Для основных рабочих предусматривается сдельная система оплаты труда: расценка -350 руб. за нормо–час. работы. Зарплата вспомогательного и административно-управленческого персонала составляет 80% от зарплаты основных рабочих.

Необходимо определить отчисления в социальные фонды, амортизационные отчисления, совокупные затраты (полную себестоимость) на выполнение каждого проекта, прибыль, цену проекта и выбрать наиболее эффективный вариант для подрядной организации.

***Задание №2. Расчет экономических показателей проектов и выбор наиболее экономически выгодный вариант проекта.***

Рассматриваются два варианта проекта. Определите плановую численность основных и вспомогательных рабочих, численность специалистов и административно-управленческого персонала (АУП) команды проекта, расходы на зарплату, отчисления в социальные фонды, полную себестоимость, цену, прибыль проектов и наиболее экономически выгодный вариант проекта.

Исходные данные формируются студентами по последней цифре номера зачетной книжки или студенческого билета: номера работ, включенных состав проекта, указаны в таблице 1 и соответственно объем работ (ед.), нормы времени на единицу работы (нормо-час./ед.) проектов) выбираются из таблицы 2.

Таблица 1 – Номера работ в проектах

| Последний номер зачетки | **0** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Номера работ в проектах | 1-7 | 1,3-7 | 2-7 | 1.3.4-7 | 2-5,7 | 1-6 | 2,4-7 | 1-4,6,7 | 3-7 | 1-3, 5-7 |

Продолжительность выполнения проекта для всех вариантов 3 - месяца.

Таблица 2 - Объем работ (ед.), нормы времени на единицу работы (нормо-час./ед.)

| **Номер работы** | **Проект А** | | **Проект Б** | |
|---|---|---|---|---|
| | **Объем работ (ед.)** | **Нормы времени, нормо-час** | **Объем работ (ед.)** | **Нормы времени, нормо-час** |
| 1 | 18 | 100 | 120 | 10 |
| 2 | 20 | 80 | 30 | 60 |
| 3 | 30 | 15 | 14 | 25 |
| 4 | 40 | 20 | 50 | 20 |
| 5 | 2 | 1000 | 12 | 100 |
| 6 | 120 | 2 | 12 | 12 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 7 | 60 | 3 | 6 | 30 |

Численность вспомогательных рабочих составляет 30% от численности основных рабочих. Численность специалистов и АУП составляет 10% от численности основных и вспомогательных рабочих. Коэффициент, учитывающий невыходы на работу – 1,12. Действительный годовой фонд времени работы одного рабочего – 1900 час. Число смен -1. Для основных рабочих предусматривается сдельная система оплаты труда: расценка - 350 руб. за нормо–час. работ №1-№3; 380 руб.. работ №4-№7. Для остальных работников оклады: для вспомогательных рабочих в размере 50 тыс. руб. в месяц., для служащих и для АУП – 90 тыс. руб. в месяц в среднем по данной группе персонала. Отчисления в социальные фонды – 30% от зарплаты. Стоимость материальных ресурсов проектов: вариант А – 1500 тыс. руб., вариант Б – 1800 тыс. руб. Накладные расходы предусматриваются в размере 60% от фонда оплаты труда. Планируется 10% рентабельности по себестоимости.

***Задание №4. Оценка рисков проектов.***

Рассматриваются два варианта проекта с риском неполучения плановой прибыли. По данным таблицы 1 рассчитайте:

- планируемую полную себестоимость проекта,
- плановую прибыль проекта,
- величину прибыли при наступлении рискового события;
- величину возможной потери прибыли при наступлении рискового события; - среднее ожидаемое значение и среднеквадратическое отклонение прибыли.

После оценки риска выберите проект.

Таблица 1. Исходные данные

| **Планируемые показатели, тыс. руб.** | **Проект** | |
|---|---|---|
| | **№ 1** | **№ 2** |
| Материальные затраты | 250 | 420 |
| Зарплата с отчислениями в социальные фонды | 260 | 530 |
| Амортизация | 280 | 600 |
| Прочие | 46 | 120 |
| Совокупные затраты (полная себестоимость) | | |

| **Проект № 2** | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Показатели** | **Вариант** | | | | | | | | | |
| | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **0** |
| Плановая рентабельность по себестоимости, % | 9 | 10 | 11 | 12 | 14 | 8 | 7 | 15 | 6 | 16 |
| Вероятность получения плановой рентабельности | 0,8 | 0,85 | 0,9 | 0,7 | 0,75 | 0,77 | 0,83 | 0,91 | 0,78 | 0,86 |

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Вероятность потери плановой рентабельности | 0,2 | 0,15 | 0,1 | 0,3 | 0,25 | 0,23 | 0,17 | 0,09 | 0,12 | 0,14 |

| **Проект № 2** | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Показатели** | **Вариант** | | | | | | | | | |
| | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **0** |
| Плановая рентабельность по себестоимости, % | 15 | 6 | 16 | 9 | 10 | 11 | 10 | 10 | 11 | 12 |
| Вероятность получения плановой рентабельности | 0,77 | 0,83 | 0,78 | 0,86 | 0,8 | 0,85 | 0,9 | 0,7 | 0,77 | 0,91 |
| Вероятность потери плановой рентабельности | 0,23 | 0,17 | 0,12 | 0,14 | 0,2 | 0,15 | 0,1 | 0,3 | 0,23 | 0,09 |

***<u>Задание №4. Построение и расчёт временных параметров и оптимизация сетевой модели по схеме «работа-вершина».</u>***

Построить диаграмму ежедневной потребности не расходуемых (трудовых) ресурсов по исходным данным таблицы 1. Выполните оптимизацию трудовых ресурсов за счет перераспределения и равномерного ежедневного их использования при выполнении работ, имеющих резервы времени. Определите величину их сокращения после оптимизации.

Таблица 1. Исходные данные

| **Работа** | **Предшествующие работы** | **Продолжительность работ, в днях** | | | | | | | | | | | | | | | **Ресурс, чел** |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **Вариант** | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | |
| А | - | 8 | 4 | 6 | 6 | 7 | 8 | 3 | 8 | 5 | 2 | 8 | 3 | 8 | 5 | 2 | 5 |
| Б | - | 6 | 6 | 8 | 8 | 4 | 6 | 2 | 5 | 3 | 2 | 6 | 2 | 5 | 3 | 2 | 5 |
| В | А | 6 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 6 | 8 | 8 | 7 | 4 | 6 | 8 | 8 | 7 | 6 |
| Г | Б | 8 | 4 | 4 | 4 | 8 | 8 | 8 | 6 | 5 | 4 | 8 | 8 | 6 | 5 | 4 | 6 |
| Д | Б | 2 | 7 | 8 | 8 | 5 | 2 | 2 | 4 | 6 | 4 | 2 | 2 | 4 | 6 | 4 | 5 |
| Е | А; В | 4 | 8 | 5 | 2 | 6 | 4 | 4 | 8 | 3 | 8 | 4 | 4 | 8 | 3 | 8 | 4 |
| Ж | Г; Д | 8 | 2 | 6 | 4 | 3 | 8 | 8 | 2 | 4 | 5 | 8 | 8 | 2 | 4 | 5 | 2 |
| З | Е, Д | 5 | 4 | 3 | 8 | 4 | 7 | 2 | 9 | 3 | 6 | 7 | 2 | 9 | 3 | 6 | 4 |

***<u>Задание №5. Построение и расчёт временных параметров сетевой модели по схеме «работа-дуга».</u>***

Составьте сетевую модель вида «работа-дуга (стрелка)».

Постройте календарный план проекта

| Работа | Предшествующие ей работы | Продолжительность, в днях. Варианты. | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| А | - | 4 | 6 | 6 | 7 | 8 | 8 | 8 | 5 | 2 | 3 | 8 | 8 | 8 | 6 | 5 |
| Б | А | 6 | 8 | 8 | 4 | 6 | 6 | 5 | 3 | 2 | 2 | 5 | 2 | 2 | 4 | 6 |
| В | А | 3 | 2 | 2 | 4 | 6 | 4 | 8 | 8 | 7 | 6 | 6 | 7 | 8 | 8 | 8 |
| Г | Б | 4 | 4 | 4 | 8 | 8 | 8 | 6 | 5 | 4 | 8 | 8 | 4 | 6 | 6 | 9 |
| Д | Б; В | 7 | 8 | 8 | 5 | 2 | 2 | 4 | 6 | 4 | 2 | 4 | 4 | 8 | 8 | 8 |
| Е | А; В | 8 | 5 | 2 | 6 | 4 | 4 | 8 | 3 | 8 | 4 | 8 | 8 | 5 | 2 | 2 |
| Ж | Г; Д | 2 | 6 | 4 | 3 | 8 | 8 | 2 | 4 | 5 | 8 | 4 | 6 | 6 | 7 | 8 |
| З | Е, Ж | 4 | 3 | 8 | 4 | 5 | 7 | 9 | 3 | 6 | 2 | 6 | 8 | 8 | 4 | 6 |

***Задание №6. Построение сетевого график работ методом критического пути и PERT.***

Разрабатывается проект по продаже эксклюзивных товаров. Администрация магазина озабочена тем, что покупатели будут обслуживаться недостаточно быстро. Предполагается, что процесс обслуживания будет выглядеть следующим образом:

| Код работы | Название операции | Код предшествующей операции |
|---|---|---|
| А | Поступление покупателя | - |
| Б | Ожидание покупателем консультанта | А |
| В | Выяснение потребностей покупателя | А |
| Г | Формирование предложения консультантом | Б |
| Д | Анализ предложения покупателем | В,Г |
| Е | Выбор товара | В,Г |
| Ж | Примерка | Д |
| З | Заключительный выбор товара | Е |
| И | Упаковка и оплата товара на кассе | Ж,З |
| К | Уход покупателя | И |

Экспертная оценка продолжительности обслуживания представлена в таблице

| Код работы | Наиболее вероятная продолжительность операций ($t_i$), мин. | | | | | | | | | | Оптимистическая | Пессимистическая |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Вариант | | | | | | | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 0 | | |

| Код работы | Наиболее вероятная продолжительность операций ($t_i$), мин. | | | | | | | | | | Оптимистическая | Пессимистическая |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Вариант | | | | | | | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 0 | | |
| А | 10 | 10 | 5 | 5 | 10 | 5 | 5 | 10 | 5 | 5 | 3 | 20 |
| Б | 30 | 25 | 10 | 10 | 20 | 25 | 30 | 25 | 15 | 20 | 15 | 75 |
| В | 15 | 10 | 25 | 25 | 20 | 15 | 25 | 10 | 15 | 10 | 5 | 25 |
| Г | 20 | 20 | 10 | 10 | 15 | 15 | 10 | 5 | 10 | 5 | 15 | 30 |
| Д | 25 | 20 | 15 | 20 | 30 | 30 | 20 | 15 | 10 | 10 | 10 | 35 |
| Е | 45 | 40 | 35 | 15 | 40 | 25 | 45 | 30 | 35 | 20 | 20 | 60 |
| Ж | 15 | 15 | - | 15 | - | 10 | 15 | - | 5 | - | 10 | 25 |
| З | 25 | 20 | 25 | 25 | 15 | 10 | 15 | 15 | 15 | 20 | 15 | 45 |
| И | 15 | 20 | 15 | 15 | 15 | 20 | 15 | 15 | 10 | 10 | 10 | 30 |
| К | 5 | 10 | 5 | 5 | 2 | 10 | 10 | 5 | 5 | 5 | 15 | 30 |

Задание:

1. Постройте сетевой график работ по наиболее вероятной продолжительности операций и определите критический путь.
2. Используя метод PERT, определите ожидаемую продолжительность ($m_i$) каждой операции, на основании полученных значений составьте новый вариант сетевого графика.
3. Определите среднеквадратическое отклонение продолжительности обслуживания покупателя $S=\sqrt{1/n\sum(t_i - m_i)^2}$.
4. Дайте предложения по снижению продолжительности обслуживания покупателя.

***<u>Задание №7. Расчет длительности технологического, производственного циклов и построение календарного графика производства партии изделий проекта при последовательном виде движения деталей.</u>***

Проект предусматривает производство партии изделий n - 50 шт. Изделие является сборочным. Нормы времени по операциям представлены в табл. 1. На самой длительной операции - два рабочих места (С=2). Режим работы – односменный. Длительность межоперационных перерывов - 20 мин. Естественные процессы (сушка, остывание и т.д.) не предусматриваются.

Таблица 1 –Техпроцесс изготовления изделия

| Номер операции | Номер детали и нормы времени на операцию при их изготовлении $t_i$, мин. | | |
|---|---|---|---|
| | №1 | №2 | №3 |
| 01 | 2 | 4 | 2 |
| 02 | 4 | 4 | - |
| 03 | 2 | 2 | 4 |
| 04 | 2 | 8 | 2 |

| Номер операции | Номер детали и нормы времени на операцию при их изготовлении $t_i$, мин. | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | №1 | | | №2 | | | | №3 | | | | | | | |
| Сборка | Варианты | | | | | | | | | | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| | 10 | 9 | 7 | 8 | 12 | 6 | 11 | 5 | 7 | 14 | 15 | 25 | 30 | 10 | 18 |

Определить длительность (в сут.) технологического, производственного циклов и построить календарный график производства партии изделий проекта при последовательном виде движения деталей.

***<u>Задание №8. Расчет длительности технологического, производственного циклов и построение календарного графика производства партии изделий проекта при последовательно-паралельном виде движения деталей.</u>***

Проект предусматривает производство партии изделий n - 50 шт. Изделие является сборочным. Нормы времени по операциям представлены в табл. 1. На самой длительной операции - два рабочих места (С=2). Режим работы – односменный. Длительность межоперационных перерывов - 20 мин. Естественные процессы (сушка, остывание и т.д.) не предусматриваются.

Таблица 1 –Техпроцесс изготовления изделия

| Номер операции | Номер детали и нормы времени на операцию при их изготовлении $t_i$, мин. | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | №1 | | | №2 | | | | №3 | | | | | | | |
| 01 | 2 | | | 4 | | | | 2 | | | | | | | |
| 02 | 4 | | | 4 | | | | - | | | | | | | |
| 03 | 2 | | | 2 | | | | 4 | | | | | | | |
| 04 | 2 | | | 8 | | | | 2 | | | | | | | |
| Сборка | Варианты | | | | | | | | | | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| | 10 | 9 | 7 | 8 | 12 | 6 | 11 | 5 | 7 | 14 | 15 | 25 | 30 | 10 | 18 |

Определить длительность (в сут.) технологического, производственного циклов и построить календарный график производства партии изделий проекта при последовательно-параллельном виде движения деталей.

***<u>Задание № 9. Установление целесообразности реструктуризации проектной деятельности</u>***

Организация выполняет проекты трех видов: А, Б и В. Спрос на проекты А и Б стабилен, на проект В снижается. У предприятия есть возможность заменить его на проект Г с более низкой ценой и переменными затратами. структура продаж (существующая и плановая продаж после замены проекта) представлена в табл. 1.

Таблица 1. Структура продаж проектов

| Варианты | Существующая структура продаж, % | Плановая структура продаж, % |
|---|---|---|
| | Вид проекта | Вид проекта |

| | А | Б | В | А | Б | Г |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 30 | 30 | 40 | 32 | 32 | 36 |
| 2 | 40 | 40 | 20 | 38 | 38 | 24 |
| 3 | 32 | 35 | 33 | 32 | 35 | 33 |
| 4 | 35 | 35 | 30 | 37 | 37 | 26 |
| 5 | 38 | 30 | 32 | 40 | 32 | 28 |
| 6 | 33 | 35 | 32 | 36 | 38 | 26 |
| 7 | 30 | 40 | 30 | 35 | 45 | 20 |
| 8 | 40 | 30 | 30 | 45 | 35 | 20 |
| 9 | 32 | 32 | 36 | 30 | 30 | 40 |
| 10 | 38 | 38 | 24 | 40 | 40 | 20 |
| 11 | 32 | 35 | 33 | 32 | 35 | 33 |
| 12 | 36 | 38 | 26 | 33 | 35 | 32 |
| 13 | 35 | 45 | 20 | 30 | 40 | 30 |
| 14 | 45 | 35 | 20 | 40 | 30 | 30 |
| 15 | 30 | 30 | 40 | 32 | 32 | 36 |

Определить влияние замены проектов на прибыль при объеме продаж 300 тыс. ден. ед. Постоянные затраты при обоих вариантах составляют 40 тыс. ден. ед. Цена и удельные переменные расходы проектов приведены в табл. 2.

Таблица 2. Цена и удельные переменные расходы проектов

| Проект | Цена проекта, ден. ед., | Переменные затраты на один проект, ден. ед., |
|---|---|---|
| А | 10 | 4 |
| Б | 16 | 6 |
| В | 24 | 16 |
| Г | 20 | 12 |

***<u>Задание № 10. Расчет показателей бизнес-процесса по техническому перевооружению производственных фондов.</u>***

Для выполнения проектов организация планирует осуществить в течение года бизнес процесс по техническому перевооружению производственных фондов. Планируемый объем инвестиций и снижения затрат (увеличения прибыли) приведен в таблице.

Таблица 1. Планируемый объем инвестиций и снижения затрат (увеличения прибыли)

| Варианты | Снижение затрат на выполнение проектов, тыс. руб. | Объем инвестиций (капитальных вложений), тыс. руб. |
|---|---|---|
| 1 | 1200 | 1800 |
| 2 | 2000 | 2800 |
| 3 | 3000 | 4000 |
| 4 | 800 | 1400 |
| 5 | 700 | 1200 |
| 6 | 600 | 1100 |

| Варианты | Снижение затрат на выполнение проектов, тыс. руб. | Объем инвестиций (капитальных вложений), тыс. руб. |
|---|---|---|
| 7 | 850 | 1350 |
| 8 | 900 | 1500 |
| 9 | 1000 | 1800 |
| 10 | 1100 | 1800 |
| 11 | 1300 | 1900 |
| 12 | 1400 | 2000 |
| 13 | 1500 | 2500 |
| 14 | 1600 | 2500 |
| 15 | 500 | 800 |

Коэффициент износа оборудования принят равным 0,1. Рассчитайте чистый дисконтированный доход и срок окупаемости при норме дисконта 0,15. Результаты расчета сведите в таблицу 2.

Таблица 2 - Показатели технического перевооружения производства, тыс. руб.

| № п/п | Показатели, тыс. руб. | Период, год | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | 0 | 1 | 2 | 3 |
| 1 | Планируемое снижение затрат (увеличения прибыли) | | | | |
| 2 | Налог на имущество 2,2% от стоимости имущества | | | | |
| 3 | Налогооблагаемая прибыль | | | | |
| 4 | Налог на прибыль | | | | |
| 5 | Чистая прибыль | | | | |
| 6 | Начисленный износ (амортизация) | | | | |
| 7 | Эффект от операционной деятельности | | | | |
| 8 | Эффект от инвестиционной деятельности | | | | |
| 9 | Поток реальных денег | | | | |
| 10 | Коэффициент дисконтирования ($\alpha_t$) | | | | |
| 11 | Дисконтированный поток реальных денег | | | | |
| 12 | Накопленный дисконтированный поток реальных денег | | | | |

## ***Примерные задания к ситуационному практикуму***
## ***Ситуационный практикум №1***

### ***Задание №1. Установление процесса отбора персонала.***

Пронумеруйте цифрами от 1 до 9 операции процесса подбора персонала команды проекта, а также укажите исполнителя операции из числа: отдела кадров; линейных руководителей и других ответственных лиц.

| Номер операции | Операции процесса подбора персонала | Исполнитель |
|---|---|---|

| Номер операции | Операции процесса подбора персонала | Исполнитель |
|---|---|---|
| | Составление заявки на персонал | |
| | Определение источников найма персонала | |
| | Собеседование | |
| | Установление взаимодействий с источниками найма | |
| | Разработка критериев отбора персонала | |
| | Проверка документов медицинского освидетельствования кандидатов на вакантные должности | |
| | Организация проведения конкурсов на замещение вакантных должностей | |
| | Проведение первичного инструктажа | |
| | Проведение инструктажа по пож. безопасности | |

***Задание №2. Установление последовательности этапов проведения совещания.***

Эффективность производственных совещаний зависит от качества их подготовки. Подготовка совещаний включает в себя ряд последовательных этапов. Пронумеруйте цифрами от 1 до 6 последовательность подготовки совещания.

| Содержание этапа | Номер этапа |
|---|---|
| Определение участников совещания и их ролей | |
| Информирование участников | |
| Формулировка целей совещания | |
| Анализ ситуации и постановка задач для совещания | |
| Определение регламента, методов и процедур принятия решения | |
| Предоставление помещения | |

***Задание №3. Установление важности качеств руководителя в процессе управления проектами.***

Проранжируйте следующие качества руководителя, необходимые для принятия управленческих решений, и прокомментируйте свой выбор:

| Важность качества (номер) | Качества руководителя | Комментарии |
|---|---|---|
| | Умение выделить суть основных взаимосвязей проблемы проекта | |
| | Смелость отклонять стандартные методы решения проблемы и искать новые, оригинальные | |
| | Видеть дальше непосредственно данной сложившейся ситуации | |
| | Предложить новый вариант реорганизации элементов для иного функционирования | |

| Важность качества (номер) | Качества руководителя | Комментарии |
|---|---|---|
| | проекта | |
| | Предвидеть несколько различных вариантов проектов и выбирать наиболее эффективный | |
| | Переключаться с одной зрительной модели на другую, заложенную в том же образе проекта | |
| | Иметь чутье к наличию проблемы там, где кажется, что все уже решено | |
| | Предвидеть последствия принимаемых решений | |

***Ситуационный практикум №2***

***Задание №1 Установление ответственных лиц за разработку регламентирующих документов проекта***

Из приведенных ниже документов определите структурные подразделения, которые несут ответственность за их разработку.

| Регламентирующие документы | |
|---|---|
| Проектно-сметная документация | |
| Штатное расписание | |
| Правила внутреннего трудового распорядка | |
| Нормы амортизационных отчислений | |
| Положение об оплате труда | |
| Маркетинговый план | |
| Налоговая политика | |
| Календарный план-график выполнения проекта | |
| Должностные инструкции персонала проекта | |
| План-график ремонта оборудования | |
| Положение об обучении и повышении квалификации персонала проекта | |
| Положение о документообороте организации | |
| Положение о проведении конкурсов на поставку сырья и материалов | |
| Нормы командировочных расходов | |

***Задание №2. Принятие решений по установлению типа организационной структуры.***

Необходимо определить тип организационной структуры управления организацией.

1. Организация разрабатывает проекты в нескольких районах города. Выручка от продаж проектов в общем объеме продаж организации составляет 75%.

2. Организация разрабатывает проекты по модификации трех видов товара широкого потребления. Планируется запустить линию по их производству.

***Задание №3. Установление функций управления проектами.***

На основании характеристики общих задач управления, а также результатов проектов определите соответствующую функцию управления проектами: прогнозирование и планирование; организация; координация и регулирование; мотивация; контроль, учет, анализ.

| **Общие задачи управления** | **Результаты (решения)** | **Функция** |
|---|---|---|
| 1. Обоснование темпов планомерного развития организации | Планы по разработке и реализации проекта | |
| 2. Количественная и качественная оценка, а также учет результатов работы. | Акт ревизий, проверок проекта | |
| 3. Установление взаимодействия, согласований действий работников проекта | Положения о работе членов команды проекта. График работы и распорядка дня структурных подразделений предприятия. | |
| 4. Образование структурных подразделений системы управления, установление связи между объектом и субъектом управления | Структура управления проектом. Штатное расписание проекта. | |
| 5. Создание условий для эффективной, творческой работы и поддержание постоянной заинтересованности в результатах труда | Положение об оплате труда, о премировании, коллективный договор | |

## 7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Управление проектами» проводится в форме зачета.

| **Процедура оценивания** | **Шкала и критерии оценки, балл** |
|---|---|
| Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя.<br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающегося принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, | Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале:<br>Задание 1: 0-30 баллов<br>Задание 2: 0-30 баллов<br>Задание 3: 0-40 баллов<br>**«Зачтено»**<br>**– 90-100** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>**– 70 -89** – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения заданий правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>**– 50 - 69** – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная |

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| близких к профессиональной деятельности;<br>Задания №3 – задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | терминология. Задание решено частично.<br>**«Не зачтено»**<br>**– менее 50** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены. |

## *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

### *Задания 1 типа*

1. Понятие и основные определения проекта, программы и портфеля.
2. Классификация проектов. Цель, миссия, разработка и реализация стратегии проекта.
3. Жизненный цикл, результаты, окружающая среда и участники проекта.
4. Категории эффективности проекта.
5. Технико-экономические обоснование проекта: себестоимость, прибыль, цена, рентабельность, объем инвестиций, чистый дисконтированный, срок окупаемости и др.).
6. Организационная структура управления проектами и ее виды.
7. Сущность и процессная концепция управления проектами. Основные категории управления проектами.
8. Содержание процессов инициации, планирования, выполнения, контроля и закрытия проекта.
9. Структурная декомпозиция работ: понятие, порядок осуществления, форма предоставления результатов.
10. Содержание функций управления проектами.
11. Управление интеграцией, предметной областью и временем (сроками) проекта.
12. Основные этапы и порядок разработки технологических и продуктовых инноваций.
13. Управление стоимостью проекта: планирование и контроль доходов и расходов (по статьям или по элементам).
14. Управление материальными ресурсами проекта.
15. Управление трудовыми ресурсами.
16. Управление рисками, качеством, информацией и коммуникациями.
17. Организация работ по выполнению проекта: управление работами, изменениями и содержанием (администрирование) проекта.
18. Экстенсивный и интенсивный пути ресурсных изменений проекта. Управление расписанием и стоимостью проекта.
19. Контроль работ проекта.
20. Характеристики и показатели эффективности операционных процессов.

21. Технологическая и производственная себестоимость проекта.

22. Последовательный, параллельно- последовательный и параллельный вид выполнения операций.

23. Расчет длительности производственного процесса.

24. Понятие, основные цели и задачи бизнес планирования, содержание, основные функции и классификация бизнес планов.

25. Структура и содержание основных разделов бизнес-плана.

26. Сетевое и календарное планирование: расчет временных параметров и построение графиков.

27. Управление рисками проекта: определение, классификация, идентификация, анализ, мониторинг и контроль рисков.

28. Управление персоналом в проекте: принципы формирования команды, мотивация участников проекта, личность руководителя проекта и лидерство.

29. Государственная регистрация и постановка юридических лиц на учет**.**

30. Информационное обеспечение управления проектами: состав, структура, характеристики.

***Задания 2 типа***

1. Какая существует взаимосвязь между проектом, программой и портфелем проектов?

2. В чем заключается взаимосвязь стратегического анализа, разработки миссии, целей и стратегии проекта?

3. В чем заключаются противоречия в интересах основных участников проекта и как это отражается на выполнение проекта. Приведите примеры.

4. В чем заключаются достоинства и недостатки организационных структур управления проектами. Приведите примеры проектов и структур.

5. Чем различается разработка проектов технологических (процессных) инноваций от проектов продуктовых инноваций. Приведите пример.

6. Какими временными параметрами сетевого графика отражается взаимосвязь начала и окончания выполнения работ проекта?

7. На каких принципах осуществляется построение и расчет временных параметров сетевого графика типа «работа-вершина».

8. На каких принципах осуществляется построение и расчет временных параметров сетевого графика типа «работа-стрелка».

9. Какие факторы и каким образом влияют на продолжительность проекта?

10. В чем заключается оптимизация ежедневной потребности расходуемых ресурсов за счет резервов времени работ.

11. Каким образом оказывает влияние изменения затрат на цену и рентабельность проекта. Покажите на примере отдельных элементов

затрат.

12. На каких принципах осуществляется формирование цены, прибыли и рентабельности проекта.

13. Обоснование окупаемости инвестиций проекта.

14. Опишите методы определения потребности в механизмах и производственной площадях.

15. Опишите принципы формирования команды проекта.

16. Опишите методы определения состава и численности работников проекта.

17. В чем заключаются особенности установления трудоемкости работ проекта различными методами.

18. В чем заключается взаимосвязь объемов, продолжительности и стоимости работ?

19. В чём заключается технико-экономическое обоснование проекта? Приведите пример.

20. Как с помощью статистических методов оцениваются проекты по степени риска и какие методы позволяют снизить риски.

21. Какие факторы влияют на эффективность работы команды проекта?

22. Какими личностными качествами должен обладать эффективный руководитель проекта?

23. В чем заключается разница в разработке сетевого графика с использованием вероятностных временных параметров по методу PERT и методом критического пути. Покажите на примере выполнения 4-5 работ.

24. Опишите порядок оптимизации ежедневной потребности трудовых ресурсов за счет резервов времени работ. Приведите пример.

25. В чем заключается различие в расчете длительности последовательного, параллельно-последовательного вида выполнения операций. Покажите на графиках.

26. В чем заключается различие в расчете длительности параллельно-последовательного и параллельного вида выполнения операций. Покажите на графиках.

27. В чем состоят различия ведения проектной деятельности в форме общества с ограниченной ответственностью и индивидуального предпринимателя.

28. В чем заключается различие в расчете параметров однопредметной поточной линии и многопредметной поточной линии.

29. С помощью каких методов осуществляется оценка внешней и внутренней среды относительно развития направлений проектной деятельности? Приведите 2-3 ситуации и укажите методы оценки.

30. Какие функции по управлению проектами должны выполнять персональные компьютеры и локальные системы.

*Задания 3-го типа*

**Задание №1.** Построить и рассчитать сетевую диаграмму по схеме «работа-вершина», построить диаграммы потребности в расходуемых ресурсах.

Выполните оптимизацию расходуемых ресурсов при ограничении по времени за счет смещения работ в пределах резерва времени.

| Работа | Предшествующие ей работы | Продолжительность, в днях | Ресурс расходуемый, единиц |
|---|---|---|---|
| А | - | 4 | 5 |
| Б | А | 6 | 5 |
| В | А | 8 | 6 |
| Г | Б | 5 | 7 |
| Д | Б; В | 7 | 5 |
| Е | А; В | 8 | 4 |
| Ж | Г; Д | 2 | 2 |

**Задание №2.** Рассматриваются два варианта проекта, которые планируется выполнить в течении года..

Планируемые показатели приведены в таблице:

| Планируемые показатели, тыс. руб. | | Проект | |
|---|---|---|---|
| | | № 1 | № 2 |
| Материальные затраты | | 250 | 420 |
| Зарплата | | 220 | 480 |
| Отчисления в социальные фонды (30%) | | | |
| Стоимость оборудования | | 2 000 | 1800 |
| Стоимость здания | | 4 000 | 4500 |
| Норма амортизационных отчислений (%) | На оборудование | 10 | 11 |
| | На здание | 2,5 | 2,5 |
| Амортизация | | | |
| Прочие | | 46 | 120 |
| Совокупные затраты (полная себестоимость) | | | |
| Цена | | 1000 | 1800 |
| Прибыль | | | |
| Рентабельность по себестоимости, % | | | |

Необходимо определить отчисления в социальные фонды, амортизационные отчисления, совокупные затраты (полную себестоимость) на выполнение каждого проекта, прибыль, рентабельность по себестоимости и выбрать наиболее эффективный вариант.

**Задание №3.** Составьте сетевую модель вида «Работа-Дуга (стрелка)». Постройте календарный план проекта.

| Работа | Предшествующие ей работы | Продолжительность, в |
|---|---|---|

| | | днях |
|---|---|---|
| А | - | 4 |
| Б | А | 6 |
| В | А | 3 |
| Г | Б | 4 |
| Д | Б; В | 7 |
| Е | А; В | 8 |
| Ж | Г; Д | 2 |
| З | Е, Ж | 4 |

**Задание №4.** Построить и рассчитать сетевую диаграмму по схеме «работа-вершина», построить диаграммы ежедневной потребности в расходуемых ресурсах. Выполните оптимизацию расходуемых ресурсов при ограничении по времени за счет сочетания «смещения» работ и «растягивания» работ в пределах резерва времени. Построить оптимизационный график ежедневной потребности в расходуемых ресурсах.

| Работа | Предшествующие ей работы | Продолжительность, в днях | Ресурс расходуемый, единиц |
|---|---|---|---|
| А | - | 4 | 5 |
| Б | - | 6 | 5 |
| В | А | 8 | 6 |
| Г | Б | 5 | 7 |
| Д | Б | 7 | 5 |
| Е | А; В | 8 | 4 |
| Ж | Г; Д | 5 | 2 |
| З | Е, Д | 3 | 3 |

**Задание №5.** Рассматриваются два варианта выполнения проекта подрядной организацией. Планируемые показатели приведены в таблице:

| Планируемые показатели, тыс. руб. | | Проект | |
|---|---|---|---|
| | | № 1 | № 2 |
| Материальные затраты | | 2250 | 4200 |
| Трудоемкость работ, нормо-час. | | 1800 | 3000 |
| Зарплата | | | |
| Отчисления в социальные фонды (30%) | | | |
| Балансовая стоимость оборудования, используемого при выполнении проекта | | 2 000 | 1800 |
| Балансовая стоимость здания, используемого при выполнении проекта | | 4 000 | 4500 |
| Норма амортизационных | На оборудование | 10 | 11 |

| Планируемые показатели, тыс. руб. | | Проект | |
|---|---|---|---|
| | | № 1 | № 2 |
| отчислений (%) | На здание | 2,5 | 2,5 |
| Амортизация | | | |
| Прочие | | 460 | 120 |
| Совокупные затраты (полная себестоимость) | | | |
| Рентабельность по себестоимости, % | | 10 | 10 |
| Прибыль | | | |
| Цена проекта | | | |

Для основных рабочих предусматривается сдельная система оплаты труда: расценка -350 руб. за нормо–час. работы. Зарплата вспомогательного и административно-управленческого персонала составляет 80% от зарплаты основных рабочих.

Необходимо определить зарплату, отчисления в социальные фонды, амортизационные отчисления, совокупные затраты (полную себестоимость) на выполнение каждого проекта, прибыль, цену проекта и выбрать наиболее эффективный вариант проекта для подрядной организации.

**Задание №6.** Рассматриваются два варианта проекта. Определите плановую численность основных и вспомогательных рабочих, численность специалистов и административно-управленческого персонала (АУП) команды проекта, расходы на зарплату, отчисления в социальные фонды, полную себестоимость, цену, прибыль проектов и наиболее экономически выгодный вариант проекта. Продолжительность выполнения проекта - 3 месяца. Объем работ (ед.), нормы времени на единицу работы (нормо-час./ед.) представлены в таблице:

| Номер работы | Проект А | | Проект Б | |
|---|---|---|---|---|
| | Объем работ (ед.) | Нормы времени | Объем работ (ед.) | Нормы времени |
| 1 | 18 | 100 | 120 | 10 |
| 2 | 20 | 80 | 30 | 60 |
| 3 | 30 | 15 | 14 | 25 |
| 4 | 40 | 20 | 50 | 20 |
| 5 | 2 | 1000 | 12 | 100 |
| 6 | 120 | 2 | 12 | 12 |

Численность вспомогательных рабочих составляет 30% от численности основных рабочих. Численность специалистов и АУП составляет 10% от численности основных и вспомогательных рабочих. Коэффициент, учитывающий невыходы на работу – 1,12. Действительный годовой фонд времени работы одного рабочего – 1900 час. Число смен -1. Для основных рабочих предусматривается сдельная система оплаты труда: расценка - 350 руб. за нормо–час. работ №1-№3; 380 руб.. работ №4-№7. Для остальных работников оклады: для

вспомогательных рабочих в размере 50 тыс. руб. в месяц., для служащих и для АУП – 90 тыс. руб. в месяц в среднем по данной группе персонала. Отчисления в социальные фонды – 30% от зарплаты. Стоимость материальных ресурсов проектов: вариант А – 1500 тыс. руб., вариант Б – 1800 тыс. руб. Накладные расходы предусматриваются в размере 60% от фонда оплаты труда. Планируется 10% рентабельности по себестоимости.

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Командная работа и лидерство»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

## СОДЕРЖАНИЕ

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ ..... 3

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ..... 5

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ..... 7

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 9

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 10

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 18

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ..... 21

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Командная работа и лидерство» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 N 512.

Дисциплина «Командная работа и лидерство» ориентирована на получение обучающимися знаний о практике выявления лидерских качеств; о развитии навыков командообразования и формировании Я-концепции лидера; о механизмах распределения ролей в команде и технологии оценки командной работы; о диагностике стилей поведения в конфликте и разрешении конфликтных ситуаций; об условиях применения коучинга в практике селфменеджмента.

«Командная работа и лидерство» – это ответ на запросы нашего времени, ориентирующего человека на развитие навыков soft-skills. Сегодня одних теоретических знаний о психологии групповой работы и о психологии лидера недостаточно, требуется создание особых учебных условий, внутри которых студенты будут отрабатывать технологии формирования конкретных навыков, а также, с помощью преподавателя-тренера, оценивать в ходе практической деятельности актуальный уровень личностных компетенций и свой потенциал роста как лидера и как успешного профессионала.

Дисциплина должна помочь любому студенту, независимо от профиля обучения, сформировать кластер «мягких навыков», включающих эмоциональный, лидерский и командный потенциал, и в дальнейшем способствовать повышению конкурентоспособности на рынке труда.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 1 семестре.

**Цель и задачи дисциплины**

***Целью*** изучения дисциплины «Командная работа и лидерство» является формирование у обучающихся представлений о психологических аспектах лидерства, особенностях личностного влияния и управления другими людьми, принципах формирования команды и ее успешное функционирование. Дисциплина позволяет познакомить студентов с технологиями групповой работы, детерминантами мотивации и самомотивации, моделями маневрирования при формировании команд, стратегиями управления и

многими другими психологическими приёмами работы с людьми.

Для достижений поставленных целей в рамках универсальной компетенции у студентов должны быть сформированы способности осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.

В практико-ориентированном и тренинговом форматах студенты научатся создавать условия для приобретения навыков управленческой и лидерской эффективности, приобретут опыт командообразования, разовьют свой лидерский потенциал для будущей деятельности.

***Задачи изучения дисциплины***

В соответствие с компетенциями в рамках данного курса и рабочей программой дисциплины перед студентами ставятся следующие задачи:

***Знать:***

- основные теории и концепции взаимодействия людей в команде, включая вопросы мотивации и управления конфликтами на основе использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;
- основные правила поведения и взаимодействия в мультикультуральном пространстве отношений;
- принципы формирования команд для планомерного и последовательного достижения результатов и решения поставленных задач.

***Уметь:***

- организовывать командное взаимодействие для достижения командных результатов;
- применять на практике различные методы индивидуальной и групповой мотивации для решения командных задач;
- распознавать стили поведения людей в различных коммуникативных ситуациях (учебной, деловой, неформальной);
- организовывать командное взаимодействие на основе использования стратегии сотрудничества.

***Владеть:***

- современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение членов команды с учётом знания, опыта и владения информацией о специфике командной работы;
- навыками адекватного взаимодействия с партнёрами по коммуникации, входящими в различные социальные, этнические, конфессиональные и культурные сообщества;
- современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение членов команды;
- методами индивидуальной и групповой диагностики для организации эффективного командного взаимодействия.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компе-тенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **выпускник должен знать** | **выпускник должен уметь** | **выпускник должен иметь практический опыт** | |
| Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | **УК-3** | **УК-3.1** Определяет свою роль в команде на основе использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, эффективно взаимодействует с другими подразделениями и членами команды, в том числе участвует в обмене информацией, делится знаниями и опытом, осуществляет презентацию результатов работы команды | условия организации эффективной командной работы для разработки и реализации различных проектов, достижения целей стратегического и тактического планирования | создавать команду на условиях сотрудничества и взаимовыгодного обмена знаниями и опытом в области стратегического и тактического планирования | организации эффективной командной работы и презентовать полученный опыт во всех взаимовыгодных формах сотрудничества | Контактная работа:<br>Лекции<br>Практические занятия<br>Самостоятельная работа |
| | | **УК-3.2** Различает особенности поведения разных групп людей, с которыми работает или взаимодействует, учитывает их в своей деятельности, устанавливая разные виды коммуникации | формы делового общения и всевозможные виды коммуникативного поведения | дифференцировать поведение людей на основе типологии черт и особенностей характера для осуществления эффективной коммуникации | наблюдения за различными типами людей, предугадывать их возможные стратегии поведения на различных уровнях коммуникации и предотвращать организационные конфликты на уровне подразделения и | |

| Результаты освоения ООП (содержание компетенций) | Код компе-тенции | Код и наименование индикатора достижения компетенций | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине | | | Формы образовательной деятельности |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | выпускник должен знать | выпускник должен уметь | выпускник должен иметь практический опыт | |
| | | (учебную, деловую, неформальную и др.) | | | рабочей команды (группы) | |
| | | **УК-3.3** Планирует последовательность шагов для достижения командного результата и понимает результаты личных действий в решении командных задач | свои индивидуально-психологические особенности с позиции «сильных» и «слабых» личностных свойств, а также лидерского потенциала | предугадывать действия на основе знания психологических особенностей членов своей команды | управления людьми на основе знания законов организации совместной работы и использования лидерского потенциала для реализации корпоративной, конкурентной и функциональной стратегий организации | |

# 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| ***Очная форма*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1. Современные индивидуальные и групповые методы управления группами и командами* | 4 | 2 | | | | | | | | 6 | Доклад-презентация и дискуссия/9 |
| *Тема 2. Личностная идентификация лидера* | 4 | | | 2 | | | 2 | | | 6 | Доклад-презентация и дискуссия /9 Отчет по ситуационному практикуму/10 Участие в тренинге / 5 |
| *Тема 3 Формирование команды* | 4 | 2 | | 2 | | | | | | 8 | Доклад-презентация и дискуссия /9 Отчет по ситуационному практикуму/10 Участие в тренинге / 5 |
| *Тема 4. Динамика межличностных конфликтов* | 4 | | | | | | **2** | | | 8 | Доклад-презентация и дискуссия /9 Отчет по ситуационному практикуму/10 Участие в тренинге / 5 |
| *Тема 5. Селф-менеджмент лидера* | 3 | 3 | | 4 | | | | | | 6 | Доклад-презентация и дискуссия /9 Отчет по ситуационному практикуму / 10 |
| **Всего:** | **19** | **7** | | **8** | | | **4** | | | **34** | **100** |
| **Контроль, час** | **0** | | | | | | | | | | **Зачет** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **72** | | | | | | | | | | |
| **Объем** | **2** | | | | | | | | | | |

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| *Очная форма* | | | | | | | | | | | |
| дисциплины (в зачетных единицах) | | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Современные индивидуальные и групповые методы управления группами и командами***

Задачи развития управленческих навыков. Команда как объект и субъект деятельности. Современные социально-психологические техники воздействия в условиях управлении людьми. Методы и приёмы развития управленческих навыков. Личность лидера и социальная среда. Задачи управления собой и окружением. Основные виды коммуникативных тренингов для развития управленческих навыков. Инструменты выявления и развития лидерского потенциала. Имплементация лидерского потенциала управления командой. Техника чартрайтинга.

***Тема 2. Личностная идентификация лидера***

Лидерство в управлении людьми. Технологии определения лидерского потенциала. Психологические модели типологии лидеров. Стили лидерства в осуществлении коммуникаций различного уровня сложности. Личностные психотипы и прогноз успешности в переговорах. Мотивация и успех в командной работе. Диагностика мотивации избегания неудач и мотивации стремления к успеху. Технологии самомотивации. Харизма и власть лидера. Источники власти лидера. Вербальные и невербальные стратегии влияния в управлении людьми и командами. Манипулятивное воздействие в специфических условиях коммуникации. Личность манипулятора. Психологические аспекты принятия решений и их связь с личностью лидера. Диагностика Soft и Hard-компетенций лидера.

***Тема 3. Формирование команды***

Технология создания команды. Структура команды. Технология распределения групповых ролей с помощью психодиагностических методик. Мотивация и ценности участников команды. Разработка компетентностного профиля участников команды. Тренинги командообразования. Сущность командообразования в процессе управления людьми. Методы и технологии оценки командной работы на различных этапах реализации проекта. Конформизм и нонконформизм в работе управленца. Групповой и персональный коучинг. Технология поэтапной работы с командой. Феномены групповой работы. Социальная ингибиция и фасилитация. Техники фасилитации и инструменты работы с группой. Технологии мозгового штурма.

***Тема 4. Динамика межличностных конфликтов***

Психологический анализ конфликтов в организациях. Диагностика стиля поведения лидера в конфликте. Стили управления и сценарии поведения в условиях конфликта интересов. Технологии управления

собой и окружением в условиях возникновения конфликтных ситуациях. Принципы, условия и основные способы конструктивного разрешения конфликтов. Переговорный процесс как способ разрешения конфликтов. Особенности переговоров при конфликте.

***Тема 5. Селф-менеджмент лидера***

Инструменты селф-менеджмента. Я-концепция лидера и самооценка компетенций. Исследование базовых коммуникативных умений. Вербальные и невербальные стратегии влияния на команду. Когнитивные стили и их диагностика. Модели развития креативности. Технологии развития творческого потенциала лидера. Принципы коммуникативного тренинга. Основные техники активного слушания. Детерминанты мотивации и самомотивации в лидерстве. Технологии выявления лидерских задатков. Самоорганизация и самоконтроль. Технологии управления временем. Игровые методы развития лидерского потенциала. Коммуникативные роли. Стратегическое, оперативное и ситуационное маневрирование. Игровое маневрирование, давления, конформизма и нонконформизма. Групповой контроль и санкции.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе преподавания дисциплины «Командная работа и лидерство» используются такие виды учебной работы, как лекции, семинары, тренинги, ситуационные практики, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

***Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету с оценкой.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль

которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

***Методические указания для обучающихся при работе на семинаре***

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов одногруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

***Методические указания для обучающихся по подготовке доклада-презентации***

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию.

Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто

формально отчитаться.

2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).

3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.

4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.

5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.

6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).

7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

- готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего;
- план сообщения;
- краткие выводы из всего сказанного;
- список использованных источников.

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко

выполнять установленный регламент (не более 10 минут);

- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

*Структура выступления.*

Вступление должно содержать:

- название, сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- живую интересную форму изложения;
- акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

***Методические указания для обучающихся по подготовке и участию в дискуссии***

Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся, обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами.

Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми.

К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность.

Групповая дискуссия. Для проведения такой дискуссии все обучающиеся, присутствующие на практическом занятии, разбиваются на небольшие подгруппы, которые обсуждают те или иные вопросы, входящие в тему занятия.

Обсуждение может организовываться двояко: либо все подгруппы анализируют один и тот же вопрос, либо какая-то крупная тема разбивается на отдельные задания.

Для проведения дискуссии необходимо:

1. Выбрать тему дискуссии, ее может предложить, как преподаватель, так и студенты.

2. Выделить проблематику. Обозначить основные спорные вопросы.

3. Рассмотреть, исторические и современные подходы по

выбранной теме.

4. Подобрать литературу.

5. Выписать тезисы.

6. Проанализировать материал и определить свою точку зрения по данной проблематике.

***Методические указания для обучающихся по участию в проведении ситуационного практикума***

Ситуационный практикум (кейс) является одной из форм интерактивного практического занятия, целью которого является приобретение обучающимся умений командной работы навыков выработки решений в профессиональной области, развитие коммуникативных и творческих способностей в процессе выявления особенностей будущей профессиональной деятельности на основе анализа обучаемыми заданий, сформированных на основе практических ситуаций.

Прежде чем приступать к участию в ситуационном практикуме, обучающемуся необходимо:

- заранее, в процессе самостоятельной работы ознакомиться со сценарием практикума и необходимой литературой, рекомендованной программой курса;

- получить от преподавателя информацию о содержании кейса, информирует о форме предоставления результатов, сроках выполнения кейса и критериях оценки действий участников;

При выполнении задания необходимо:

- получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы и принять участие в делении учебной группы на мини-группы и в выборах лидера мини-группы;

- участвовать в формировании отчета по выполнению кейса в своей мини-группе;

- участвовать в обсуждении отчетов мини-групп.

По итогам проведения ситуационного практикума, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю.

***Методические указания для обучающихся по участию в проведении тренинга***

Тренинг – это форма интерактивного практического занятия, цель которого – сформировать у обучающихся поведенческие паттерны (устойчивые модели поведения, которые человек предпочитает использовать при взаимодействии с другими людьми, доведенные до автоматизма) для дальнейшей успешной работы в профессиональной сфере.

Прежде чем приступать к участию в тренинге, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы

дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;

- получить от преподавателя информацию о целях и задачах тренинга, о порядке проведения тренинга, критериях оценки результатов тренинга;

- получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы;

В ходе проведения тренинга обучающийся должен активно участвовать в работе группы на всех этапах тренинга.

По итогам проведения тренинга, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

*Работа с литературой (конспектирование)*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

## *Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины*

| **Наименование темы** | **Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение** | **Формы самостоятельной работы** | **Форма текущего контроля** |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Современные индивидуальные и групповые методы управления группами и командами* | Задачи развития управленческих навыков. Современные социально-психологические техники воздействия в условиях управлении людьми. Основные виды коммуникативных тренингов для развития управленческих навыков. Личность лидера и социальная среда. Имплементация лидерского потенциала управления командой. | Работа с литературой, включая ЭБС, и источниками в сети Internet. Подготовка доклада и презентации, подготовка к дискуссии | Доклад-презентация и дискуссия |
| *Тема 2. Личностная идентификация лидера* | Личностные психотипы и прогноз успешности в переговорах. Мотивация и успех в командной работе. Диагностика мотивации избегания неудач и мотивации стремления к успеху. Технологии самомотивации. Харизма и власть лидера. Источники власти лидера. Манипулятивное воздействие в специфических условиях коммуникации. Личность манипулятора. Психологические аспекты принятия решений и их связь с личностью лидера. | Работа с литературой, включая ЭБС, и источниками в сети Internet. Подготовка доклада и презентации, подготовка к дискуссии; подготовка к ситуационному практикуму; подготовка к тренингу | Доклад-презентация и дискуссия Отчет по ситуационному практикуму Участие в тренинге |
| *Тема 3 Формирование* | Технология | Работа с литературой, | Доклад-презентация |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоятельной работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| *команды* | распределения групповых ролей с помощью психодиагностических методик. Мотивация и ценности участников команды. Методы и технологии оценки командной работы на различных этапах реализации проекта. Конформизм и нонконформизм в работе управленца. Групповой и персональный коучинг. Феномены групповой работы**.** Социальная ингибиция и фасилитация. Техники фасилитации и инструменты работы с группой. Разработка компетентностного профиля участников команды. | включая ЭБС, и источниками в сети Internet. Подготовка доклада и презентации, подготовка к дискуссии; подготовка к ситуационному практикуму; подготовка к тренингу | и дискуссия Отчет по ситуационному практикуму Участие в тренинге |
| *Тема 4.Динамика межличностных конфликтов* | Общие вопросы конфликтологии. Психологический анализ конфликтов в организациях. Положительные и отрицательные функции межличностных конфликтов. Принципы, условия и основные способы конструктивного разрешения конфликтов. Этапы ведения переговоров и способы подачи позиций. Личностный стиль ведения переговоров. Роль эмоционального интеллекта в разрешении | Работа с литературой, включая ЭБС, и источниками в сети Internet. Подготовка доклада и презентации, подготовка к дискуссии; подготовка к ситуационному практикуму; подготовка к тренингу | Доклад-презентация и дискуссия Отчет по ситуационному практикуму Участие в тренинге |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоятельной работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| | конфликтов и эмоциональная компетентность руководителя. Поведенческие сценарии обострения и избегания конфликтов. Стили управления и сценарии поведения в условиях конфликта интересов | | |
| *Тема 5. Селф-менеджмент лидера* | Инструменты селф-менеджмента. Технологии развития творческого потенциала лидера. Вербальные и невербальные стратегии влияния на команду. Когнитивные стили и их диагностика. Принципы коммуникативного тренинга. Технологии выявления лидерских задатков. Самоорганизация и самоконтроль. Технологии управления временем. Коммуникативные роли. | Работа с литературой, включая ЭБС, и источниками в сети Internet. Подготовка доклада и презентации, подготовка к дискуссии; подготовка к ситуационному практикуму | Доклад-презентация и дискуссия Отчет по ситуационному практикуму |

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1. Басманова, Н. И. Тренинг командообразования : учебное пособие : [16+] / Н. И. Басманова ; Технологический университет. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 60 с. : ил. https://www.iprbookshop.ru

2. Яхонтова, Е. С. Основы межличностного лидерства : учебное пособие / Е. С. Яхонтова. – Москва : Евразийский открытый институт, 2011. – 215 с. – https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература:***

1. Атватер, И. Психология для жизни: упорядочение образа мыслей, развитие и поведение человека наших дней / И. Атватер, К. Г. Даффи ; пер. Н. Л. Гиндилис, Г. Ю. Любимова, Л. П. Мордвинцева, О. Н. Родина. – Москва : Юнити, 2015. – 543 с. : ил. – https://www.iprbookshop.ru

2. Белова, Е. В. Методы НЛП и арт-терапии в работе психолога и менеджера : учебное пособие / Е. В. Белова, Е. В. Зинченко ; Южный федеральный университет, Академия психологии и педагогики. – Таганрог : Южный федеральный университет, 2017. – 99 с. : схем., табл. – https://www.iprbookshop.ru

3. Горчакова, В. Г. Имидж. Искусство и реальность : учебное пособие / В. Г. Горчакова. – Москва : Юнити, 2015. – 279 с. : ил., схемы – https://www.iprbookshop.ru

4. Ефимов, А. Н. Менеджмент: практикум / А. Н. Ефимов, Е. Н. Барикаев. – Москва : Юнити, 2015. – 119 с. : табл., схемы – https://www.iprbookshop.ru

5. Козлова, А. М. Организационное поведение. Для руководителей: пособие : [16+] / А. М. Козлова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – 319 с. : ил. – https://www.iprbookshop.ru

6. Конфликтология : учебник / под ред. В. П. Ратникова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити, 2015. – 543 с. : табл., граф., ил., схемы. – (Золотой фонд российских учебников). – https://www.iprbookshop.ru

7. Максвелл, Д. Прокачай свое лидерство : [16+] / Д. Максвелл ; пер. с англ. Л. Г. Третьяк. – Минск : Попурри, 2016. – 192 с. – https://www.iprbookshop.ru

8. Кови, С. Лидерство, основанное на принципах : [16+] / С. Кови ; ред. Р. Пискотина ; пер. П. Самсонов. – 7-е изд. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 301 с. : схем., табл., ил. – https://www.iprbookshop.ru

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимой для освоения дисциплины

| № | Наименование портала (издания, курса, документа) | Ссылка |
|---|---|---|
| 1. | Тематический портал – Психология и бизнес | http://www.psycho.ru |
| 2. | Тематический портал – Финансовый анализ компании | http://www.nkvclub.ru |
| 3. | Первая национальная академия профессионального коучинга | https://www.1napc.ru |
| 4. | Образовательный портал, интеллектуальный клуб | https://4brain.ru |
| 5. | «ОргРешение»: команда экспертов-практиков для развития команды, сотрудников и руководителей | https://www.orgreshenie.ru |
| 6. | Образовательный портал «БизнесКласс» | https://business-class.pro |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

• Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

• Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

• Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

• Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)

- Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

| № п/п | Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Ситуационный практикум | 10-9 – решение найдено, результаты аргументированные, логика решения четкая и ясная, решение самостоятельное, студент опирается на соответствующую теоретическую базу;<br>8-6 – решение найдено, но аргументация не четкая ход принятия решений недостаточно логичный, решение самостоятельное, студент опирается на соответствующую теоретическую базу;<br>5-4 – решение является не полным, аргументация нечеткая, ход принятия решений недостаточно логичный, решение самостоятельное, студент частично владеет необходимой теоретической базой;<br>3-2 – решение является частичным, аргументация неубедительная, рассуждение и изложение результата нелогичны, самостоятельность работы низкая, студент опирается на несоответствующей проблеме теоретические знания.<br>1 – решение является частичным, аргументация отсутствует, логику рассуждений студент представить не может, самостоятельность работы низкая, студент не владеет теоретической базой, необходимой для решения задачи;<br>0 – задача не решена. |
| 2. | Доклад-презентация с последующей дискуссией | *Оценка за участие в семинаре состоит из оценки за доклад:*<br>7-8 – доклад выполнен в соответствии с требованиями, 10 правильно оформленных слайдов презентации, грамотное использование терминологии, свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик правильные ответил на все вопросы преподавателя и обучающихся.<br>5-6 – доклад выполнен в основном соответствии с |

| № п/п | Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| | | требованиями,10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации, грамотное использование экономической терминологии, в основном свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик частично правильно ответил на все вопросы преподавателя и обучающихся.<br>3-4 – доклад выполнен в основном в соответствии с требованиями,10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации, докладчик был привязан к тексту, докладчик испытывал затруднения при ответе на вопросы преподавателя и обучающихся.<br>1-2 – доклад выполнен не в соответствии с требованиями, 10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации,<br>0 докладчик был привязан к тексту, докладчик не смог ответить на вопросы преподавателя и обучающихся.<br>*Оценка участия в дискуссии:*<br>1 – за одно выступление |
| 4. | Тренинг | 5 – участник тренинга, ориентируясь на свою роль, правильно и аргументировано изложил позицию соответствующего должностного лица по обсуждаемому вопросу, принял активное участие в последующей дискуссии;<br>4 – участник тренинга, ориентируясь на свою роль, в целом правильно, но недостаточно аргументированно изложил позицию соответствующего должностного лица по обсуждаемому вопросу, в последующей дискуссии принимал активное участие;<br>3 – участник тренинга, ориентируясь на свою роль, в целом правильно, но недостаточно аргументированно изложил позицию соответствующего должностного лица по обсуждаемому вопросу, в последующей дискуссии принимал не слишком активное участие;<br>1-2 – в тренинге конкретную роль не исполнял, но активно участвовал в дискуссии;<br>0 – в тренинге практически не участвовал или занимал пассивную позицию. |

## *Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости*

### ***Примерные темы докладов-презентаций***

***Тема 1. Современные индивидуальные и групповые методы управления группами и командами***

1. В чем отличие командного типа управления от традиционного менеджмента?

2. В чем заключаются преимущества и недостатки командного типа управления?

3. Когда команда не нужна?

4. Какие принципы необходимо учитывать для построения командного взаимодействия?

5. Какие трудности развития команды могут возникнуть на каждом этапе командообразования?

***Тема 2 Личностная идентификация лидера***

1. Истоки и классические исследования лидерства.
2. Теория личностных черт лидера.
3. Поведенческий подход: критерии эффективность лидерства.
4. Делегирование полномочий и ответственности.
5. Ситуационного подхода к изучению лидерства в организации.
6. Организационное лидерство или лидер организации.
7. Властный аспект организационного лидерства.
8. Управленческий аспект лидерства.
9. Делегирование полномочий и ответственности.
10. Современные оценки феномена лидерства.
11. Каковы истоки и классические исследования лидерства?
12. Что значит быть лидером организации?
13. Почему только совмещение компетенции лидера и менеджера может служить залогом успешной деятельности организации?
14. Раскройте феномен власти через различные процессы и явления, происходящие в организации.
15. В чем заключается управленческий аспект лидерства?
16. Раскройте смысл понятия и идентификации.
17. Какие возможны варианты идентификации лидера организации?
18. Какую роль играет делегирование полномочий и ответственности в деятельности лидера организации?
19. Какая современная теория связывает лидерство с процессом принятия решений в верхнем звене структуры власти?
20. Какие теории связи стратегии и лидерства являются современными аспектами рассмотрения феномена лидерства?
21. Какой возможен способ снижения чрезмерной хаотичности в области теорий лидерства?

***Тема 3. Формирование команды***

1. Ролевое распределение в команде: подбираем людей.
2. Эффективность групповой деятельности.
3. Личностные качества, способствующие эффективной работе в группе.
4. Лидер в интернет-бизнесе.
5. Технология создания команды.
6. Феномены групповой работы**:** групповое давление, конформизм и нонконформизм.
7. Внешние и внутренние бизнес-процессы в фирме с учетом жизненного цикла организации.

8. Способность предвидеть и опередить: проактивное лидерство.
9. Управление организационными изменениями.

***Тема 4. Динамика межличностных конфликтов***

1. Межличностный конфликт. Общая характеристика.
2. Конструктивные функциям межличностного конфликта.
3. Деструктивные функции межличностного конфликта.
4. Структура и элементы межличностного конфликта.
5. Стили поведения в межличностном конфликте.
6. Подходы к анализу межличностных конфликтов
7. Конфликты в организациях.
8. Сферы деятельности, в которых могут происходить трудовые конфликты.
9. Положительные последствия конфликтов в организациях.
10. Динамика межличностных конфликтов.
11. Способы разрешения конфликта.
12. Управление конфликтом.

***Тема 5. Селф-менеджмент лидера***

1. Саморегуляция как власть над собой
2. Эмоции и управление ими
3. Воля и самостоятельность
4. Нравственная саморегуляция
5. Прогноз построения карьеры в организации различных личностных типов за счет своих достоинств и недостатков
6. Эмоциональный интеллект и эмоциональная компетентность.
7. Способы отреагирования собственной эмоции
8. Алгоритм управления эмоциями

***<u>Примерные вопросы для дискуссии после докладов-презентаций</u>***

***Тема 1. Современные индивидуальные и групповые методы управления группами и командами***

1. Каким образом стратегии влияния связаны с источниками власти лидера?
2. Как и какие невербальные способы воздействия лидер может использовать для оказания влияния на окружающих людей?
3. В чем заключается сила харизмы?
4. Как связаны: харизма и власть, харизма и мотивация, харизма и успех? Эксплуатация архетипических образов для оказания влияния.
5. В чем заключаются особенности субъективной реальности?
6. О чем идет речь, когда говорят о фокусах языка?

***Тема 2. Личностная идентификация лидера***

1. Как вы думаете, в чем причина популярности лидерства как

феномена социальной действительности?

2. Охарактеризуйте существующие подходы к изучению лидерства.

3. Кто может стать лидером с точки зрения различных теоретических подходов.

4. Каким из перечисленных принципов лидерского поведения Вы уже следуете? Что необходимо сделать, чтобы остальные принципы стали руководством к вашему поведению?

5. Чем отличается «инновационное» и «трансформационное» лидерство?

6. В чем заключается осознанность выбора между ролью лидера и руководителя для менеджера организации?

***Тема 3. Формирование команды***

1. Как образуется «ближний круг»? Как собрать команду?

2. Как отобрать людей правильно? Как выбрать правильных людей?

3. От чего зависит эффективность групповой деятельности?

4. Каковы личностные качества, способствующие эффективной работе в группе?

5. В чем отличия лидера в интернет-бизнесе?

6. Какие феномены групповой работы важно учитывать при организации командной деятельности?

***Тема 4. Динамика межличностных конфликтов***

1. Что понимается под межличностным конфликтом?

2. В каких формах может проявляться межличностный конфликт?

3. Как на практике могут осуществляться конструктивные функции межличностного конфликта?

4. Как могут осуществляться деструктивные функции межличностног конфликта?

5. Каковы основные периоды межличностного конфликта?

6. Что выступает объектом и предметом межличностного конфликта?

***Тема 5. Селф-менеджмент лидера***

1. Чем отличаются самоуправление и саморегуляция личности?

2. Почему саморегуляция рассматривается как власть над собой? Как это проявляется?

3. Зачем самообладание в бизнесе? Как управлять эмоциями?

4. Как развить ключевые компетенции лидера?

5. На какие признаки участников бизнес-коммуникации необходимо ориентироваться для повышения эффективности стиля лидерства?

6. Как соотносятся эмоциональный интеллект и эмоциональная компетентность?

***Типовые задания к ситуационным практикумам (кейс-стадии)***

**Ситуационный практикум 1**

***Задание 1.*** При просмотре видеоотрывка (видео-кейса) определить, кто из героев являлся лидером. Обосновать свое решение. Представители, какого теоретического подхода данное поведение признают (считают) лидерским?

***Задание 2.*** Программа саморазвития лидера. Заполнить таблицу и прокомментировать каждый из пунктов

| **Название** | | **Способ развития** | **Источник информации** | **Ваш ресурс** | **Временной интервал** | **Критерии оценки** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Знания | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| Навыки | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| Способности | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |

***Задание 3.*** Проведите диагностику лидерского потенциала, исходя из знания различных психологических типологий.

***Задание 4.*** При просмотре видео-кейса дайте определение происходящему с точки зрения психологии управления.

**Ситуационный практикум 2**

***Задание 1.*** **Упражнение «Самовнушение».** Внушите себе (усиленно представляйте), что у Вас во рту халва или любое другое кушание. Если у вас «потекут слюнки», значит Вы – внушаемый человек.

*Комментарий*

Мои чувства:

Мои мысли:

***Задание 2.*** **Упражнение «Самоубеждение».** Приведите аргументы для убеждения себя, в том, что необходимо хорошо учиться:

*Комментарий*

Мои чувства:

Мои мысли:

***Задание 3.*** **Упражнение «Самоирония».** Составьте на себя дружескую эпиграмму. Определение и подсказки по написанию найдете в словаре.

Помните, что самоирония, позволяет посмотреть на себя со стороны

глазами простака, восхищающегося в себе тем, что на самом деле вызывает его сомнение.

***Задание 4.*** **Упражнение «Самоподкрепление».** Составьте список мысленных и физических действий, помогающих вам в ситуации крайней усталости или напряженности расслабиться и вернуть себе самоконтроль над чувствами, мыслями и поведением.

Поставьте рядом с каждым знак «+» или «–», в зависимости от того, является ли данный способ самоподкрепления здоровым (социально одобряемым), позволяющим достичь поставленной цели.

***Задание 5.*** **Упражнение «Самообладание».** Вы пришли на работу (учебу) не выспавшимся. И день сразу не задался. Вы часто ошибаетесь и получаете замечания от руководителя, все валится из рук, да еще и Гости придирчивые попались… Вы злитесь, уходя хлопаете дверью, но это только ухудшает рабочую атмосферу.

Продемонстрируйте, как применяются известные вам способы саморегуляции в данной ситуации.

***Задание 6.*** При просмотре видеоотрывка (видео кейса) определить, какие методы управления собой использовались персонажем. Обосновать (аргументировать) свое решение.

**Ситуационный практикум 3**

***Задание 1.*** При просмотре видео-кейса определите тип пристройки. Невербальные способы оказания влияния на окружающих людей.

***Задание 2.*** Составьте метапрограммный профиль своего партнера, на основе анализа его сочинения.

***Задание 3.*** Используя темы, подберите к каждому архетипическому образу лидера по 2-3 примера, из истории, литературы, кино. Ответы запишите и будьте готовы защитить свою позицию.

| № | Архетип лидера | Примеры лидеров, эксплуатирующих данный образ |
|---|---|---|
| 1 | Герой | |
| 2 | Отец | |
| 3 | Спаситель | |
| 4 | Царь | |

**Ситуационный практикум 4**

***Задание 1.*** Проанализируйте распределение ролей в команде среди героев фильма/мультфильма, просмотренного на занятии. Ответы занесите в таблицу. При обсуждении результатов, будьте готовы аргументировать вашу точку зрения.

| № | Командные роли | Персонажи … |
|---|---|---|
| 1. | Генератор идей | |
| 2. | | |
| 3. | | |
| 4. | | |

| | | |
|---|---|---|
| 5. | | |
| 6. | | |
| 7. | | |
| 8. | | |

***Задание 2.*** При просмотре видео-кейса определите управленческие воздействия.

**Ситуационный практикум 5**

***Задание 1.*** Напишите историю своего успеха, отвечая на рекомендованные вопросы.

- Кто вы сейчас?
- Каковы базовые ценности, на которых основываются ваши повседневные решения?
- Кем вы были пять лет назад?
- Кем вы хотите стать через пять лет?
- Кто ваша главная (целевая) аудитория, на кого Вы собираетесь оказать влияние при помощи своей истории (коллеги, клиенты, руководители и т.д.)?
- Что ваша целевая аудитория хочет и должна знать о Вас?
- Как они хотят общаться с Вами?

***Задание 2.*** Ниже приведены символические определения 10 неэффективных команд. Ваша задача заполнить таблицу и выявить:

- суть проблемы неэффективности команды
- стиль управления
- предложить рекомендации для выхода из создавшейся ситуации.

Символические определения не эффективных команд:

1. *«Пассажиры автобуса»*: каждому важно доехать только до своей остановки и никого не волнуют проблемы водителя.
2. *«Мы и Он»*: подчиненные осознают глубокие различия собственных интересов и интересов руководителя.
3. *«Один на поле, остальные на трибунах»*: руководитель работает за всех, подчиненные наблюдают, изредка хлопают и комментируют.
4. *«Каждый несет свой чемодан без ручки»*: большая нагрузка на всех, без прав и ресурсов.
5. *«Хор солистов»*: сильные профессионалы, но не «спевшиеся» между собой, не склонные к совместной работе.
6. *«Серпентарий единомышленников»*: люди работают вместе, при этом находясь в остром конфликте между собой.
7. *«Уважайте меня, бездельники, полюбите меня, тупицы»*: руководитель унижает своих подчиненных, но и требует высокой лояльности к себе, личной преданности.
8. *«Грозный отец и напуганные дети»*: руководитель настойчиво

подключает подчиненных к общефирменным решениям, расправляясь с каждым за ошибки, неудачи, оплошности.

9. *«Много умных, мало взрослых»*: либо специалисты избегают принятия на себя ответственности, уклоняются от принятия решений общефирменного уровня, во всем полагаясь на лидера; либо он сам считает: «Они молодцы, но мне виднее».

10. *«Негативная селекция»*: руководитель намеренно подбирает подчиненных, чей уровень интеллекта и профессионализма заведомо ниже его уровня.

| № | Суть проблемы неэффективности | Стиль управления | Мои рекомендации для команды |
|---|---|---|---|
| 1. | | | |
| 2. | | | |
| 3. | | | |
| …. | | | |
| 10 | | | |

***Типовые задания к тренингам*** – в приложении.

## 7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Командная работа и лидерство» проводится в форме зачета.

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя.<br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающегося принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и | Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале:<br>Задание 1: 0-30 баллов<br>Задание 2: 0-30 баллов<br>Задание 3: 0-40 баллов<br>**«Зачтено»**<br>– **90-100** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>– **70 -89** – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения заданий правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>– **50 - 69** – ответ в основном правильный, |

| | |
|---|---|
| методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>Задания №3 – задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задание решено частично.<br>**«Не зачтено»**<br>– **менее 50** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены. |

## *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

***Задания 1 типа***

1. Ситуационная теория лидерства.
2. Системная теория лидерства.
3. Новые теории лидерства.
4. Диагностика лидерского потенциала.
5. Две реальности мира. Субъективная реальность и ее особенности.
6. Общая характеристика методов социально-психологического воздействия.
7. Личностные качества, способствующие эффективной работе в группе.
8. Команда как вид малой группы и ее структура.
9. Особенности командообразования.
10. Охарактеризуйте преимущества и ограничения командных форм управления.
11. Причины перехода к командному типу управления.
12. Этапы становления эффективной команды.
13. Отличия понятий «группа» и «команда».
14. Принципы формирования эффективной команды.
15. Сотрудничество и кооперация в команде.
16. Особенности принятия групповых решений.
17. Управленческие команды лидеров.
18. Особенности работы с командой на этапе изменений.
19. Методы повышения эффективности командной работы.
20. Конфликты в команде. Пути урегулирования.
21. Отечественный и зарубежный опыт практической деятельности команд в бизнесе.
22. Отличительные особенности команды, работающей над инновационным проектом.
23. Потенциальные возможности командного развития.
24. Инструментарий модератора, фасилитатора, медиатора.
25. Современные методы и модели командообразования.

***Задания 2 типа***

1. В чем проявляется психологические условия сплочения команды?

2. Негативную или позитивную роль играют групповой контроль и санкции?

3. В чем заключаются трудности делегирования полномочий?

4. По каким критериям производится оценка владения сотрудником необходимыми навыками?

5. Какие личностные качества способствуют эффективной работе в группе?

6. В чем проявляется феномен группового давления? Приведите примеры.

7. Какие проблемы этического характера возникают в процессе командообразования?

8. Охарактеризуйте командообразование как целенаправленную деятельность и дайте обоснование ключевым концепциям построения команды.

9. Конкретизируйте цели и задачи процесса командообразования. Дайте характеристику основным формам командообразования.

10. Охарактеризуйте основные направления в командообразовании и дайте рекомендацию, какая из них наиболее эффективна в работе.

11. Охарактеризуйте командообразование как метод развития организации.

12. Назовите качества эффективной команды. Какое из качеств является наиболее важным в команде, а какие второстепенные? Обоснуйте свой ответ примерами.

13. Происходят ли в процессе совместной работы конфликты в команде? Каким образом они разрешаются?

14. Насколько быстро участники команды понимают, что для эффективного взаимодействия необходимо понять цели каждого?

15. Как в реальной деятельности команды возможно интегрировать интересы каждого?

16. Кто занимает наиболее активную позицию при поиске решения в команде?

17. Кто обычно координирует деятельность группы, а кто вносит беспорядок?

18. Как наш взгляд соотнесены понятия лидерства и инициативы? Чего всегда много или слишком мало?

19. Какие нормы взаимодействия в команде можно ввести для того, чтобы в будущем действовать более эффективно?

20. Как часто наблюдается в команде недостаток или переизбыток лидерства? Обоснуйте свой ответ.

21. Что необходимо для эффективного общения в группе и для чего необходимо уметь передавать инициативу и давать каждому высказаться?

22. Каковы преимущества и недостатки команды с точки зрения сотрудников организации и управляющих работников?

23. Выделите и прокомментируйте потенциальные недостатки

работы в группах.

24. На основе собственного опыта расскажите о значении достижения группой единого мнения по какому-либо вопросу.

25. Каким образом можно повысить навыки сотрудников в команде?

***Задания 3 типа***

**Типовое задание 1**

Переведите предложенные определения неэффективных команд с символического языка на профессиональный.

Заполните таблицу, выявив: суть проблемы не эффективности команды, стиль управления и предложив рекомендации для выхода из создавшейся ситуации. Рекомендации должны исходить от вас как от лидера / руководителя данной команды.

Символические определения не эффективных команд:

1. *«Пассажиры автобуса»*: каждому важно доехать только до своей остановки и никого не волнуют проблемы водителя.

2. *«Много умных, мало взрослых»*: либо специалисты избегают принятия на себя ответственности, уклоняются от принятия решений общефирменного уровня, во всем полагаясь на лидера; либо он сам считает: «Они молодцы, но мне виднее».

| **«№** | **Суть проблемы неэффективности** | **Мои рекомендации для команды** |
|---|---|---|
| 1. | | |
| 2. | | |

**Типовое задание 2.** Руководитель, желающий стать лидером коллектива, обратился к психологу с просьбой выявить его слабые и сильные стороны для своего развития. Какие методики помогут сделать это и почему именно они?

**Типовое задание 3.** Сравните стили лидерства, заполнив для этого соответствующие графы таблицы:

| **Параметр сравнения** | **Авторитарный стиль** | **Либеральный стиль** |
|---|---|---|
| | | |
| | | |
| | | |

**Типовое задание 4.** Какие способности и навыки личности соответствуют используемым источникам власти. Продолжите заполнение таблицы.

| **Источник власти** | **Инструменты** | **Знание, способности, навыки личности** |
|---|---|---|

| | | |
|---|---|---|
| | | |
| | | |
| | | |

**Типовое задание 5.** Сравните стили лидерства, заполнив для этого соответствующие графы таблицы:

| Параметр сравнения | Демократический стиль | Либеральный стиль |
|---|---|---|
| | | |
| | | |
| | | |

**Типовое задание 6.** Сравните стили лидерства, заполнив для этого соответствующие графы таблицы:

| Параметр сравнения | Авторитарный стиль | Демократический стиль |
|---|---|---|
| | | |
| | | |
| | | |

**Типовое задание 7.** Предложите распределение ролей в команде Винни-Пуха для каждого типа ситуации функционирования. Занесите результаты в таблицу.

| Тип ситуации | Вини-Пух | Пятачок | Сова | Ослик Иа-Иа |
|---|---|---|---|---|
| I | | | | |
| II | | | | |
| III | | | | |

**Типовое задание 8.** Перечислите признаки (минимум 5) эффективного лидерства. Приведите примеры для аргументации выделенных критериев. Как можно использовать данную информацию в практике управленческой деятельности.

**Типовое задание 9.** Прочитайте содержание кейса, представленного отрывком из художественного произведения. Ответьте на вопросы, приведенные после него.

«- Хорошо здесь у вас! - проговорил массивный мужчина, в котором, на взгляд мисс Гориндж, было что-то бычье. - Тепло, красиво. - Он кивнул на камин:

- Уют прежних дней!

Мисс Гориндж улыбнулась, польщенная.

- Да, действительно. Мы гордимся тем, что нашим гостям у нас уютно. Она повернулась к помощнице:

- Справишься, Элис? Вот журнал. Скоро приедет леди Джослин. Как только она увидит свой номер, то немедленно захочет его сменить,

но ты ей объясни, что отель переполнен. Во всяком случае, предложи ей номер триста сорок на третьем этаже. Это не слишком приятная комната, и, я думаю, увидев ее, леди Джослин удовлетворится той, какую мы ей выделили.

- Да, мисс Гориндж. Я все поняла, мисс Гориндж.

- И напомни, кстати, полковнику Мортимеру, что его полевой бинокль здесь. Он оставил его у меня сегодня утром. Проследи, чтобы полковник не ушел без бинокля.

- Хорошо, мисс Гориндж.

Покончив с текущими делами, мисс Гориндж вышла из-за стойки и направилась к двери красного дерева, на которой не было никакой надписи...»

*Вопросы:*

1. О чем говориться в кейсе?
2. Как мы можем определить, кто из участников описанной ситуации является лидером?
3. Какую роль берет на себя главная героиня?
4. Оцените качество оставленных инструкций.

**Типовое задание 10.** Какими могут быть возможные причины и потенциальные риски каждой из ловушек делегирования. Заполните таблицу:

| Вид ловушки | Возможные причины | Потенциальные риски |
|---|---|---|
| Обратное делегирование | | |
| Переделегирование | | |
| Самоделегирование | | |

**Типовое задание 11.** Напишите историю своего успеха, отвечая на рекомендованные вопросы.

- Кто вы сейчас?
- Каковы базовые ценности, на которых основываются ваши повседневные решения?
- Кем вы были пять лет назад?
- Кем вы хотите стать через пять лет?
- Кто ваша главная (целевая) аудитория, на кого Вы собираетесь оказать влияние при помощи своей истории (сотрудники, клиенты, руководители и т. д.)?
- Что ваша целевая аудитория хотят и должны знать о Вас?
- Как они хотят общаться с Вами?

**Приложение**

**ТРЕНИНГИ ДЛЯ ВЕДУЩИХ** (на выбор преподавателя)

## Часть 1. ТРЕНИНГИ, НАПРАВЛЕННЫЕ НА ОПРЕДЕЛЕНИЕ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ КАЧЕСТВ И УМЕНИЙ УЧАСТНИКОВ

**«ВОЗДУШНЫЙ ШАР»** (Из книги Бука Т.Л., Митрофанова М.Л. «Психологический тренинг»).

Тренинг дает возможность участникам продемонстрировать следующие умения и навыки:

- активное слушание,
- индивидуальное решения актуальных задач,
- участие в дискуссии,
- выработка группового решения актуальной задачи,
- анализ своего поведения в предлагаемых обстоятельствах.

**Инструкция**

Ведущий: Прошу всех сесть в большой круг и внимательно выслушать информацию.

Представьте себе, что вы экипаж научной экспедиции, которая возвращается на воздушном шаре после выполнения научных изысканий. Вы осуществляли аэрофотосъемку необитаемых островов. Вся работа выполнена успешно. Вы уже готовитесь к встрече с родными и близкими, летите над океаном и до земли 500 – 550 км. Произошло непредвиденное – в оболочке воздушного шара по неизвестным причинам образовалось отверстие, через которое выходит газ, заполнявший оболочку. Шар начинает стремительно снижаться. Выброшены за борт все мешки с балластом (песком), которые были припасены на этот случай в гондоле воздушного шара. На некоторое время падение замедлилось, но не прекратилось.

Вот перечень предметов и вещей, которые остались в корзине шара:

| № | Наименование | Кол-во |
|---|---|---|
| 1 | Канат | 50 м |
| 2 | Аптечка с медикаментами | 5 кг |
| 3 | Компас гидравлический | 6 кг |
| 4 | Консервы мясные и рыбные | 20 кг |
| 5 | Секстант для определения местонахождения по звездам | 5 кг |
| 6 | Винтовка с оптическим прицелом и запасом патронов | 25 кг |
| 7 | Конфеты разные | 20 кг |
| 8 | Спальные мешки (по одному на каждого члена экипажа) | |
| 9 | Ракетница с комплектом сигнальных ракет | 8 кг |
| 10 | Палатка 10-местная | 20 кг |
| 11 | Баллон с кислородом | 50 кг |
| 12 | Комплект географических карт | 25 кг |
| 13 | Канистра с питьевой водой | 20 л |
| 14 | Транзисторный радиоприемник | 3 кг |
| 15 | Лодка резиновая надувная | 25 кг |

Через 5 минут шар стал падать с прежней, очень большой скоростью. Весь экипаж собрался в центре корзины для того, чтобы обсудить создавшееся положение. Нужно принимать решение, что и в какой последовательности

выбрасывать за борт.

Ваша задача – решить вопрос о том, что и в какой последовательности следует выбросить.

Но сначала примите это решение самостоятельно. Для этого нужно взять лист бумаги, переписать список предметов и вещей, а затем с правой стороны рядом с каждым наименованием поставить порядковый номер, соответствующий значимости предмета, рассудив примерно так:

«На первое место я поставлю комплект карт, поскольку он совсем не нужен, на второе – баллон с кислородом, на третье – конфеты и т.д.».

При определении значимости предметов и вещей, т.е. очередности, с какой вы будете от них избавляться, нужно иметь в виду, что выбрасывается все, а не часть, т.е. все конфеты, а не половина.

Когда вы примите индивидуальное решение, нужно собраться в центр (в круг) и приступить к выработке группового решения, руководствуясь следующими правилами:

1) высказать свое мнение может любой член экипажа;

2) количество высказываний одного человека не ограничивается;

3) решение принимается, когда за него проголосуют все члены экипажа без исключения;

4) если хотя бы один возражает против принятия данного решения, оно не принимается, и группа должна искать иной выход;

5) решения должны быть приняты в отношении всего перечня предметов и вещей.

Время, которое есть в распоряжении экипажа, неизвестно. Сколько еще будет продолжаться падение? Во многом это зависит от того, как быстро вы будете принимать решения.

Если экипаж единогласно проголосует за то, чтобы выкинуть какой-то предмет, он считается выброшенным, и это может замедлить падение шара.

Я желаю вам успешной работы. Главное – остаться в живых. Если не сможете договориться, вы разобьетесь. Помните об этом!

Рекомендации ведущему. Следует очень подробно объяснить участникам все правила и описать ситуацию, в которой оказался экипаж. При этом можно проявить собственную фантазию, исходя из особенностей состава группы. Нужно ответить на все вопросы, но не подсказывать выход из создавшегося положения. Его должны найти сами учащиеся. Во время работы ведущий не вмешивается в процесс обсуждения и не отвечает на вопросы участников, а только следит за выполнением правил, особенно за голосованием.

Время на игру: 20 – 25 минут. Но можно и увеличить время, если группа очень вяло включается в обсуждение, особенно на начальном этапе. Можно сократить время до 17 – 18 минут, если она сразу очень активно включилась в работу. Если группа сумела принять все 15 решений при 100 %-ном голосовании, надо поздравить участников и попросить их подумать над причинами успешного выхода из столь критической ситуации.

Если они не смогли принять за отведенное время все 15 решений, то ведущий объявляет, что экипаж разбился, и просит подумать над причинами, которые привели к этой катастрофе. Анализ результатов и хода игры можно провести сразу после ее окончания, можно и на следующем занятии, дав возможность более глубоко разобраться в причинах удачи или неудачи, проанализировать ошибки и попытаться прийти к общему мнению.

**«АКУЛЫ»** (Из книги Бука Т.Л., Митрофанова М.Л. «Психологический тренинг»).

Материалы: два листа бумаги.

**Инструкция**. Участники делятся на две команды. Всем предлагается вообразить себя в ситуации, когда корабль, на котором они плыли, потерпел крушение, и все находятся в открытом океане. Но в океане есть один островок, на котором можно спастись от акул (Каждая команда имеет свой «островок» – лист бумаги, на котором в начале игры могут поместиться все участники команды).

Капитан (ведущий), увидев "акулу", должен крикнуть «Акула!». Задача участников – быстро попасть на свой островок.

После этого игра продолжается – люди покидают остров до следующей опасности. В это время ведущий уменьшает лист бумаги наполовину.

По второй команде "Акула!" задача игроков быстро попасть на остров и при этом «сохранить» наибольшее количество людей. Тот, кто не смог оказаться на «острове», выходит из игры. Игра продолжается: «остров» покидается до следующей команды.

В это время лист бумаги уменьшается еще наполовину. По команде «Акула!»" задача игроков остается той же.

По окончании игры результаты сравниваются: в какой команде осталось больше участников и почему.

**«АБОРИГЕНЫ И ИНОПЛАНЕТЯНЕ»** (Из книги Бука Т.Л., Митрофанова М.Л. «Психологический тренинг»).

**Инструкция.** Группа делится пополам. Первая подгруппа выходит за двери, вторая рассаживается на стульях полукругом. Это аборигены. Вышедшие за двери, – инопланетяне, которым надо вступить в контакт с аборигенами и узнать как можно больше об их планете. Аборигены плохо знают язык и могут отвечать только односложно. Инопланетяне строят свои вопросы так, чтобы получить как можно больше информации об особенностях общения аборигенов.

Вариант 1. Инструкция для аборигенов: «Когда инопланетяне выйдут за дверь: «Кивок головой, обозначает «нет». Слово «нет» обозначает «да». Слова «да» в речи – «нет». Если в вопросе содержится слово «любовь», «любить», то аборигены выбрасывают вперед руку, показывая «класс».

Инструкция для инопланетян: распределите роли в команде, критерий распределения выберете самостоятельно. Продумайте тактику общения с аборигенами.

Входят инопланетяне, садятся напротив. Время на вопросы-ответы 10 – минут. Когда время истекло, инопланетяне рассказывают, о чем они узнали от аборигенов и об особенностях их общения.

По окончании игры сесть в общий круг через одного и отрефлексировать.

Вариант 2. Инструкция для аборигенов: распределите роли в команде, придумайте «свой» язык (главную тему, образ или др.).

Инструкция для инопланетян: распределите роли в команде, критерий распределения выберете самостоятельно. Продумайте тактику общения с аборигенами. Цель инопланетян: забрать с собой 3 предмета аборигенов для изучения в лаборатории.

Входят инопланетяне, садятся напротив. Время на вопросы-ответы 15 – минут. Когда время истекло, инопланетяне рассказывают, о чем они узнали от аборигенов и об особенностях их общения.

**ДЕЛОВАЯ ИГРА «ПОТЕРПЕВШИЕ КОРАБЛЕКРУШЕНИЕ»** (Из книги Бука Т.Л., Митрофанова М.Л. «Психологический тренинг»).

**Цель** деловой игры: изучить процесс выработки и принятия группового

решения в ходе общения и групповой дискуссии.

Задача: освоение и осмысление инструментальных задач, связанных с построением реальной деятельности, достижением конкретной цели, структурированием системы деловых отношений с другими людьми.

Данная игра позволяет

- развивать навыки целеполагания и планирования деятельности;
- развивать внутреннюю гибкость в разработке и изменении плана действий;
- развивать навыки саморегуляции в процессе достижения целей;
- развивать социальную и личностную критичность, умение соотносить свою деятельность с деятельностью других людей.

Время проведения: около 1 часа.

Цель: «Потерпевшие кораблекрушение»: изучить процесс выработки и принятия группового решения в ходе общения и групповой дискуссии.

Проведение игры

*1-й этап.*

Ознакомление всех участников с условиями игры:

Ведущий даёт участникам следующую инструкцию: «Представьте, вы дрейфуете на яхте в южной части Тихого океана. В результате пожара большая часть яхты и её груза уничтожена. Яхта медленно тонет. Ваше местонахождение неясно из-за поломки основных навигационных приборов, но примерно вы находитесь на расстоянии тысячи километров от ближайшей земли».

Ниже дан список из 15 предметов, которые остались целыми и неповреждёнными в результате пожара. В дополнение к этим предметам вы располагаете прочным надувным плотом с вёслами, достаточно большим, чтобы выдержать вас, экипаж и все перечисленные ниже предметы. Имущество оставшихся в живых людей составляют несколько коробков спичек и 5 однодолларовых банкнот. Список предметов:

- Сектант.
- Зеркало для бритья.
- Канистра с 25 литрами воды.
- Противомоскитная сетка.
- Одна коробка с армейским рационом.
- Карты Тихого океана.
- Надувная плавательная подушка.
- Канистра с 10 литрами нефтегазовой смеси.
- Маленький транзисторный радиоприёмник.
- Репеллент, отпугивающий акул.
- Два квадратных метра непрозрачной плёнки.
- Один литр рома крепостью 80%.
- 450 метров нейлонового каната.
- Две коробки шоколада.
- Рыболовная снасть.

*2-й этап.*

Попросите каждого из участников самостоятельно проранжировать указанные в приложении предметы с точки зрения их важности для выживания (поставьте цифру 1 у самого важного для вас предмета, цифру 2 – у второго по значению и т. д., цифра 15 будет соответствовать самому менее полезному предмету).

На этом этапе деловой игры дискуссии между участниками запрещены. Отметьте среднее индивидуальное время выполнения задания.

*3-й этап.*

Разбейте группу на подгруппы примерно по 6 человек. Одного участника из

каждой подгруппы попросите быть экспертом.

Предложите каждой подгруппе составить общее для группы ранжирование предметов по степени их важности (так как они это делали по отдельности).

На этом этапе допускаются дискуссии по поводу выработки решения.

Отметьте среднее время выполнения задания для каждой подгруппы.

*4-й этап.*

В каждой подгруппе выбирается лидер, который будет отстаивать мнение группы. Выбирается эксперт для группы лидеров. Лидеры от подгрупп приглашаются в центр круга и ранжируют предметы по степени важности. Лидеры обсуждают свои решения. Подсказок от остальных игроков быть не должно.

*5-й этап.*

Оцените результаты дискуссии в каждой подгруппе. Для этого:

А). Выслушайте мнение экспертов о ходе дискуссии и о том, как принималось групповое решение, первоначальные версии, использование веских доводов, аргументов и др. Насколько активно и убедительно лидеры защищали и отстаивали интересы своей подгруппы.

Б). Зачитайте «правильный» список ответов, предложенный экспертами ЮНЕСКО:

Согласно мнению экспертов, основными вещами, необходимыми человеку, потерпевшему кораблекрушение в океане, являются предметы, служащие для привлечения внимания, и предметы, помогающие выжить до прибытия спасателей. Навигационные средства имеют сравнительно небольшое значение: если даже маленький спасательный плот и в состоянии достичь земли, невозможно на нём запасти достаточное количество воды и пищи для жизни в течение этого периода.

Следовательно, самым важным для вас являются зеркало для бритья и канистра нефтегазовой смеси. Эти предметы могут быть использованы для сигнализации воздушным и морским спасателям.

Вторыми по значению являются такие вещи, как канистра с водой и коробка с армейским рационом.

Информация, которая даётся ниже, очевидно, не перечисляет все возможные способы применения данного предмета, а скорее указывает, какое значение имеет данный предмет для выживания.

- Зеркало для бритья. Важно для сигнализации воздушным и морским спасателям.
- Канистра с нефтегазовой смесью. Важна для сигнализации. Может быть зажжена банкнотом и спичкой и будет плыть по воде, привлекая внимание.
- Канистра с водой. Необходима для утоления жажды.
- Коробка с армейским рационом. Обеспечивает основную пищу.
- Непрозрачная плёнка. Используется для сбора дождевой воды и для защиты от непогоды.
- Коробка шоколада. Резервный запас пищи.
- Рыболовная снасть. Оценивается ниже, чем шоколад, потому что в данной ситуации «синица» в руках лучше «журавля» в небе. Нет уверенности, что вы поймаете рыбу.
- Нейлоновый канат. Можно использовать для связывания снаряжений, чтобы оно не упало за борт.
- Плавательная подушка. Спасательное средство на случай, если кто-то упадёт за борт.
- Репеллент, отпугивающий акул. Назначение очевидно.
- Ром, крепостью 80%. Содержит 80% алкоголя – достаточно для использования в качестве антисептика, в других случаях имеет малую ценность, поскольку употребление может вызвать обезвоживание.

- Радиоприёмник. Имеет незначительную ценность, так как нет передатчика.
- Карты Тихого океана. Бесполезны без дополнительных навигационных приборов. Для вас важнее знать, не где находитесь вы, а где находятся спасатели.
- Противомоскитная сетка. В Тихом океане нет москитов.
- Сектант. Без таблиц и хронометра относительно бесполезен.

Основная причина более высокой оценки сигнальных средств по сравнению с предметами поддержания жизни (пищей и водой) заключается в том, что без средств сигнализации почти нет шансов быть обнаруженными и спасёнными. К тому же в большинстве случаев спасатели приходят в первые 36 часов, а человек может прожить этот период без пищи и воды.

Предложите сравнить «правильный» ответ, собственный результат и результат группы: для каждого предмета списка надо вычислить разность между номером, который присвоил ему индивидуально каждый участник, группа и номером, присвоенным этому предмету экспертами. Сложите абсолютные значения этих разностей для всех предметов. Если сумма больше 30, то участник или группа «утонули»;

В). Сравните результаты группового и индивидуального решения. Явился ли результат группового решения более правильным по сравнению с решением отдельных участников?

Вопросы для обсуждения:

1. Дает ли игра возможность количественно оценить эффективность группового решения?
2. Оцените качество и количество индивидуальных и групповых решений.
3. Оцените временной фактор в решении задачи.
4. Согласны ли Вы с утверждением, что решения, принятые в результате группового обсуждения, оказываются более рискованными, чем индивидуальные решения.
5. Кто вносил больший вклад в выработку групповых решений? Какие качества, знания и умения позволили участникам стать лидерами?

*Рекомендации.*

*1. Выполнить минимум 2 тренинга.*

*2. После каждого тренинга обязательное обсуждение в кругу - подведение итогов.*

*3. По завершении 1 части обязательно предложить каждому участнику оценить свои качества на основе индивидуального тестирования (тесты «Лидерские качества», «Работа в группе»). Цель: каждый участник должен получить представление о своих качествах как лидера и участника группы.*

**ЧАСТЬ 2. ТЕМА «ЛИДЕРСТВО».**

**«РЕКЛАМА»** (Источник Кипнис М. «Тренинг лидерства»).

Цели:

- освоить активный стиль общения и развить в группе отношения партнерства;
- развить самостоятельность, творческий подход к заданию, лидерские навыки в участниках тренинга;
- поупражняться в способности убеждать – навыке, необходимом для лидера.

Время: 60-90 минут.

Ход упражнения.

*1-ый этап*

Группа разбивается на пары. Важно проследить за тем, чтобы вместе оказались люди, как можно менее знакомые друг с другом. Ведущий объясняет задание.

- Представьте, что каждый из вас - член закрытого элитарного клуба. Естественно, что вы знакомы со всеми его участниками, доверяете им, вам хорошо вместе. Раз в году двери клуба открываются для всех. В этот день вы можете попытаться ввести в круг членов клуба своих друзей. Для этого вам предстоит подготовиться и дать своему товарищу такую рекомендацию, чтобы ни один из членов клуба не смог проголосовать против приема новичка. Это нелегко, но возможно.

Как практически будет проходить прием? Вы разбились на пары. Каждый из участников пары подумает несколько минут и расскажет своему партнеру об одном своем положительном качестве. Качество это может быть любым, но значимым.

*2-ой этап*

В свою очередь, рассказавший о себе выслушивает историю своего партнера о том качестве, которое выделяет его среди других людей и позволяет претендовать на прием в клуб. После того как вы поделились друг с другом информацией о своем положительном качестве, вам придется поломать голову над тем, каким образом представить перед членами клуба вашего товарища. Отрекомендовать его вы можете любым максимально эффектным способом. Например:

-интервью, представляющее героя, в теле-или радиостудии;

-рисунок, комикс, шарж с последующим театрализованным комментарием;

-инсценировка, представляющая личные качества кандидата;

-комментарий спортивного обозревателя (если ваш герой делает успехи в спорте и именно здесь проявляются его человеческие достоинства, упорство, надежность, сила воли), или репортаж с выставки, концерта, конкурса (при условии, что достижения вашего герояпроя вляются именно в этой сфере деятельности);

-стихотворение, песня.

Жанр рекламного выступления не регламентирован. Все, чем богата ваша фантазия, может оказаться удачным. Позаботьтесь лишь о том, чтобы избранная форма максимально отражала содержание вашего представления. Еще одна важная деталь: рассказывая о достоинствах человека, не забудьте назвать его имя!

Через 20 минут объявляется общее собрание членов клуба для обсуждения кандидатов. Эти 20 минут ведущий проводит в работе с участниками, переходя от пары к паре, стимулируя работу над рекламой. Иногда придется посоветовать, какая форма будет наиболее актуальна для рассказа о том или ином качестве, помочь преодолеть стеснение в восхвалении пока что малознакомого человека перед другими малознакомыми людьми.

Нередко вмешательство и поддержка режиссера потребуются даже на более раннем этапе, когда участники пары рассказывают друг другу о своих достоинствах. Порой можно услышать от молодого "актера": "А я не знаю, какие у меня положительные черты!" Выясняется, что для многих проще определить, в чем они слабы, несовершенны, чем назвать качества, которыми человек вправе гордиться. Иногда черты характера подменяются названием достижений: "Я - лучший в классе ученик", "У меня -первое место в городе по плаванию!" В таких случаях пробуем перевести достижения на другой язык: что во мне помогло добиться такого яркого результата? Упорство? сила воли? стремление довести дело до конца?

*3-ий этап*

Внимание, объявляется минутная готовность! Просьба всем собраться в зале клуба на церемонию представления новых участников!

Сейчас нам предстоит познакомиться с новыми кандидатами. Если рекомендация, представленная вам, уважаемые члены клуба, покажется достаточной и убедительной, прошу своими аплодисментами высказать решение о приеме в члены клуба. А теперь я приглашаю на сцену первую пару участников!

Завершение. После того как все пары представили друг друга, выясняем, что

дала каждому работа над заданием. Отмечаем оригинальные идеи и удачные выступления, дружественность атмосферы и важность поддержки.

**ЛИДЕР -ЭТО...** (Источник Кипнис М. «Тренинг лидерства»)

Цели:

- освоить активный стиль общения и развить в группе отношения партнерства;
- потренироваться в определении четких и ясных признаков лидерского поведения, осознании лидерских качеств.

Материалы: листы пол у ватмана, ножницы, клей, маркеры, карандаши, множество рекламных проспектов, журналов, газет.

Время: 60 минут.

Ход игры

Это задание – отличный «разогрев» группы перед тренингом лидерства. Материалы, которые в игровой форме представят и обсудят участники, послужат ориентиром для всего блока занятий. Возможно, тренер и группа будут возвращаться к ним не раз в ходе встреч. Поэтому желательно использовать большие листы, которые легче сохранить в течение длительного срока.

Всем игрокам предоставляются разнообразные канцелярские материалы, газеты, журналы, рекламные проспекты. В течение 30-40 минут они готовят (поодиночке либо в парах) некий коллаж с использованием газетных заголовков, фотографий, рисунков от руки или найденных в рекламных изданиях, журналах, газетах.

Тема работы: «Я -лидер!». В работе нужно попытаться в визуальной форме представить качества, которые характеризуют лидера, рассказать о своих способностях вести за собой людей, руководить ими. Пока группа работает, в комнате звучит фоном энергичная, ритмическая музыка, создающая рабочее настроение, поддерживающая творческий настрой участников. Когда время на подготовку закончено, музыка микшируется – это знак участникам начать уборку рабочих мест, освобождение комнаты от обрезков и мусора.

В это время тренер нумерует полученные от участников анонимные листы и развешивает их. После того как «субботник» завершен и место освобождено для продолжения работы, начинаем «лидерский променад». Все лидеры прогуливаются по комнате, на стенах которой закреплены скотчем рекламные постеры, и делают для себя пометки, кто является, по их мнению, авторами увиденных работ.

Завершение

Собираемся вместе и обсуждаем увиденное. Участники зачитывают свои мнения об авторстве работ, рассказывают, что им показалось наиболее привлекательным, ярким в работе товарищей.

В заключение на доске или флипчарте записываем набор лидерских качеств.

**ХАРИЗМАТИЧЕСКАЯ ЛИЧНОСТЬ** (Источник Кипнис М. «Тренинг лидерства»)

Цели:

- освоить активный стиль общения и развить в группе отношения партнерства;
- потренироваться в определении четких и ясных признаков харизматического поведения, осознании лидерских качеств.

Время: 30 минут.

Ход игры.

Для начала обсудим с группой само понятие «харизматическая личность». После того как участники придут к решению, что харизма -это способность человека

притягивать и удерживать внимание других людей, излучать энергию, которая способствует приятию такого человека, ощущению легкости и желательности его присутствия, приходим к выводу, что харизматический лидер наделен неуловимым шармом, который обеспечивает ему возможность влияния на людей.

Харизматический человек уверен в себе, но не самоуверен, он приветлив, но не «сладок» и не льстив, общение с ним приятно, к словам его хочется прислушиваться.

Ах, как хочется быть харизматическим! Что для этого сделать? Ну, во-первых, попытаться проанализировать, как выглядит и как ведет себя харизматическая личность. Во-вторых, попытаться «настроиться на волну» харизматического лидера, поискать подсказки в стиле его поведения, в его жестах, мимике, манере вести разговор, держаться с другими людьми.

Инструкция.

Разбейтесь на группы по три-четыре человека.

Первое задание для каждой группы: поделиться своими впечатлениями о встречах с харизматической личностью. Кто она, эта личность? В чем проявляется ее харизма? Чему бы вы хотели и могли научиться у нее? 10-15 минут.

Следующий этап работы: выстроить на базе рассказов живую скульптуру, отражающую смысл услышанных историй.

Даем каждой группе возможность показать свою композицию другим группам. Обсуждаем, как в бессловесной статической композиции проявляется харизматичность личности.

Какие элементы качеств характера лидера мы можем определить визуально?

Просим участников тренинга дать яркое и емкое название скульптуре товарищей.

Завершение.

Завершая игру, отмечаем еще раз черты харизматической личности.

- Нужно ли лидеру быть харизматичным?
- Как шла работа в подгруппах?
- Какие из историй, рассказанных товарищами, вам запомнились?
- Что вы могли бы сделать, чтобы стать харизматической личностью?
- Как можно научиться этому?

## ЧАСТЬ 3. ТЕМА «КОМАНДНАЯ РАБОТА»

**«БЕЗ КОМАНДИРА»** (Источник Кипнис М. «Тренинг лидерства»)

Цели:

- изучить сотрудничество как альтернативу конфликту в групповой деятельности;
- изучить преимущества и недостатки коллективной ответственности;
- развить умение и готовность принимать ответственность на себя, отработать умения продуктивно действовать в недирективной среде в условиях неопределенности.

Время: около 20 минут.

Ход игры. Нередко нам приходится встречаться с людьми, которые, кажется, только того и ждут, чтобы ими руководили. Их кто-то обязан организовывать, направлять, так как проявить собственную инициативу (и затем отвечать за свои решения и поступки) люди подобного типа боятся. Есть и другой тип - неуемные лидеры. Эти всегда знают, кто и что должен сделать. Без их вмешательства и заботы мир непременно погибнет!

Понятно, что и мы с вами принадлежим либо к ведомым, либо к лидерам, либо к какой-то смешанной -между тем и другим типом -группе.

В задании, которое вы попробуете сейчас выполнить, тяжело придется и явным активистам, и крайним пассивистам, потому что никто и никем не будет руководить. Абсолютно! Весь смысл упражнения в том, что при выполнении той или иной задачи каждый из участников сможет рассчитывать исключительно на свою смекалку, инициативу, на свои силы. Успех каждого станет залогом общего успеха.

Итак, с этой минуты каждый отвечает только за себя! Слушаем задания и пытаемся как можно лучше справиться с ними.

Любой контакт между участниками запрещен: ни разговоров, ни знаков, ни хватания за руки, ни возмущенного шипения -ничего! Работаем молча, максимум – взгляд в сторону партнеров: учимся понимать друг друга на телепатическом уровне!

- Прошу группу построиться в круг! Каждый слышит задание, анализирует его и пытается решить, что ему лично предстоит сделать, чтобы в итоге группа максимально быстро и точно встала в круг.

Очень хорошо! Вы обратили внимание, что у некоторых прямо руки чесались, так хотелось кем-нибудь по-управлять. А немалая часть из вас стояла в полной растерянности, не зная, что предпринять и с чего начать.

Продолжим тренировать личную ответственность. Выстройтесь, пожалуйста:

- в колонну по росту;
- два круга;
- треугольник;
- шеренгу, в которой все участники выстраиваются по росту;
- шеренгу, в которой все участники расположены в соответствии с цветом волос: от самых светлых на одном краю до самых темных на другом;
- живую скульптуру "Звезда", "Медуза", "Черепаха"...

Завершение: обсуждение игры.

- Кто из вас лидер по натуре?
- Легко ли было отказаться от руководящего стиля поведения?
- Что вы чувствовали? Успокоил ли вас очевидный успех группы в попытках самоорганизации? Теперь вы больше надеетесь на товарищей, не так ли?

Не забудьте, что и каждый из вас внес лепту в общую победу!

- Каковы были ощущения людей, которые привыкли быть ведомыми? Тяжело остаться вдруг без чьих быто ни было оценок, советов, указаний?
- Как вы понимали, верны ваши действия или ошибочны? Понравилось ли отвечать за себя и самостоятельно принимать решения?

**ПО ОДНОМУ!** (Источник Кипнис М. «Тренинг лидерства»)

Цели:

- потренироваться в слаженной групповой работе над поставленной целью;
- развить умение участников концентрироваться на партнере;
- отработать навыки действия в недирективной среде;
- научиться распознавать внутренние конфликты в группе, препятствующие эффективной совместной деятельности.

Размер группы: оптимальное количество -10-15 человек.

Время: 30-40 минут.

Ход упражнения.

Здесь предложено два варианта упражнения, которые потребуют от участников координации действий, максимальной сосредоточенности и терпения.

Вариант 1. Участники садятся в круг.

Задание: сосчитать от одного до двадцати одного, называя цифры по порядку.

Каждый из участников за один раз может назвать не более одной цифры.

Сложность в том, что не устанавливается никакой очередности. Наоборот, любой намек на установление игроками порядка входа в игру немедленно пресекается ведущим. Поэтому, как правило, несколько игроков, не зная о намерениях друг друга, одновременно вступают в игру и называют следующую по порядку цифру. В этом случае счет возобновляется с единицы.

Партнеры должны проявить максимум собранности и эмпатичности, чтобы предугадать действия других участников и не назвать цифру одновременно с другими игроками.

Нередко (через небольшое время после начала игры и после серии неудач) в группе начинает возникать напряжение между игроками. Это сопровождается взаимными обвинениями, которые потом важно отследить во время подведения итогов игры. Как правило, в этих обвинениях мало реальных просчетов того или иного игрока, скорее это «выпуск пара», прорывающееся наружу раздражение от коллективного неуспеха.

Итак, прошло немало времени, пока вы тренировались в умении понимать друг друга с полувзгляда. И, в конце концов, команде удалось досчитать до двадцати одного, не перессорившись и научившись самостоятельно отвечать за собственные просчеты и ошибки. Молодцы!

Вариант 2. Теперь попробуем выполнить сходное задание в другой форме. Прошу выйти на площадку 10-12 добровольцев. (Упражнение эффективно при 10-15 участниках. При большем количестве затрудняется контроль, при меньшем – задание становится легко выполнимым).

Наши добровольцы проведут на площадке всего три минуты. Каждому из них придется то находиться в движении, совершая короткие сольные переходы, то замирать на месте...

Что здесь сложного? Сложность заключается в том, что, как и в варианте со счетом, в этой модификации задания существуют жесткие и не столь простые для выполнения правила:

- начинать движение по площадке и совершать переход может каждый раз лишь один из игроков команды. Одновременное начало движения двух или более участников приводят к их проигрышу и выходу из игры;
- каждый сольный переход продолжается не более 10 секунд. Каждый из игроков в ходе игры может совершить любое количество переходов;
- только когда предыдущий игрок остановился, следующий может начать движение (опять-таки - не дольше 10 с.);
- паузы между переходами не могут превышать трех секунд. Значит, если по счету «три» ведущего ни один из участников не начал движение, вся команда считается проигравшей.

**ПЕЧАТНАЯ МАШИНКА** (Источник Кипнис М. «Тренинг лидерства»)

Цели:

- в игровой форме подчеркнуть важность каждого игрока в решении групповой задачи;
- закрепить навыки совместного решения групповой задачи;
- развить концентрацию внимания участников тренинга.

Размеры группы: как минимум, 8-10 человек.

Материалы: доска и мел или флип-чарт с фломастерами для записи текста упражнения.

Время: 15-20 минут.

Ход упражнения.

Это упражнение лучше всего проводить с группой игроков в 8-14 человек.

Если же группа большая, то образуем подгруппы. На доске/флип-чарте записывается текст:

- Не печалься о том, что никто не знает тебя, а стремись быть тем, кого могут знать. (Конфуций)

- Тот, кто, обращаясь к старому, способен открывать новое, достоин быть учителем. (Конфуций)

- Человек – все равно что кирпич: обжигаясь, он становится твердым. (Бернард Шоу)

Задание усложнится тогда, когда чтение каждого текста станет задачей коллективной. Это значит, что сейчас каждый игрок получит лишь по одному слову из текста. Я попрошу вас после этого произнести афоризм целиком, добившись логически верного и эмоционально наполненного звучания.

Итак, первому игроку - первое слово «не», второму – «печалься», третьему – «о», четвертому – «том» и т.д. Так распределяем текст первого отрывка, разделив его на сегменты. Если игроков не хватает, то даем некоторым по несколько слов.

Приступаем к самому упражнению. Читая слово, игрок как бы впечатывает его в общий текст и в сознание участников группы.

С первых же попыток произнести текст как единое логическое и эмоционально окрашенное целое группа столкнется с проблемой: каждый игрок будет ставить после своего слова интонационную точку, как бы завершая своим словом высказывание. Разнобой силы голоса, эмоций также будет мешать целостному восприятию афоризма.

Добиваемся единого звукового, логического и эмоционального звучания, пока не достигаем целостной осмысленной и ритмической передачи текста. После этого переходим к следующему афоризму.

Завершение

- Чем, на ваш взгляд, полезно это упражнение будущим лидерам?

- После разбора хода игры давайте вновь вернемся к трем афоризмам, чтобы обсудить их смысл.

**МНЕ НЕОБХОДИМА ПОМОЩЬ!..** (Источник Кипнис М. «Тренинг лидерства»)

Цели:

- потренироваться в осознании собственных поведенческих моделей;
- закрепить навыки диалогового стиля общения в практике лидера;
- развить эмпатические возможности;
- потренироваться в «отзеркаливании» собеседника, пристройке.

Материалы: флип-чарт/доска.

Ход упражнения

Группа разбивается на подгруппы в 3-5 человек.

На доске или флип-чарте записаны роли:

- ДРУГ
- начальник
- партнер
- подчиненный
- сосед

дальний знакомый

- коллега по работе.

Ведущий просит каждую подгруппу задуматься над тем, как одна и та же информация трансформируется в различной ситуации, применительно к различным людям, в зависимости от формы высказывания.

Насколько мы успешны в том, что можно было бы назвать уместным поведением – реакциями, адекватными той ситуации, месту, в которых мы оказались, людям, с которыми мы общаемся?

-Мне необходима помощь! – обращаетесь вы к различным людям и получаете в ответ...

Давайте проверим, как каждый из перечисленных на доске/флип-чарте людей может отреагировать на вашу просьбу.

Построим работу следующим образом:

- в каждой подгруппе определите для себя, о каком виде деятельности будет идти речь, в какой помощи вы нуждаетесь;

- каждый попытается представить себе (можно сделать необходимые пометки), как будет развиваться сцена-диалог с каждым из героев, указанных в нашем списке;

- следующий этап заключается в том, что в группе проигрываются все варианты диалога со всеми героями.

Каждый из участников подгруппы может поучаствовать в импровизированной сцене-диалоге, предъявив товарищам свое видение ситуации и разыграв с партнером свой вариант развития сцены;

- последний этап – обсуждение.

Чтобы сделать его эффективными конкретным, раздаем каждой подгруппе листок с наводящими вопросами:

1. Насколько варианты, которые были заранее подготовлены вами, вписываются в общее представление группы о том, как может развиваться ситуация?
2. Считаете ли вы свои предложения оптимальными после того, как познакомились с мнениями других участников команды?
3. Считаете ли вы свой вариант развития сюжета более примиренческим, более агрессивным, более нейтральным, более интеллигентным, чем варианты, предложенные товарищами? Говорит ли выбранный вами способ реакции о стиле вашего поведения в реальной обстановке?
4. Что в реакциях и предложениях товарищей по группе показалось вам неприемлемым? Что стало неожиданностью? С чем вы готовы безоговорочно согласиться?

Завершение.

Приглашаем все группы соединиться в форум. Предлагаем участникам упражнения самостоятельно определить, что являлось для них главным в проведенном упражнении, в чем его польза и учебный потенциал. Поощряем высказывания перед общим форумом. Подводим итог выступлениям.

**ПУТЕШЕСТВИЕ НЕЗНАЙКИ** (Источник Кипнис М. «Тренинг лидерства»)

Цели:

- способствовать мобилизации внимания участников и их участию в решение групповой задачи;
- интегрировать группу за счет осознания коллективной ответственности и включенности в совместную командную деятельность;
- потренироваться в выработке совместной стратегии и тактики успеха;
- развить лидерские качества в членах команды, проверить их готовность взять на себя ответственность за решение задачи, возможность эффективно работать и общаться с партнерами по команде.

Материалы: набор карточек с материалами игры, флип-чарт, маркеры для записи, секундомер (идеальный вариант – большие настенные часы с секундной стрелкой).

Время: 1 час.

Ход игры.

К игре необходимо подготовить карточки из плотной бумаги. На каждой карточке помещаем данные ниже фрагменты информации (каждый абзац текста соответствует отдельной карточке!):

- Что такое боб?
- С какой скоростью ехал Незнайка от Огурцовой реки в Солнечный город?

-Незнайка ехал от Огурцовой реки в Солнечный город со скоростью один грих.

- Что такое нюш?
- Сколько бобов в одном часе?
- Между бульваром Васильков и Солнечным городом120 михов.
- Что такое мих?
- 1 боб = 2 лизам.
- Незнайка ехал от бульвара Васильков до Солнечного города со скоростью 0,8 грих.
- Сколько михов в одном километре?
- Что такое лиз?
- Между Цветочным городом и Солнечным городом1500 нюш.
- Боб -это единица времени.
- В одном километре 10 михов. (1 км = 10 мих).
- От Огурцовой реки до Цветочного города расстояние в 500 нюш.
- Мих -это единица для измерения расстояния.
- Какое расстояние между Цветочным городом и Солнечным городом?
- Незнайка всегда ведет машину с постоянной скоростью.
- В одном часе два боба. (1 час = 2 боба).
- Незнайка проехал расстояние от Огурцовой реки до Солнечного города за время в одну пятую боба.
- 1 нюш = 10 михам.
- Какое расстояние между Солнечным городом и бульваром Васильков?
- Что такое грих?
- Какое расстояние между Огурцовой рекой и Цветочным городом?
- Незнайка ехал из Цветочного города к Огурцовой реке со скоростью 25 нюш/лиз.
- 1 грих = 25 нюш/лиз.
- Маршрут путешествия Незнайки - прямое шоссе от Цветочного города через бульвар Васильков и Огурцовую реку до Солнечного города.

Тренер объявляет команде, что ей предстоит в течение 40 минут решить некую логическую задачу. Задача записывается на доске в виде вопроса:

«Сколько времени заняла поездка Незнайки от Цветочного города до Солнечного города?».

Чтобы найти ответ, игрокам придется обменяться информацией, так как каждый из членов команды получает лишь отдельный фрагмент условия задачи (если игроков меньше, чем карточек, то некоторые игроки могут получить несколько карточек).

После того как будет дан старт, можно начинать обмениваться информацией.

ЗАПРЕЩАЕТСЯ лишь передавать карточки из рук в руки, собирать их в одном месте или у одного человека.

Карточка, полученная каждым игроком, остается с ним до конца игры! По ходу игры можно делать записи, ходить, обсуждать задачу и т.д.

Через 40 минут представитель команды должен сообщить тренеру ответ.

Завершение.

Предлагаем участникам упражнения самостоятельно определить, что являлось для них главным в проведенном упражнении, в чем его польза и учебный потенциал. Поощряем высказывания перед общим форумом. Подводим итог упражнения.

**АРТЕЛЬ ХУДОЖНИКОВ** (Источник Кипнис М. «Тренинг лидерства»)

Цели:

- способствовать мобилизации внимания и творческой фантазии участников в ходе решения групповой задачи;
- интегрировать группу за счет осознания коллективной ответственности и включенности в совместную командную деятельность;
- потренировать зрительное воображение и память, развить навыки пространственной согласованности среди членов группы.

Материалы: лист бумаги.

Время: 15-20 минут.

Ход игры.

Участники садятся в круг. Одному из игроков дается чистый лист бумаги. Тренер просит его, вглядываясь в лист, начать «словесное рисование» – описание пейзажа, портрета, натюрморта или любой другой бессюжетной картины. Рассказчик пытается определить фрагменты картины, где и как они расположены, какими красками изображены, уточняет подробности.

По хлопку ведущего листок передается следующему по порядку игроку, который продолжает рисовать ту же картину, заполняя пространство листа новыми элементами изображения.

Картина «рисуется» совместными усилиями команды до тех пор, пока кто-то из игроков не сообщает о том, что изображение рассыпалось – он не может вспомнить, чем заполнен лист, который находится в его руках. С этого игрока начинается совместное «рисование» следующей картины.

Завершение: обсуждение игры.

Что понравилось, а что не понравилось в игре?

Как команда воспринимает скрытый смысл задания?

Чему учит отработанное упражнение?

Развитие внимания, зрительного воображения, умения пространственного ориентирования; тренировка концентрации; развитие группового сотрудничества, взаимопонимания.

## ЧАСТЬ 4. «КОНФЛИКТ В ГРУППЕ»

**СКУЛЬПТУРА КОНФЛИКТА** (Источник Кипнис М. «Тренинг лидерства»)

Цели:

- отработать умение продуктивно действовать и принимать эффективные решения в кризисной ситуации;
- способствовать мобилизации внимания участников на партнере и включенности их в решение групповой задачи;
- потренироваться в определении четких целей деятельности, в выработке индивидуальной и совместной стратегии и тактики успеха.

Время: 1-1,5 часа.

Ход игры.

Нередко мы затрудняемся в решении конфликтной ситуации не потому, что не понимаем сути проблемы, а из-за растерянности перед выбором эффективной тактики поведения из множества возможных. Эта драма выбора иногда парализует волю, вгоняет нас в цейтнот, не дает сосредоточиться на главном. Методика "Скульптур" поможет увидеть проблему в виде образа, включит в активную работу правополушарный отдел мозга, следовательно, задействует наши творческие силы, столь необходимые для эффективного и нетривиального действия.

1. Упражнение начинается с разделения команды на подгруппы (3-4 человека).

В каждой подгруппе просим участников в течение 10 минут сосредоточиться на одной из проблем, конфликтных ситуаций, знакомых им по собственной жизни, тех, которые заботят их в настоящий момент. Необходимо на листе бумаги:

- четко сформулировать, назвать суть конфликта или проблемы так, как это видится самим игрокам;
- назвать по имени (и по должности, родственным или иным связям, если такие существуют) непосредственных участников конфликта;
- приготовиться к устному описанию конфликта, а затем рассказать о конкретной ситуации, которая наиболее внятно представляет проблему и расстановку сил.

2. Следующий этап работы – рассказ участников подгруппы о собственной жизненной ситуации. Товарищи лишь слушают, воздерживаясь от оценок.

3. Группа выбирает один из рассказов, прозвучавших в кругу, определяет его как рабочий материал встречи. С этого момента рассказчик, чья история принята к инсценировке, остается вне действия, а товарищи в течение 5-7 минут, удалившись от него, работают над скульптурой, которая могла бы аллегорически выразить суть конфликта. В этой скульптуре могут прослеживаться определенные герои ситуации, она количественно (по составу актеров) может совпадать с количеством участников конфликта. А может лишь образно сформулировать суть проблемы, ее эмоциональный градус, состояние человека, который находится в эпицентре конфликта.

4. Группа возвращается к своему товарищу и представляет ему скульптуру – плод коллективного творчества.

5. Наш герой сообщает о своем восприятии увиденного: насколько скульптура отражает его представления о конфликте и собственной роли в нем, как он со стороны воспринимает полученную от группы обратную связь, насколько представление соответствует его формулировке конфликта, записанной на листе.

6. Следующим этапом работы руководит наш герой. Он выстраивает из товарищей еще одну скульптуру, которая отражает его видение разрешенной проблемы. Эта скульптура должна задействовать конфликтующие силы после того, как проблема решена, показать их взаимодействие, или их эмоциональное состояние, или физический результат разрешенного противодействия, или его метафорический образ.

Завершение.

Все работавшие самостоятельно группы собираются вместе. На форуме тренер ставит вопрос о том, как шла работа в группах. Спрашивает об эффективности упражнения и его эмоциональном воздействии на группу в целом.

- Как сам герой ситуации оценивает успех работы?
- Дало ли ему новый ракурс во взгляде на конфликт представление, подготовленное товарищами?
- Помогло ли разобраться в расстановке сил, в собственном поведении, натолкнуло ли на новые идеи по поводу решения конфликта?
- Какие из качеств лидера мы можем отработать в данном задании?
- В чем потренировать себя?

**ЕРУНДА – КАТАСТРОФА** (Источник Кипнис М. «Тренинг лидерства»)

Цели:

- помочь участникам преодолеть внутренние барьеры и страхи перед кризисной ситуацией, умение мобилизоваться в состоянии конфликта;
- потренироваться в использовании рефрейминга для получения объемной картины действительности и возможности представить альтернативу проблеме;
- стимулировать изменение отношений к конфликтной ситуации как пример

одного из стилей решения конфликта – избегание (или уход). Проверить эффективность этого метода.

Время: 20-60 минут.

Ход игры.

Группа разбивается на подгруппы (5-6 человек). В каждой подгруппе предлагаем участникам рассказать реальную историю конфликта (семейного, служебного, с друзьями и т.д.).

Затем подгруппа формирует дуэты и трио, которым предстоит представить небольшую инсценировку конфликта, о котором шла речь. Каждая актерская «единица» покажет один из выбранных ею сюжетов в двух вариантах: как катастрофу, и как ничего не значащую ерунду. (Или наоборот: ерунда приобретает внезапно катастрофические последствия и размах.)

После краткой репетиции – показ сцен и обсуждение.

Важно услышать мнение рассказчиков, которым представилась возможность воочию увидеть два способа отношения к проблеме, узнать об их впечатлении об инсценировке.

Изменила ли сцена остроту отношения к конфликту? Если да, то как: усилила или ослабила его?

Не кажется ли им, что проблема, озвученная и представленная на площадке товарищами, выявила какие-то новые особенности самой ситуации конфликта, объяснила поведение его реальных участников?

**«СГЛАЖИВАНИЕ КОНФЛИКТОВ»** (Источник: Бука Т.Л., Митрофанова М.Л. «Психологический тренинг»).

Время: 20 минут.

Инструкция.

Группа делится на команды по три человека.

Задача каждой команды – придумать сценарий, в котором два человека представляют конфликтующие стороны, а третий – старается их примирить. Вам необходимо в течение пяти минут придумать конфликтную ситуацию и обыграть ее.

**«ПЛЮСЫ И МИНУСЫ КОНФЛИКТОВ»** (Источник:Бука Т.Л., Митрофанова М.Л. «Психологический тренинг»).

Оказывается, у конфликтов бывают как плюсы, так и минусы.

Инструкция.

Разбейтесь на 2 команды. Первая команда записывает как можно больше позитивных следствий конфликтных ситуаций, вторая команда описывает негативные последствия конфликтов. На работу группам даётся по 10 минут.

Далее каждая группа оглашает свой список, а ведущий фиксирует его на листе ватмана или доске. Если у команды соперников возникают вопросы и замечания, то они могут их озвучить, после того как команда полностью закончит свой ответ.

**Плюсы**

- ✓ конфликт вскрывает "слабое звено" во взаимоотношениях;
- ✓ дает возможность увидеть скрытые отношения;
- ✓ дает возможность выплеснуть отрицательные эмоции, снять напряжение;
- ✓ пересмотр своих взглядов на привычное;
- ✓ способствует сплочению коллектива при противоборстве с внешним врагом.

**Минусы:**

- ✓ отрицательные эмоциональные переживания, которые могут привести к различным заболеваниям;
- ✓ нарушение деловых и личных отношений между людьми, снижение дисциплины-ухудшение социально-психологического климата;

✓ ухудшение качества работы - сложное восстановление деловых отношений;

✓ представление о победителях или побежденных как о врагах;

✓ временные потери - на 1 мин. конфликта приходится 12 мин. после конфликтных переживаний.

**«ДРУГИМИ СЛОВАМИ»** (Источник: Бука Т.Л., Митрофанова М.Л. «Психологический тренинг»).

В этом упражнении вам предлагается поработать над неконструктивными установками в общении с другими людьми, которые зачастую приводят к возникновению или еще большему усугублению конфликта. Обычно нас раздражает, а порой и просто выводит из себя, когда другой человек говорит нам фразы типа: "Ты должен...", "Это твоя обязанность...", "С тобой невозможно разговаривать...", "Ты безответственный человек" и т.п.

Эти и подобные высказывания приводят к возникновению барьеров общения, увеличению напряжения. Поэтому очень важно, особенно в конфликтной ситуации, отслеживать неконструктивные установки в общении.

Сейчас я вам раздам листочки с высказываниями ваша задача перефразировать ряд неконструктивных утверждений в конструктивные. Например, «Ты должен принести мне книгу». (Я была бы рада, если бы ты принёс мне книгу).

✓ «Он должен заботиться обо мне». («Мне хочется, чтобы он заботился обо мне»);

✓ «Ты не должна была ходить на ту вечеринку». («Я бы предпочел, чтобы ты не ходила на вечеринку»);

✓ «Ты ни разу в жизни для меня ничего не сделала!» («Мне не хватает внимания и заботы с твоей стороны»);

✓ «Ты должна была предвидеть возможные трудности». («Мне хотелось, чтоб ты предвидела возможные трудности»);

✓ «Меня обидели!» («Я предпочла обидеться»);

✓ «Меня заставили». («Я не сумела отказаться»);

✓ «Он - упрямый осёл». («Я не смог убедить его»);

✓ «Он меня унизил». («Мне было неприятно»);

✓ «Прекрати меня злить!» («Я начинаю злиться»);

✓ «Ты должна мне дать программу, книгу» («Мне хотелось бы, чтоб ты дала мне программу, книгу»).

**«ПОИСК…»** (Источник: Бука Т.Л., Митрофанова М.Л. «Психологический тренинг»)

Выбираются 4 человека, среди них распределяются роли:

- директор банка,
- владелец сети супермаркетов,
- владелец косметической компании,
- директор телекомпании.

Данные участники являются серьезными конкурентами.

Остальная часть группы делится на команды по 2 человека, их задача заключается в совершении нескольких сделок:

- заключить договор сотрудничества;
- оформить кредит;
- провести совместное мероприятие;
- пустить рекламу на телевидении.

При этом все эти сделки совершаются со всеми 4 инстанциями. Поскольку они изначально конфликтны между собой, цель команд заключить сделки без конфликта, приводя доводы «За».

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Индивидуальные траектории профессионального развития»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

**СОДЕРЖАНИЕ**

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ ..... 3

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ..... 4

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ..... 5

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 6

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 7

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 13

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ..... 15

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Индивидуальные траектории профессионального развития» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 N 512.

Объектом изучения выступают возможности профессиональной самореализации специалиста и процесс трудоустройства.

Дисциплина формирует целостное представление о возможностях оптимального использования в предлагаемых условиях личностных, физических и профессиональных ресурсов для выстраивания профессиональных траекторий и умение применять полученные знания на практике с учетом профессиональной специфики.

Знания по дисциплине «Индивидуальные траектории профессионального развития» могут использоваться любым человеком при планировании собственной профессиональной карьеры.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 3 семестре.

**Цель и задачи дисциплины**

***Целью изучения дисциплины***: является приобретение студентами знаний о технологии трудоустройства, возможностях оптимального использования индивидуальных ресурсов для профессиональной самореализации, а также умений, в области профессиональной самореализации, и возможностях применения их на практике.

***Задачи изучения дисциплины:***

- овладение методами анализа индивидуального потенциала и использования личностных ресурсов для построения индивидуальных образовательных и профессиональных траекторий;
- освоение умения планирования и реализации на практике индивидуальных образовательных и профессиональных траекторий.
- ознакомление с инструментами самопродвижения на рынке труда;
- изучение типов, видов, конфигураций карьер и факторов, обусловливающих построение успешной карьеры;
- формирование умения планировать карьеру и управлять ею.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компе-тенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **выпускник должен знать** | **выпускник должен уметь** | **выпускник должен иметь практический опыт** | |
| Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни | **УК-6** | **УК-6.1.** Анализирует индивидуальные ресурсы с целью построения траектории профессиональ ного развития и реализует технологию самопродвижен ия на рынке труда | • Методы анализа индивидуальных ресурсов с целью построения и реализации траекторий саморазвития Технологии развития личного бренда и самопродвижения на рынке труда | • Анализировать индивидуальные ресурсы с целью разработки личной траектории профессионально го развития.<br><br>Создавать и развивать личный бренд с целью самопродвижения на рынке труда. Применять на практике технологии самопродвижения на рынке труда. | • Анализа индивидуальных ресурсов и разработки личной траектории профессионально го развития Планирования деятельности по развитию личного бренда Написания резюме и подготовки к собеседованию с работодателем | Контактная работа:<br>Лекции<br>Самостоятельная работа |
| | | **УК-6.2.** Планирует и реализует траектории саморазвития на основе принципа образования в течение всей жизни с учетом тенденций рынка | • Содержание принципа образования в течение всей жизни<br>• Тенденции современного рынка труда и наиболее востребованные компетенции работников<br>• Виды профессиональны х траекторий, реализуемых в условиях современного рынка и на основе данных "Атласа профессий" | • Выявлять возможные для себя профессиональны е траектории с учетом условий современного рынка и на основе данных "Атласа профессий" | • Определения возможных путей самопродвижения на рынке труда с учетом индивидуальных ресурсов и условий современного рынка | Контактная работа:<br>Лекции<br>Самостоятельная работа |

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| ***Очная форма*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1. Жизненные цели человека и индивидуальные траектории профессионального развития* | 4 | | | | | | | | | 12 | Реферат /10<br>Отчёт по практическому домашнему заданию по теме 1/10 |
| *Тема 2. Профессиональная идентичность* | 4 | | | | | | | | | 12 | Реферат /10<br>Отчёт по практическому домашнему заданию по теме 2 /10 |
| *Тема 3. Факторы корректировки индивидуальных профессиональных траекторий* | 4 | | | | | | | | | 12 | Реферат /10<br>Отчёт по практическому домашнему заданию по теме 3/10 |
| *Тема 4. Технология эффективного трудоустройства* | 7 | | | | | | | | | 17 | Эссе/20<br>Отчёт по практическому домашнему заданию по теме 4 №1/10<br>Отчёт по практическому домашнему заданию по теме 4 №2/10 |
| **Всего:** | **19** | | | | | | | | | **53** | **100** |
| **Контроль, час** | **0** | | | | | | | | | | **Зачет** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **72** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **2** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Жизненные цели человека и индивидуальные траектории профессионального развития***

Особенности современного рынка труда и динамика изменений требований к специалистам. Конкуренция на рынке труда. Занятость и безработица.

Профессиональное развитие в VUCA-мире.

Компетентностный подход как инструмент для разработки образовательной профессиональной траектории. Компетенции и компетентность специалиста как факторы востребованности на рынке труда.

Понятие карьеры. Базовые элементы личной карьеры. Специфика личной карьеры. Виды карьеры и специфика их реализации.

Роль личностных особенностей в формировании карьерных и жизненных целей.

Основные направления самореализации: социальная, творческая, профессиональная. Этапы и условия самореализации.

Жизненный сценарий и управление карьерой. Процессы проявления карьерной активности с точки зрения психологической теории. Цель деятельности и жизненная цель. «Дерево целей».

***Тема 2. Профессиональная идентичность***

Сущность профессиональной деятельности (по профилю подготовки). Сфера профессиональной деятельности (по профилю подготовки). Структура профессиональной деятельности (цели, содержание, средства, формы, методы, действия, условия, технологии и результат) (по профилю подготовки). Профессия и ее роль в современном обществе (по профилю подготовки). Спектр специальностей и специализаций, доступных выпускнику профессионального образования (по профилю подготовки). Основные функции профессии (по профилю подготовки).

Атлас профессий как ориентир для профессионального развития и «навигатор» на рынке труда.

Профессиональная идентичность, место профессии в личной карьере человека. Отношение к профессии. Формы занятости в профессии.

***Тема 3. Факторы корректировки индивидуальных профессиональных траекторий***

Конфигурации карьеры и типология моделей построения карьеры. Этапы развития карьеры в свете возрастных периодов жизни человека. Возможности реализации личной карьеры с точки зрения личностного становления и динамики жизненного пути.

Направленность личности и ее связь с мотивацией и подходами к построению профессиональной траектории. Виды направленности.

Мотивация карьерного поведения как результат взаимодействия потребностей и ресурсов личности. Мотивация карьерного поведения в зависимости от темперамента, характера, самопринятия, самооценки, самоуважения, уровня притязаний, локуса контроля. Типы карьерного поведения как результат сочетания личностных особенностей.

Стратегии управления карьерой. Тактики управления карьерой. Взаимосвязь избранной тактики управления карьерой и личностных качеств.

***Тема 4. Технология эффективного трудоустройства***

Твердые и гибкие навыки (Hard- и soft-skills): их значение, классификация и способы формирования. Метакомпетенции современного профессионала. Социально-профессиональная мобильность личности. Личная конкурентоспособность и условия ее формирования.

Карьерное пространство и карьерная среда как контекст развития личной карьеры.

Технология самопродвижения и самопозиционирования на рынке труда. Проактивность и «Я-бренд».

Технологии трудоустройства. Реструктуризация профессиональной карьеры. Перепланирование и планирование личной карьеры.

Составление резюме. Составление портфолио. Написание мотивационных писем. Прохождение собеседований.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплины «Индивидуальные траектории профессионального развития» используются такие виды учебной работы, как лекции, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

***Методические указания для обучающихся по работе во время проведения лекции***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки,

раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам, их целесообразно записывать. После окончания лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по ее теме.

Обучающимся предоставляется возможность копирования презентаций для самоподготовки и подготовки к зачету.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы.***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

*Работа с литературой (конспектирование)*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления, в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый

этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

*Практическое домашнее задание*

Практические задания используются для контроля факта приобретения обучающимися знаний и практических умений по соответствующей теме изучаемой дисциплины.

Выполнение практического задания осуществляется обучающимися в режиме самостоятельной (внеаудиторной) работы

Задание включает в себя 3 вопроса, для ответа на которые необходимо заполнить одну или несколько граф соответствующей таблицы.

Выполненные домашние задания по всем темам курса размещаются обучающимся для проверки в ЭИОС Мегакампуса Университета «Синергия» не позднее даты, указанной преподавателем на первом занятии. После проверки набранный за данное задание балл преподаватель размещает в ЭИОС Мегакампуса Университета «Синергия».

*Эссе*

Эссе - это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем. Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

Эссе должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Структура эссе.

1. Титульный лист

2. Введение - суть и обоснование выбора данной темы, состоит из ряда компонентов, связанных логически и стилистически; На этом этапе очень важно правильно сформулировать проблему, на который вы собираетесь найти ответ в ходе своего исследования.

При работе над введением могут помочь ответы на следующие вопросы: «Надо ли давать определения терминам, прозвучавшим в теме эссе?», «Почему тема, которую я раскрываю, является важной в настоящий момент?», «Какие понятия будут вовлечены в мои рассуждения по проблеме?».

3. Основная часть - теоретические основы выбранной проблемы и ее анализ.

Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а

также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. В этом заключается основное содержание эссе и это представляет собой главную трудность. Поэтому важное значение имеют подзаголовки, на основе которых осуществляется структурирование аргументации; именно здесь необходимо обосновать (логически, используя данные или строгие рассуждения) предлагаемую аргументацию/анализ. Там, где это необходимо, в качестве аналитического инструмента можно использовать графики, диаграммы и таблицы.

В зависимости от поставленного вопроса анализ проводится на основе следующих категорий:

Причина — следствие, общее — особенное, форма — содержание, часть — целое, постоянство — изменчивость.

Хорошо проверенный способ построения любого эссе — использование подзаголовков для обозначения ключевых моментов аргументированного изложения: это помогает посмотреть на то, что предполагается. Такой подход поможет следовать точно определенной цели в данном исследовании. Эффективное использование подзаголовков - не только обозначение основных пунктов, которые необходимо осветить. Их последовательность может также свидетельствовать о наличии или отсутствии логичности в освещении темы.

4. Заключение - обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения и т.д. Методы, рекомендуемые для составления заключения: повторение, иллюстрация, цитата, впечатляющее утверждение. Заключение может содержать такой очень важный, дополняющий эссе элемент, как указание на применение исследования, не исключая взаимосвязи с другими проблемами.

*Реферат*

Подготовка рефератов направлена на развитие и закрепление у обучающихся навыков самостоятельного глубокого, творческого и всестороннего анализа научной, методической и другой литературы по актуальным проблемам дисциплины; на выработку навыков и умений грамотно и убедительно излагать материал, четко формулировать теоретические обобщения, выводы и практические рекомендации.

Рефераты должны отвечать высоким квалификационным требованиям в отношении научности содержания и оформления.

Темы рефератов, как правило, посвящены рассмотрению одной проблемы. Объем реферата может быть от 12 до 15 страниц машинописного текста, через 1,5 интервал. Список литературы и приложения в объем не входят.

Текстовая часть работы состоит из введения, основной части и заключения.

Во введении обучающийся кратко обосновывает актуальность

избранной темы реферата, раскрывает конкретные цели и задачи, которые он собирается решить в ходе своего небольшого исследования.

В основной части подробно раскрывается содержание вопроса (вопросов) темы.

В заключении кратко должны быть сформулированы полученные результаты исследования и даны выводы. Кроме того, заключение может включать предложения автора, в том числе и по дальнейшему изучению заинтересовавшей его проблемы.

В список литературы (источников и литературы) обучающийся включает только те документы, которые он использовал при написании реферата.

В приложении (приложения) к реферату могут выноситься таблицы, графики, схемы и другие вспомогательные материалы, на которые имеются ссылки в тексте реферата.

Требования по оформлению реферата:

- реферат представляется на проверку в электронном виде со следующими параметрами: лист формат А 4, размер шрифта 14, межстрочный интервал 1,5; объем работы, включая приложения от 12 до 15 страниц указанного выше формата;
- на титульном листе (по произвольной форме) должны быть указаны ФИО автора и код учебной группы;
- в конце реферата необходимо привести список использованных источников в алфавитном порядке, представленный в виде библиографических записей в соответствии с требованиями ГОСТ.

***Методические рекомендации для обучающихся по работе с литературой и Интернет – ресурсами***

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

***Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины***

| **Наименование темы** | **Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение** | **Формы самостоятельной работы** | **Форма текущего контроля** |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Жизненные цели человека и индивидуальные траектории профессионального развития* | Компетентностный подход как инструмент для разработки образовательной профессиональной траектории. Компетенции и компетентность специалиста как факторы востребованности на рынке труда. Виды карьеры и специфика их реализации. Основные направления самореализации: социальная, творческая, профессиональная. Этапы и условия самореализации. | Работа с литературой, включая ЭБС, и источниками в сети Internet. Подготовка реферата и оформление отчёта по практическому домашнему заданию | Реферат Отчёт по практическому домашнему заданию по теме 1 |
| *Тема 2. Профессиональная идентичность.* | Сущность профессиональной деятельности (по профилю подготовки). Сфера профессиональной деятельности (по профилю подготовки). Структура профессиональной деятельности (цели, содержание, средства, формы, методы, действия, условия, технологии и результат) (по | Работа с литературой, включая ЭБС, и источниками в сети Internet. Подготовка реферата и оформление отчёта по практическому домашнему заданию | Реферат Отчёт по практическому домашнему заданию по теме 2 |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоятельной работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| | профилю подготовки). Атлас профессий как ориентир для профессионального развития и «навигатор» на рынке труда. Основные функции профессии (по профилю подготовки). | | |
| *Тема 3 Факторы корректировки индивидуальных профессиональных траекторий* | Типы карьерного поведения как результат сочетания личностных особенностей. Тактики управления карьерой. Взаимосвязь избранной тактики управления карьерой и личностных качеств. | Работа с литературой, включая ЭБС, и источниками в сети Internet. Подготовка реферата и оформление отчёта по практическому домашнему заданию | Реферат Отчёт по практическому домашнему заданию по теме 3 |
| *Тема 4. Технология эффективного трудоустройства.* | Карьерное пространство и карьерная среда как контекст развития личной карьеры. Технология самопродвижения и самопозиционирования на рынке труда. Проактивность и «Я-бренд». Реструктуризация профессиональной карьеры. Перепланирование и планирование личной карьеры. | Работа с литературой, включая ЭБС, и источниками в сети Internet. Подготовка эссе и оформление отчёта по практическому домашнему заданию | Эссе Отчёт по практическому домашнему заданию по теме 4 №1 Отчёт по практическому домашнему заданию по теме 4 №2 |

# 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1. Алавердов А.Р. Управление человеческими ресурсами

организации: учебник. - 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2017. – 680с. – (Университетская серия).

***Дополнительная литература:***

1. Иванова, С. В. Мотивация на 100%: а где же у него кнопка? : [16+] / С. В. Иванова ; ред. Е. Харитонова. – 9-е изд. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 285 с. – https://www.iprbookshop.ru

2. Современные тенденции развития психологии труда и организационной психологии / отв. ред. Л. Г. Дикая, А. Л. Журавлев, А. Н. Занковский ; Российская Академия Наук и др. – Москва : Институт психологии РАН, 2015. – 712 с. : табл., схем. – https://www.iprbookshop.ru

3. Business Excellence / изд. ООО «РИА «СТАНДАРТЫ И КАЧЕСТВО» ; гл. ред. Т. Киселева ; учред. Н. Томпсон. – Москва : РИА «Стандарты и качество», 2019. – № 5(251). – 108 с. : ил. – https://www.iprbookshop.ru.

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № | Наименование ресурса | Ссылка |
|---|---|---|
| 1. | Атлас новых профессий. Ваш навигатор по рынку труда будущего | https://new.atlas100.ru/ |
| 2. | Трудовой кодекс РФ от 30.12.2001 № 197-ФЗв редакции от 05.10.2015 | http://www.consultant.ru |
| 3. | Молл Е. Управление карьерой менеджера | https://www.litmir.me/br/?b=199633&p=1 |
| 4. | Несмеева А. Гонка «вслепую» или езда без водителя? | http://nesmeeva.narod.ru/carieer/carier a1.htm |
| 5 | Планирование профессиональной карьеры | http://rspb.ru/professionalnaya-orientaciya/planirovanie-professionalnoj-karery/ |
| 6. | Управление деловой карьерой | https://www.ippnou.ru/article.php?idarticle=001096 |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

- Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)
- Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

# 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

## 7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

| № п/п | Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Практическое домашнее задание (отчет) | 8-10 – решение верно и хорошо обосновано;<br>5-7 – решение неверно по причине незначительных ошибок;<br>1-4 – в решении допущены грубые ошибки ИЛИ задание не решено |
| 2. | Реферат | 10 – реферат выполнен в соответствии с требованиями, грамотное использование терминологии, свободное изложение рассматриваемых проблем;<br>8-9 – реферат выполнен в соответствии с требованиями, грамотное использование профессиональной терминологии, свободное изложение рассматриваемых проблем, но объем реферата менее стандартного;<br>5-7 – реферат выполнен с незначительными нарушениями требований, грамотное использование профессиональной терминологии, не полное изложение рассматриваемых проблем;<br>3-4 – реферат выполнен с незначительными нарушениями требований, профессиональная терминология не использовалась, не полное изложение рассматриваемых проблем;<br>1-2 – реферат выполнен с нарушением базовых требований по содержанию и оформлению;<br>0 – реферат не сделан вообще или сделан не по существу заявленной темы. |
| 3. | Эссе | 18-20 – тема раскрыта в полном объеме в соответствии с рекомендациями, существенных замечаний по оформлению нет;<br>15-17 – тема раскрыта в полном объеме в соответствии с рекомендациями, есть замечания по оформлению;<br>10-14 – тема раскрыта не в полном объеме, замечаний по оформлению нет;<br>1-9 – тема раскрыта только частично, нарушены правила по оформлению;<br>0 – эссе не сделано либо полностью не соответствует теме. |

### *Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости*

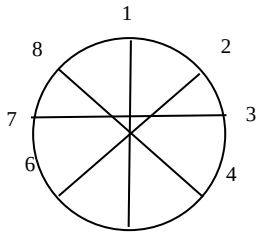
***<u>Типовые практические домашние задания</u>***

**Задание 1.**

1. Определите, какие из перечисленных направлений развития компетенций Вы реализуете в собственной карьере.

2. Конкретизируйте свои компетенции в соответствии с категориями, представленными на рисунке 2, и проранжируйте их по степени значимости для Вашей личной карьеры.

3. Нарисуйте «колесо компетенций» и отметьте на нем свои наиболее значимые компетенции (не менее 5 и не более 12), подписав их названия на рисунке.




4. Отметьте на «спицах» колеса степень проявленности ваших компетенций, взяв за основу 3-балльную шкалу: центр колеса соответствует минимальному (нулевому) уровню развития компетеции, окружность – максимальному (3 балла). Соедините отмеченные точки между собой, чтобы получить «профиль» компетенций.

5. Проанализируйте полученный «профиль» и обдумайте, какие из выявленных Вами компетенций являются Вашими особыми преимуществами в управлении карьерой.

5. Какие из компетенций усиливают или компенсируют друг друга?

6. Отметьте на рисунке линией другого цвета оптимальный «профиль», к которому Вам хотелось бы стремиться, чтобы построить успешную личную карьеру.

7. Сделайте вывод о «зоне ближайшего развития» своих компетенций.

**Задание 2.**

1.Рассмотрите схему, представленную ниже:




2. Пользуясь профессиональными стандартами по своей специальности и дополнительными источниками, найдите ответы на вопросы, представленные в схеме и заполните таблицу.

| | |
|---|---|
| Какова сфера Вашей профессиональной деятельности? | |
| Какова структура профессиональной деятельности? (цели, содержание, средства, формы, методы, технологии, условия, результаты) | |
| Каков спектр специальностей и специализаций в рамках данной области профессиональной деятельности? | |
| Каковы формы занятости в рамках данной профессии? | |
| Каковы функции и роль Вашей профессии в современном обществе? | |
| В чем суть Вашей профессии? | |

**Задание 3**

1. Составьте список своих жизненных целей, выделив из них те, которые имеют, по Вашему мнению, отношение к построению личной карьеры.

Проранжируйте их по срокам: краткосрочные (реализация до 1 года), среднесрочные (реализация в течение 1-3 лет), долгосрочные (реализация в течение 3-7 лет).

2. Сформулируйте генеральную цель, которой Вы хотели бы достичь через 20-25 лет

3. Постройте на листе бумаги «дерево» целей (см. рисунок 1). Напишите цели на отдельных стикерах и наклейте стикеры на рисунок, разместив ближе к «корням» краткосрочные цели, долгосрочные – ближе к вершине кроны, а генеральную цель – на самой верхушке.

Проанализируйте, как согласуются между собой обозначенные Вами цели. Есть ли цели-«соратники» (т.е. способствующие достижению друг друга)? Есть ли цели-«соперники» (препятствующие друг другу или даже взаимоисключающие)? Как можно снять противоречие?

Переместите стикеры таким образом, чтобы согласующиеся цели располагались на ближайших ветках, а противоречащие – на разных ветках и разных (по срокам) уровнях.

4. Замените стикеры записями на схеме, чтобы зафиксировать результат.

5. Выполните декомпозицию одной из целей, пользуясь схемой «дерева». Каждая цель должна быть разделена на задачи, каждая задача – на действия, с помощью которых она будет достигаться (не менее трех).

6. Обдумайте, какие препятствия и ограничения могут возникнуть

на пути решения данных задач. Каким путем их можно преодолеть?

Какие важные для Вас ценности и принципы следует учесть при планировании? Как в связи с этим должны быть скорректированы возможные действия по решению поставленных задач?

7. Выберите наиболее допустимые и возможные для Вас варианты достижения цели.

8. Рассмотрите еще раз готовое «дерево» и сосредоточьтесь на внутренних ощущениях по поводу полученной схемы деятельности: какие эмоции и мысли она вызывает? Возникло ли желание что-то изменить или, напротив, поскорее продолжить действовать в направлении поставленных целей? Если да, то все выполнено верно. Если нет, вернитесь на несколько шагов ранее и найдите причину. Возможно, цель следует скорректировать.

9. Сконцентрируйтесь на конечном результате. Если все выполнено верно, то Вы сможете почувствовать, что мотивация в отношении цели повысилась.

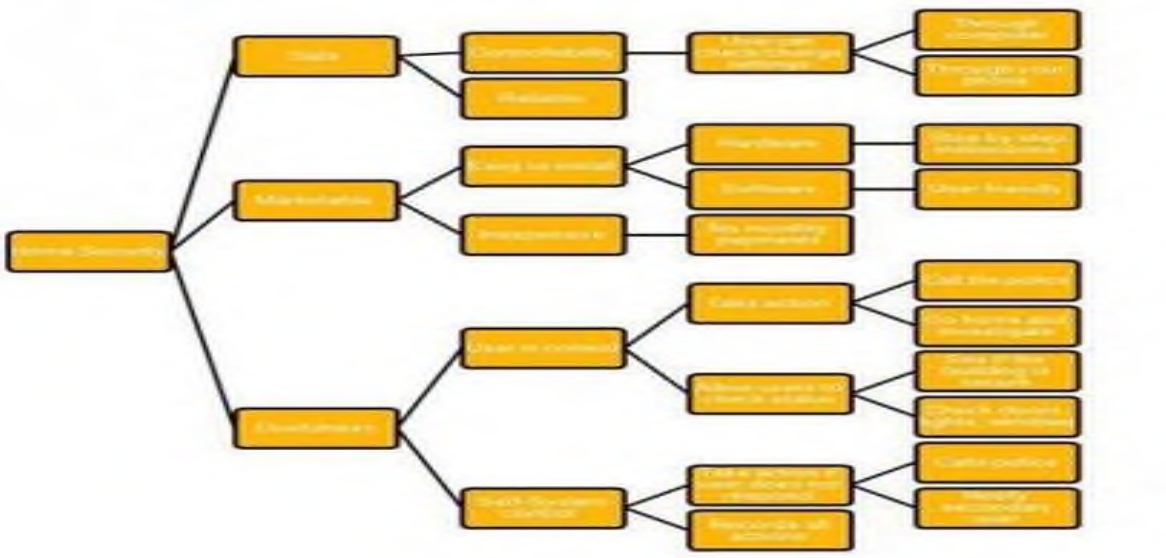


Рисунок 1. «Дерево» целей.

**Задание 4**

1. Составьте список собственных убеждений, которыми Вы руководствуетесь по жизни:

- о построении карьеры;
- о финансах;
- об успешности/неуспешности;
- о себе и своих возможностях.

2. Отметьте в данном списке убеждения, являющиеся рациональными установками, по следующим критериям:

- данные убеждения неоднократно приводили к Вашему успеху;
- следование этим убеждениям комфортно для Вас;
- содержание этих убеждений регулярно подтверждается в Вашем

опыте.

3. Оставшиеся иррациональные установки впишите в таблицу.

| № | Иррациональная установка | Какие полезные функции выполняет | Чему препятствует | Обстоятельства, в которых убеждение не подтверждается | Рациональная установка, заменяющая иррациональную |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. | | | | | |
| … | | | | | |

4. Заполните остальные ячейки таблицы, учитывая, что в основе любой иррациональной установки всегда есть позитивное намерение и опора на частные случаи опыта. В последней графе сформулируйте, на какую рациональную установку можно было б заменить устаревшее убеждение. Новая установка должна касаться того же аспекта, что и прежняя, но реально способствовать Вашему успеху.

**Задание 5**

1. Нарисуйте на большом листе бумаги два круга (один в другом). В эти круги Вы будете вносить Ваши ресурсы достижения успеха.

2. Проанализируйте свои наиболее характерные качества и основные компетенции, всегда помогающие Вам быть успешным. Внесите их во внутренний круг.

3. Впишите в наружный круг положительные качества, которые проявляются реже, но также способствуют достижению намеченных целей или помогают преодолеть трудности.

4. Внесите в левый столбец таблицы качества, которые, по Вашему мнению, препятствуют достижению успеха.

| Мои ограничители успеха | Скрытые ресурсы | Мои новые возможности |
|---|---|---|
| | | |
| | | |

5. Заполните второй столбец, внося в него положительные стороны Ваших недостатков по принципу «Наши недостатки есть продолжение наших достоинств». Например, тревожность позволяет быть чувствительным к возможной опасности, а нетерпеливость может иметь положительную сторону – готовность к действию и т.п.

6. Заполните третий столбец, сформулировав, какие возможности для развития открывает Вам данное качество. Например, тревожность потребует развития навыков управления стрессом, нетерпеливость станет поводом для развития выдержки и привычки придерживаться намеченного плана.

6. Внесите выявленные Вами скрытые ресурсы в наружный круг.

7. Сделайте Вывод о том, какие приоритетные направления развития следует наметить на ближайшее будущее и как можно

скорректировать свои цели с учетом дополнительных выявленных ресурсов.

***Типовая тематика рефератов***

Подготовьте реферат с презентацией по одной из ниже представленных тем:

1. Специфика построения карьеры в различных сферах деятельности (на примере двух профессиональных областей).
2. Критерии успешности карьеры в России и в Европейских странах.
3. Критерии успешности карьеры в России и в Японии (Корее/ Китае).
4. Карьерные тенденции на мировом рынке труда.
5. Рациональные и иррациональные установки в управлении личной карьерой: «маяки» или «рифы»?
6. «Золотой запас» личности как инвестиции в успешную карьеру.
7. Самооценка, самоуважение, уровень притязаний и успех в личной карьере (на примере одного из литературных или кино-персонажей).
8. Карьеризм: сильная или слабая сторона личности?
9. Анализ успешности жизненного пути литературного героя с точки зрения типа, вида и конфигурации его карьеры.
10. Объективные и субъективные обстоятельства, обусловливающие тип, вид и конфигурацию карьеры известного общественного деятеля (на конкретном примере).
11. Взаимообусловленность определенного типа, вида, конфигурации карьеры.
12. Сочетание карьер: возможности и угрозы.
13. Реализация активных и выжидательных карьерных тактик: преимущества и проблемы.
14. Агрессивные карьерные тактики в действии (на примерах современных представителей бизнеса и политики).
15. Свойства личности как основа выбора карьерной тактики.
16. Приемы делового взаимодействия руководителя с подчиненными на основе учета их карьерных тактик.

***Типовая тематика эссе***

1. Стратегический план моей личной карьеры.
2. Позиционирование моей карьеры и карьерных планов для работодателя.
3. Моя личная карьера двадцать лет спустя.
4. Мои «места силы» (области высокой самооценки и самоуважения), как ресурс для успешной карьеры.
5. Моя карьерная мотивация с точки зрения самооценки, уровня притязаний и локуса контроля.

## 7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Индивидуальные траектории профессионального развития» проводится в форме зачета.

| № | Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:<br><br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:<br>Задание 1: 0-30 баллов<br>Задание 2: 0-30 баллов<br>Задание 3: 0-40 баллов<br>Студент, набравший в семестре не менее 50 баллов и претендующий на более высокий балл, вправе для этого ответить на третий вопрос билета.<br><br>**«Зачтено»**<br>**-90 и более** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-70 и более –** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Ход решения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-50 и более–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены частично.<br><br>**«Не зачтено»**<br>**-Менее 50**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены |

### *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

***Задания 1 типа***

**1.** Раскройте содержание понятия «мимолетная карьера».

**2.** Раскройте содержание понятия «спиральная карьера».

**3.** Раскройте содержание понятия «затухающая карьера».

**4.** Раскройте содержание понятия «стабилизационная карьера».

**5.** Раскройте содержание понятия «карьерные цели».

**6.** Раскройте содержание понятия «смысловые установки личности».

**7.** Раскройте содержание понятия «профессиональная самореализация».

**8.** Раскройте содержание понятия «мотивация карьерного поведения».

**9.** Раскройте содержание понятия «типы карьерного поведения».

**10.** Раскройте содержание понятия «карьерная активность».

**11.** Раскройте содержание понятия «личная карьера» и охарактеризуйте его соотношение с понятием «деловая карьера».

**12.** Раскройте содержание понятия «личная конкурентоспособность» и охарактеризуйте ее факторы.

**13.** Раскройте содержание понятия «личная эффективность», охарактеризуйте составляющие личной эффективности.

**14.** Раскройте содержание понятия «Компетентностный подход».

**15.** Раскройте содержание понятия «VUCA-мир» и охарактеризуйте его связь с профессиональной карьерой современного специалиста.

**16.** Раскройте содержание понятия «удовлетворенность личной карьерой» и его связь с понятием «качество жизни».

**17.** Раскройте содержание понятия «hard-skills» и «soft-skills» и их соотношение с профессиональными траекториями.

**18.** Раскройте содержания понятия успех. Охарактеризуйте влияние на успех в личной карьере самооценки, уровня притязаний и локуса контроля.

**19.** Раскройте содержание понятия «ценностно-смысловые ориентации» и охарактеризуйте их роль в управлении личной карьерой.

**20.** Раскройте содержание понятия «жизненный сценарий» и его влияние на управление личной карьерой.

**21.** Раскройте содержание понятия «направленность личности» и его с вязь с особенностями личной карьеры.

**22.** Раскройте содержание понятия «способности» и специфику влияния способностей на личную карьеру.

**23.** Раскройте понятие мотивация личной карьеры.

**24.** Раскройте содержание понятия «профессиональное развитие» и его взаимосвязь с управлением личной карьерой.

**25.** Раскройте содержание понятия компетенции, охарактеризуйте виды компетенций.

***Задания 2 типа***

**1.** Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) сущность каждого из видов направленности и его роль в УЛК:

- ВЛЕЧЕНИЕ
- ЖЕЛАНИЕ

**2.** Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) сущность каждого из видов направленности и его роль в УЛК:

- СТРЕМЛЕНИЕ
- ИНТЕРЕС

**3.** Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) сущность каждого из видов направленности и его роль в УЛК:

- СКЛОННОСТЬ
- ИДЕАЛ

**4.** Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) сущность каждого из видов направленности и его роль в УЛК:

- МИРОВОЗЗРЕНИЕ
- УБЕЖДЕНИЕ

**5.** Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) содержание этапов процесса самопродвижения;

- Диагностика причин и источников неудовлетворенности карьерой (работой);
- Ревизия собственной профессиональной и личностной ценности

**6.** Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) содержание этапов процесса самопродвижения;

- Составление плана личной карьеры;
- Мониторинг рынка труда и составления списка потенциальных работодателей

**7.** Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) содержание этапов процесса самопродвижения;

- Выбор наиболее привлекательных работодателей;
- Подготовка к контакту с представителем работодателя

**8.** Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) содержание этапов процесса самопродвижения;

- Формирование имиджа соискателя;
- Встреча с HR- менеджером

**9.** Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным

теоретическим категориям) содержание этапов процесса самопродвижения;

- Диагностика причин и источников неудовлетворенности карьерой (работой);
- Ревизия собственной профессиональной и личностной ценности;
- Постоянный мониторинг предложений на рынке труда;
- Адаптация, карьерное и профессиональное продвижение в организации.

**10.** Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) содержание следующих метапрограмм и их влияние на личную карьеру:

- Направленность на процесс и результат
- Направленность на отношения или на задачу
- Направленность на выигрыш или на бегство от опасности

**11.** Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) базовые элементы личной карьеры и влияние каждого элемента на ее развитие. Личностное развитие; Духовное развитие; Развитие интересов(хобби); Развитие физических данных.

**12.** Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям), как реализуется каждый из типов карьер:

- Суперавантюный
- Традиционный
- Отбывающий
- Эволюционный

**13.** Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям), как реализуется каждый из типов карьер:

- Авантюрный
- Последовательно-кризисный
- Прагматичный

**14.** Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям), как реализуется каждый из типов карьер:

- Суперавантюный
- Авантюрный
- Прагматичный
- Отбывающий

**15.** Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям), как реализуется каждый из типов карьер:

- Традиционный
- Прагматичный
- Отбывающий

**16.** Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) базовые элементы личной карьеры и

влияние каждого элемента на ее развитие.

- Социализация
- Профессиональная самореализация
- Самореализация в семейных отношениях
- Самореализацич в дружеских отношениях

**17.** Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) сущность влияния на особенности личной карьеры трех форм направленности: профессиональной, эмоциональной и когнитивной.

**18.** Определите (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) специфику карьерного самоопределения и развития для каждого из обладателей определенного типа темперамента.

- Холерик
- Сангвиник
- Флегматик
- Меланхолик

**19.** Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) зависимость особенностей карьерного развития от уровня притязаний, локуса контроля и самооценки и их характерные проявления у следующих типов работников.

- Иллюзионист
- Мастер
- Коллекционер

**20.** Раскройте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) зависимость особенностей карьерного развития от уровня притязаний, локуса контроля и самооценки и их характерные проявления у следующих типов работников.

- Альпинист
- Узурпатор
- Муравей

**21.** Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) сущность перечисленных тактик карьерного продвижения

- «Павлин» -
- «Вольный ветер» -
- «Серая мышка» -

**22.** Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) сущность перечисленных тактик карьерного продвижения

- «Золушка» -
- «Дядя Федор»
- «Горный орел»

**23.** Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным

теоретическим категориям) сущность перечисленных тактик карьерного продвижения

- «Спящая красавица», -
- «Илья Муромец» -
- «Емеля» -

**24.** Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) сущность перечисленных тактик карьерного продвижения

- «Серая мышка» -
- «Пластилиновый человечек» -
- «Рак-отшельник» -

**25.** Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) сущность перечисленных тактик карьерного продвижения

- «Горный орел»
- «Король Лев» -
- «Бульдозер»/ «кукушка»/ «акула»/ «удав»/ «волк в овечьей шкуре»

***Задания 3 типа***

**1.** Определите, как соотносятся уровни развития личной карьеры и изменение ресурсов личности и заполните правый столбец.

| **УРОВНИ РАЗВИТИЯ ЛИЧНОЙ КАРЬЕРЫ** | **ИЗМЕНЕНИЯ РЕСУРСОВ ЛИЧНОСТИ** |
|---|---|
| 1.Уровень. Изменения в знаниях | |
| 2.Уровень. Изменения в мотивации | |
| 3.Уровень. Изменения в личном поведении | |
| 4.Уровень. Изменения в отношениях с окружающими | |

**2.** Определите сущность перечисленных компетенций, определите характер их влияния на личную карьеру. Заполните пустые столбцы таблицы.

| **Виды компетенций** | **Содержание** | **Влияние на личную карьеру** |
|---|---|---|
| Общие | | |
| Личностные | | |
| Социально-психологические | | |
| Психофизиологические | | |
| профессиональные | | |
| Физические | | |
| особые | | |

**3.** Придумайте и запишите не менее трех объективных и не менее трех субъективных факторов, которые могут быть ограничителями успеха, ресурсами для реализации личной карьеры и возможностями,

приобретаемыми в случае успеха в личной карьере.

| Ограничители успеха | | Ресурсы | | Мои новые возможности | |
|---|---|---|---|---|---|
| **Субъективные** | **Объективные** | **Субъективные** | **Объективные** | **Субъективные** | **Объективные** |
| | | | | | |

**4.** Определите по характеристикам тип карьеры и заполните первый столбец

| **Тип карьеры** | **Показатели сравнения** | | | |
|---|---|---|---|---|
| | **Скорость продвижения** | **Последовательность занимаемых должностей** | **Перспективная ориентация** | **Ценностно-смысловые ориентации продвижения** |
| | Очень высокая. | Пропуск значительного числа ступеней. | Дальнейшее продвижение. | Различные. |
| | Достаточно высокая. | Пропуск 2 должностных уровней. | Различная. | Личные интересы (амбициозность; преданность делу или руководителю; новые впечатления.) |
| | Средний (определяется способностями и ресурсами человека) | Возможны пропуск 1 ступени или непродолжительное понижение. | Различая. | Различные. |
| | Определяется способностью к адаптации. | Определяется скоростью адаптации и соответствующими внешними обстоятельствами | Невозможность адаптации ориентирует на борьбу за сохранение занимаемой позиции. | Личные интересы, иногда совмещение с общественными интересами |
| | Довольно высокая. | Изменение сферы деятельности или организации. | На вышестоящие должности, но в пределах одного класса управления. | Личные интересы. |
| | Карьера завершена. | | На борьбу за удержание должности. | Личные интересы. |
| | Достаточно высокая | Изменение сферы деятельности или реализация выдающейся идеи. | | Различные |
| | Зависят от процесса развития организации. | | На вышестоящие должности. | Совмещение общественных и личных интересов. |

**5.** Определите возможности развития личной карьеры в соответствии с возрастной периодизацией Ш.Бюлер, заполните крайний столбец таблицы

| **Возраст** | **Содержание возрастного периода** | **Возможности карьерного развития** |
|---|---|---|
| До 16-20 | Нет семьи, профессии. | |

| Возраст | Содержание возрастного периода | Возможности карьерного развития |
|---|---|---|
| лет | | |
| От 16-20 до 25-30 лет | Предварительное самоопределение, выбор супруга | |
| От 25-30 до 45-50 лет | Зрелость: собственная семья, призвание, постановка конкретных жизненных целей и самореализация | |
| От 45-50 до 65-70 лет | Стареющий человек переживает трудный возраст душевного кризиса. В конце периода нет ни самоопределения, ни постановки жизненных целей | |
| После 65-70 лет | Старый человек теряет социальные связи. Бесцельное существование, обращенность к прошлому, пассивное ожидание смерти, самозавершенность | |

**6.** Выделите и охарактеризуй элементы, связанные с самореализацией и элементы, связанные с развитием в структуре личной карьеры, раскройте их роль, заполните таблицу

| Элементы самореализации | Роль в структуре ЛК | Элементы развития | Роль в структуре ЛК |
|---|---|---|---|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

**7.** Проведите сравнительный анализ двух видов целей, приведите по 3 примера целей каждого вида, заполните пустующие ячейки таблицы.

| Виды целей | Характеристики | Влияние на ЛК | Примеры |
|---|---|---|---|
| Цели жизни | | | |
| Цели деятельности | | | |

**8.** Охарактеризуйте каждый из видов установок. Придумайте по три примера для каждого вида, связанных с профессиональной деятельностью. Заполните два правых столбца таблицы.

| ВИДЫ УСТАНОВОК | ХАРАКТЕРИСТИКА УСТАНОВОК | ПРИМЕРЫ УСТАНОВОК |
|---|---|---|
| СМЫСЛОВЫЕ | | |
| ЦЕЛЕВЫЕ | | |
| ОПЕРАЦИОННЫЕ | | |

**9.** Определите типы карьер и заполните правую часть таблицы.

| Классификационные признаки | Классификация карьер |
|---|---|

| | по соответствующему признаку |
|---|---|
| 1. По отношению к организации: | |
| 2.По отношению к месту в организационной иерархии: | |
| 3. По признаку профессии, специальности | |
| 4. По признаку времени пребывания на каждой ступени: | |

**10.** Определите возможности развития личной карьеры в соответствии с возрастной периодизацией В.Ф.Моргуна, заполните правый столбец

| Возраст | Психологическое содержание возрастного периода | Содержание этапа развития личной карьеры |
|---|---|---|
| Юность (18-23 года) | Личностное и профессиональное самоопределение | |
| Молодость (24-30 лет) | Выработка индивидуальности, осознание нереальности юношеских мечтаний. Более конкретные представления о будущей жизни. Семья, переход к «оседлости». Специализация в выбранной профессии | |
| Переход к расцвету (около 30 лет) | Кризис, если недостаточно благополучно прошла эпоха самоопределения | |
| Расцвет (31-40 лет) | Время высокой работоспособности и отдачи. Время самосовершенствования. | |
| Переход к зрелости (около 40 лет) | Кризис, возможность личностных сдвигов. | |
| Зрелость (40-55 лет) | Вершина жизненного пути личности. Достижение профессионального мастерства. | |
| Кризис 50-55 лет | Осознание возрастных перестроек, начала физиологического старения, постановке новых целей | |
| Пожилой возраст (55-75 лет) | Продолжение творческой активности, передача накопленного жизненного опыта, общение. | |

**11.** Определите, как соотносятся принципы А.В. Суворова и принципы управления карьерой, и заполните правую часть таблицы.

«Суворовские» принципы управления личной карьерой

| Принципы А.В.Суворова | Принципы управления личной карьерой |
|---|---|
| Деятельность есть величайшее из всех достоинств. | |
| Побеждает тот, кто меньше себя жалеет. | |
| Ученье свет, а неученье - тьма. Необходимо непрерывное образование себя с помощью чтения. | |
| Ближайшая к действию цель лучше дальней. | |
| Время драгоценнее всего. Стоянием города не берут. | |

| Принципы А.В.Суворова | Принципы управления личной карьерой |
|---|---|
| Смотри на дело в целом. | |
| Ноша службы легка, когда дружно подымают ее многие. | |

**12.** Определите, на каком этапе карьеры находится сотрудник, если известно, что он работает в организации 4 года. Раскройте особенности данного этапа и основные задачи, которые должны решаться в данный период.

**13.** Определите, на каком этапе карьеры находится сотрудник, если известно, что он работает в организации 8 лет. Раскройте особенности данного этапа и основные задачи, которые должны решаться в данный период.

**14.** Определите, на каком этапе карьеры находится сотрудник, если известно, что он работает в организации 15 лет. Раскройте особенности данного этапа и основные задачи, которые должны решаться в данный период.

**15.** Определите, на каком этапе карьеры находится сотрудник, если известно, что он работает в организации 25 лет. Раскройте особенности данного этапа и основные задачи, которые должны решаться в данный период.

**16.** Сформулируйте цели карьерного продвижения для сотрудника в возрасте 25 лет.

**17.** Сформулируйте цели карьерного продвижения для сотрудника в возрасте 40 лет.

**18.** Сформулируйте цели карьерного продвижения для сотрудника в возрасте 50 лет.

**19.** Определите, при каких ведущих мотиваторах карьерное продвижение сотрудника будет успешным в условиях корпоративной организации.

**20.** Определите, при каких ведущих мотиваторах карьерное продвижение сотрудника будет успешным в условиях индивидуалистской организации.

**21.** Раскройте особенности организационно-психологических условий, благоприятных для карьерного роста сотрудника,

ориентированного на профессиональное совершенствование.

**22.** Составьте план карьерного роста для сотрудника, ориентированного на профессиональную компетентность. Выделите оптимальные критерии карьерного успеха.

**23.** Составьте план карьерного роста для сотрудника, ориентированного на автономию (независимость). Выделите оптимальные критерии карьерного успеха

**24.** Составьте план карьерного роста для сотрудника, ориентированного на стабильность. Выделите оптимальные критерии карьерного успеха.

**25.** Составьте план карьерного роста для сотрудника, ориентированного на предпринимательство. Выделите оптимальные критерии карьерного успеха.

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Теория коммуникации»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

## Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ ..... 3

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ..... 4

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ..... 6

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 8

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 12

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 20

6.1. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ ..... 20

6.2. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ» ..... 21

6.3. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ ..... 22

6.4. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, В ТОМ ЧИСЛЕ КОМПЛЕКТ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ЭЛЕКТРОННО-БИБЛИОТЕЧНЫЕ СИСТЕМЫ, СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ ..... 22

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ..... 23

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Теория коммуникации» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 N 512.

Дисциплина «Теория коммуникации» направлена на формирование понимания обучающимися общих закономерностей, а также сходств и различий видов, уровней и форм коммуникации. Особое внимание уделяется моделям и структурным компонентам коммуникации. В рамках курса формируется понимание возможностей практического приложения технологий коммуникации в профессиональной и социальной сферах. Обучающиеся осваивают навыки эффективного общения и профессионального взаимодействия, а также осмысления перспектив развития информационных и социокультурных коммуникационных сред.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 1 и 2 семестре.

**Цель и задачи дисциплины**

***Целью*** изучения дисциплины «Теория коммуникации» является формирование представления обучающихся о содержании основных теоретических концепций современной коммуникативистике, а также об основных исследовательских подходах в изучении явления коммуникации, применяемых в мировой и отечественной науке.

***Задачи дисциплины:***

- формирование у обучающихся знания о научном содержании и практическом применении теории коммуникации, её функциях, средствах, истоках и истории развития;
- достижение понимания зависимости коммуникационного процесса от изменений, происходящих в социально-экономической, политической жизни общества и научно-технических преобразований в мире.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | выпускник должен знать | выпускник должен уметь | выпускник должен иметь практический опыт | |
| Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов | **ОПК- 3** | **ОПК- 3.1.** Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса | процесс создания медиатекстов и медиапродуктов, а также теоретические знания в свере отечественного и культурного процесса | демонстрировать реализвцию умения самостоятельно адаптировать, проектировать и реализовывать. | владения понятийным аппаратом в области межличностных и межкультурных коммуникаций | Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа |
| | | **ОПК-3. 2.** Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественность ю и (или) иных коммуникационных продуктов | средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы | демонстрировать навыки и умения для успешного применения знаний о средствах художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы | межличностных коммуникаций | Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа |
| Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной | **ОПК-6** | **ПК- 6.1.** Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение | техническое оборудование и программное обеспечение | использовать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение для достижения результата | применения теории коммуникации в профессии | Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа |
| | | **ПК- 6.2.** Применяет современные цифровые | современные цифровые устройства, платформы и | применять современные цифровые устройства, | развития профессиональных коммуникативн | Контактная работа: Лекции Практически |

| Результаты освоения ООП (содержание компетенций) | Код компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенций | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине | | | Формы образовательной деятельности |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | выпускник должен знать | выпускник должен уметь | выпускник должен иметь практический опыт | |
| деятельности | | устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов | программное обеспечение | платформы и программное обеспечение | ых способностей рекламиста | е занятия Самостоятельная работа |

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| *Очная форма* | | | | | | | | | | | |
| ***1 семестр*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1. Предмет, цели и задачи курса «Теория коммуникации».* | 8 | 8 | | | | | | | | 13 | Эссе / 20 |
| *Тема 2. Невербальные коды коммуникации.* | 8 | 8 | | | | | | | | 13 | Эссе / 20 |
| *Тема 3. Виды речевой деятельности.* | 8 | 8 | | | | | | | | 13 | Реферат / 20 |
| *Тема 4. Культура речи как основа эффективной межличностной и профессиональной коммуникации.* | 8 | 8 | | | | | | | | 13 | Реферат / 20 |
| *Тема 5. Речевой этикет как общекультурные нормы.* | 6 | | | 6 | | | | | | 16 | Отчет по ситуационному практикуму / 20 |
| **Всего:** | **38** | **32** | | **6** | | | | | | **68** | **100** |
| **Контроль, час** | **36** | | | | | | | | | | **Экзамен** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **180** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **5** | | | | | | | | | | |
| ***2 семестр*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 6. Коммуникативные стратегии и тактики.* | 4 | | | 6 | | | | | | 16 | Отчет по ситуационному практикуму / 20 |
| *Тема 7. Убеждающая коммуникация.* | 4 | 4 | | | | | | | | 16 | Реферат/ 20 |
| *Тема 8. Манипулятивная (суггестивная) коммуникация.* | 4 | 4 | | | | | | | | 15 | Эссе /20 |
| *Тема 9. Ритуальная коммуникация.* | 4 | 4 | | | | | | | | 15 | Доклад-презентация / 10 |

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| *Очная форма* | | | | | | | | | | | |
| *Тема 10. Символическая коммуникация* | 5 | 4 | | | | | | | | 15 | Доклад-презентация / 10 |
| *Тема 11. Мифологическая коммуникация.* | 5 | | | 4 | | | | | | 15 | Отчет по ситуационному практикуму / 20 |
| **Всего:** | **26** | **16** | | **10** | | | | | | **92** | **100** |
| **Контроль, час** | **36** | | | | | | | | | | **Экзамен** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **180** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **5** | | | | | | | | | | |
| **Всего по дисциплине:** | **64** | **48** | | **16** | | | | | | **160** | **100*2** |
| **Контроль, час** | **72** | | | | | | | | | | **Экзамен*2** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **360** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **10** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Предмет, цели и задачи курса «Теория коммуникации».***

Коммуникация как объект научного исследования. Проблема предмета теории коммуникации. Исследование коммуникации в философии, социальной психологии, лингвистике, культурологи, биологии. Коммуникация как социальное и природное явление. Структура коммуникативного знания и уровни обобщения коммуникативного знания. Специфика законов и категорий теории коммуникации. Роль коммуникации в информационном обществе. Понятие «общение», «коммуникация», «речевая деятельность». Исторические вехи возникновения коммуникации в социуме. Антропосоциогенезис и социальная коммуникация. Возникновение письменности. Книгопечатание. Возникновение и развитие электронной коммуникации.

Основные этапы развития теории коммуникации. Проблемы коммуникации в истории социально-философской мысли. Проблема коммуникации в античной культуре. Риторика и этика. Растворенность индивидуального существования в коллективности полисной общины. Коммуникативная проблематика в христианской и новоевропейской культуре. Гуманистическое миросозерцание Возрождения и Нового времени. Современные концепции коммуникации. Подходы технократического и интеракционного характера. Теории массовой коммуникации.

***Тема 2. Невербальные коды коммуникации.***

Пантомима как основа и начало коммуникативной деятельности человека. Невербальность как основа большинства семиотических систем. Невербальные коды коммуникации: паралингвистика, кинесика, окулесика, аускультация, гаптика, гастика, ольфакция, проксемика, хронемика, системология, сенсорика, актоника. Функции невербальной коммуникации: контроля, регуляции, информации, диагностики, коррекции. Деловая одежда. Фирменный стиль.

***Тема 3. Виды речевой деятельности.***

Виды речевой деятельности: говорение, слушание, чтение, письмо. Говорение. Функции речи. Монолог, диалог, полилог. Типы диалога. Коммуникативные максимы П. Грайса. Монолог. Композиция монолога. Спор, полемика, дискуссия. Слушание. Механизмы слушания. Этапы слушания. Виды слушания. Способы слушания. Культура слушания. Слушание в профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью. Слушание как основной фактор эффективной коммуникации. Эффективное слушание. Помехи слушанию. Внимание. Роль и виды внимания. Чтение. Функции чтения. Механизмы чтения.

Опорные элементы текста при чтении. Недостатки и признаки зрелого чтения. Этапы работы с текстом (книгой) в процессе осмысления читаемого. Приемы осмысления текста в процессе ознакомительного и изучающего (аналитического) чтения. Роль внетекстовых компонентов в процессе осмысления текста. Роль названия, эпиграфа, оформления текста (книги) и т. п. в процессе осмысления читаемого. Признаки (свойства) хорошего, зрелого чтения.

Приемы запоминания прочитанного. Формы и приемы воспроизведения прочитанного. Вторичные тексты, созданные на основе чтения первичных текстов. Чтение в профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью. Формула читабельности текста.

«Русская версия» читабельности. Говорение и письмо.

Жанры устных и письменных высказываний в деятельности специалиста по связям с общественностью. Активное слушание.

***Тема 4. Культура речи как основа эффективной межличностной и профессиональной коммуникации.***

Культура речи как выбор и организация языковых средств. Нормативный, коммуникативный и этический (Е.Н.Ширяев) аспекты культуры речи. Узкое и широкое понимание культуры речи. Понятие о норме. Кодификация норм. Понятие литературного языка. Основные типы норм русского литературного языка. Характеристика норм русского языка. Акцентологические, морфологические и синтаксические нормы. Правильность речи и литературная норма. Понятие «норма языковая». Вариантность и норма. Типы вариантов по отношению к норме. Кодификация и норма. Вопрос об ортологии. Ортологические словари.

Вербальная агрессия и специфические формы речевого поведения. Вербальная агрессия в официальном общении. Пути преодоления вербальной агрессии. Основные принципы контроля над вербальной агрессией. Речевой этикет как средство преодоления вербальной агрессии. Широкое понимание культуры речи.

***Тема 5. Речевой этикет как общекультурные нормы.***

Основные функции речевого этикета. Основные виды этикета. Речевой этикет и его выражение. Расхождения этикетных норм в различных культурах, причины расхождений. Конфликт.

Социальный статус лица и его языковое выражение. Речевой этикет как соответствие социокультурным конвенциям общения. Комплименты и похвала в различных коммуникативных культурах.

Этикетные жанры. Телефонный этикет.

***Тема 6. Коммуникативные стратегии и тактики.***

Коммуникативные стили. Коммуникативная стратегия как часть коммуникативного поведения или коммуникативного взаимодействия. Неэффективные стратегии реагирования (В.Сатир). Эффективные стратегии. Гендерные стратегии. Коммуникативно-речевая тактика как система коммуникативноречевых приемов. Стратегическое и тактическое моделирование аудитории в коммуникации (И.А.Стернин). Социально-демографический паспорт аудитории. Типы аудитории и специфика структурирования речи. Учет профессиональных и национальных особенностей аудитории. Аудитория по составу. Аудитория по численности. Аудитория по уровню подготовленности. Аудитория по настроенности. Аудитория по гендерному признаку. Аудитория по возрастному признаку. Приемы и методы стимулирования внимания и интереса аудитории. Коммуникативные стратегии и тактики в рекламе и связях с общественностью.

***Тема 7. Убеждающая коммуникация.***

Психологическое сопротивление убеждению. Модель процесса убеждения МакГайра. Виды социального влияния (Келман). Стратегии и тактики убеждения. Диалог как основа убеждающей коммуникации. Информационный диалог. Интерпретационный диалог. Условия диалога (К.Роджерс). Условия диалога. Контакт в речевой коммуникации. Коммуникативный кодекс как система принципов, регулирующих речевое поведение взаимодействующих субъектов в ходе коммуникативного акта. Критерии коммуникативного кодекса. Коммуникативный кодекс: принцип кооперации (по Г.П. Грайсу) и принцип вежливости (по Дж. Личу). Виды речевого контакта: акт общения и фатический акт. Речевое взаимодействие на глубинном и поверхностном уровне. Убеждающая коммуникация в рекламе и связях с общественностью. Публичное выступлении. Корпоративный имидж организации.

***Тема 8. Манипулятивная (суггестивная) коммуникация.***

Манипулятивная коммуникация. Манипуляция (суггестия). Суггестивный дискурс. Причины возможности манипуляции. Факторы, повышающие внушаемость. Свойства манипулятивного текста. Стратегии манипулирования. Тактики манипулирования. Софизмы и эристические уловки. Этически допустимые / недопустимые софизмы и уловки. Специфика логических приемов софизмов. Эристические уловки как «более деликатное, но и более опасное оружие» (Ю. Рождественский). Манипулятивная коммуникация в рекламе и связях с общественностью.

***Тема 9. Ритуальная коммуникация.***

Ритуальная коммуникация. Формы: торжественная речь,

ритуальные акты, церемонии, обряды; праздники, посвящения, чествования; презентации и торжественные собрания. Стратегии и тактики. Условия организации коммуникации. Ритуальная коммуникация в рекламе и связях с общественностью. Магия как одна из форм синкретического мировосприятия и способ выражения единства различных уровней мироздания. Принципы магического воздействия человека на природу и других людей: принцип подобия и принцип соприкосновения (заражения). Роль и функциональное назначение обрядовой еды в контексте магического ритуала. Обрядовая еда как способ сакрализации повседневности современного человека. Технология магического воздействия в рекламе. Поглощение «волшебного» продукта как условие возникновения у человека новых сверхъестественных качеств и свойств. Приемы демонстрации волшебных (сверхъестественных) свойств продукта (товара). Приемы демонстрации эффекта магического воздействия волшебного продукта на действия (поведение) человека. Санкция мифических персонажей как экспертов по использованию волшебного продукта. Приемы имитативной и контагиозной магии в рекламе.

***Тема 10. Символическая коммуникация***

Символическая коммуникация: миф, язык, ритуал, верования, сновидения, искусство и пр. Антропонимическая, топонимическая, цветовая, числовая, зоонимическая, фитонимическая, предметно-вещная, пространственная, архитектурная и др. символика. Культурная детерминация символа. Понятие символ. Емкость символа. Многоуровневая структура символа. Произвольный (немотивированный) и непроизвольный (мотивированный) символ. Символическая конверсия (Цв.Тодоров). Свойства символов. Способы репрезентации символов. Символическая коммуникация в рекламе и связях с общественностью. Тотемизм как символическая технология формирования корпоративной идентичности. Образы животных в символике. Животное-тотем как «эксперт». Топонимическая, цветовая, числовая, зоонимическая, фитонимическая, предметно-вещная, пространственная, архитектурная и др. символика в рекламе. Антропоморфизм в рекламе: эффект доверительности. Анализ антропоморфных персонажей. Соотношение тотемических, антропоморфных и зооморфных технологий в рекламе.

***Тема 11. Мифологическая коммуникация.***

Модели мифологической коммуникации: Б.Малиновский, Р.Барт, К.Леви-Стросс, Леви-Боюль, К.Юнг Функции мифа. Свойства мифа. Миф как синкретическая интуитивнообразная форма восприятия целостной картины мира. Классической мифологии как типа культуры в архаических формах ментальности. Современной мифологии как

феномена использования мифа в немифологической культурной традиции. Мифотехнологии в социальных коммуникациях. PR как коммуникация, направленная на создание трансгрупповых общностей. Миф и стереотип. Мифологические образы. Мифологические сценарии. Законы мифологизации коммуникации. Инструментарий формирования мифа (Р.Барт). Виды современного мифологизма (М.Эпштейн). Мифологическая коммуникация в рекламе и связях с общественностью. Миф как способ структурирования мира в современной рекламе. Реклама и теория мифа. Функции мифа в современной рекламе. Концепция рекламы Ж. Бодрийара. Мифология и социальное конструирование реальности в рекламе и PR. Мифология как символический универсум основные функции рекламы в контексте структурирования мира с помощью мифологических приемов. Мифологические приемы, образы и символы в рекламе. Мифология современной рекламы. Использование символики цвета, числа, формы, гендерного начала в рекламе. Архетипическое выражение статусных ролей в рекламе. Архетипы как первичные схемы и универсальные алгоритмы индивидуального и социального поведения. Сказка как миф. Концепция Н.Я.Проппа. Современные мифологические жанры и сюжеты: детектив, сериалы как «хэппи энд» и пр. Мифотехнология «свои – чужие». Мифологические медиа-образы. Образы «неокультуренного», дикого мира Хаоса и «окультуренного» мира порядка как основание бинарного противопоставления. Мифологическое мышление как основа манипуляции. Основные приемы манипуляций в рекламе. Противодействие манипулированию сознанием. Запрет негативной рекламы. Способы защиты от манипулятивной рекламы. Деконструкция и децентрация субъекта как способы защиты от манипуляций сознанием. Индивидуальные способы защиты от манипулятивной рекламы.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекции, семинары, ситуационные практикумы, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

***Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит

впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к текущим формам контроля и промежуточной аттестации.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

***Методические указания для обучающихся по участию в проведении ситуационного практикума***

Ситуационный практикум (кейс) является одной из форм интерактивного практического занятия, целью которого является приобретение обучающимся умений командной работы навыков выработки решений в профессиональной области, развитие коммуникативных и творческих способностей в процессе выявления особенностей будущей профессиональной деятельности на основе анализа обучаемыми заданий, сформированных на основе практических ситуаций.

Прежде чем приступать к участию в ситуационном практикуме, обучающемуся необходимо:

- заранее, в процессе самостоятельной работы ознакомиться со сценарием практикума и необходимой литературой, рекомендованной программой курса;

- получить от преподавателя информацию о содержании кейса, информирует о форме предоставления результатов, сроках выполнения кейса и критериях оценки действий участников;

При выполнении задания необходимо:

- получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы и принять участие в делении учебной группы на мини-группы и в выборах лидера мини-группы;

- участвовать в формировании отчета по выполнению кейса в своей мини-группе;

- участвовать в обсуждении отчетов мини-групп.

По итогам проведения ситуационного практикума, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю.

***Методические указания для обучающихся при работе на семинаре***

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов согруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

***Методические указания для обучающихся по подготовке доклада-презентации***

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию.

Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.

2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).

3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.

4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.

5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.

6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).

7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

- готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего;
- план сообщения;
- краткие выводы из всего сказанного;
- список использованных источников.

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);
- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

*Структура выступления.*

Вступление должно содержать:

- название, сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- живую интересную форму изложения;
- акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

*Работа с литературой (конспектирование)*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

*Реферат*

Подготовка рефератов направлена на развитие и закрепление у обучающихся навыков самостоятельного глубокого, творческого и всестороннего анализа научной, методической и другой литературы по актуальным проблемам дисциплины; на выработку навыков и умений грамотно и убедительно излагать материал, четко формулировать теоретические обобщения, выводы и практические рекомендации.

Рефераты должны отвечать высоким квалификационным требованиям в отношении научности содержания и оформления.

Темы рефератов, как правило, посвящены рассмотрению одной проблемы. Объем реферата может быть от 12 до 15 страниц машинописного текста, отпечатанного через 1,5 интервала, а на компьютере через 1 интервал (список литературы и приложения в объем не входят).

Текстовая часть работы состоит из введения, основной части и заключения.

Во введении обучающийся кратко обосновывает актуальность избранной темы реферата, раскрывает конкретные цели и задачи, которые он собирается решить в ходе своего небольшого исследования.

В основной части подробно раскрывается содержание вопроса (вопросов) темы.

В заключении кратко должны быть сформулированы полученные результаты исследования и даны выводы. Кроме того, заключение может включать предложения автора, в том числе и по дальнейшему изучению заинтересовавшей его проблемы.

В список литературы (источников и литературы) обучающийся включает только те документы, которые он использовал при написании реферата.

В приложении (приложения) к реферату могут выноситься таблицы, графики, схемы и другие вспомогательные материалы, на которые имеются ссылки в тексте реферата.

*Эссе*

Эссе - это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем. Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

Эссе должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического

инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. В зависимости от специфики дисциплины формы эссе могут значительно дифференцироваться.

Структура эссе.

1. Титульный лист

2. Введение - суть и обоснование выбора данной темы, состоит из ряда компонентов, связанных логически и стилистически; На этом этапе очень важно правильно сформулировать вопрос, на который вы собираетесь найти ответ в ходе своего исследования.

При работе над введением могут помочь ответы на следующие вопросы: «Надо ли давать определения терминам, прозвучавшим в теме эссе?», «Почему тема, которую я раскрываю, является важной в настоящий момент?», «Какие понятия будут вовлечены в мои рассуждения по теме?», «Могу ли я разделить тему на несколько более мелких подтем?».

3. Основная часть - теоретические основы выбранной проблемы и изложение основного вопроса.

Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. В этом заключается основное содержание эссе и это представляет собой главную трудность. Поэтому важное значение имеют подзаголовки, на основе которых осуществляется структурирование аргументации; именно здесь необходимо обосновать (логически, используя данные или строгие рассуждения) предлагаемую аргументацию/анализ. Там, где это необходимо, в качестве аналитического инструмента можно использовать графики, диаграммы и таблицы.

В зависимости от поставленного вопроса анализ проводится на основе следующих категорий:

Причина — следствие, общее — особенное, форма — содержание, часть — целое, постоянство — изменчивость.

Хорошо проверенный способ построения любого эссе — использование подзаголовков для обозначения ключевых моментов аргументированного изложения: это помогает посмотреть на то, что предполагается. Такой подход поможет следовать точно определенной цели в данном исследовании. Эффективное использование подзаголовков - не только обозначение основных пунктов, которые необходимо осветить. Их последовательность может также свидетельствовать о наличии или отсутствии логичности в освещении темы.

4. Заключение - обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения и т.д. Методы, рекомендуемые для составления заключения: повторение, иллюстрация, цитата,

впечатляющее утверждение. Заключение может содержать такой очень важный, дополняющий эссе элемент, как указание на применение исследования, не исключая взаимосвязи с другими проблемами.

### *Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины*

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоят. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Предмет, цели и задачи курса «Теория коммуникации».* | Гуманистическое миросозерцание Возрождения и Нового времени. Современные концепции коммуникации. Подходы технократического и интеракционного характера. Теории массовой коммуникации. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Написание эссе | Эссе |
| *Тема 2. Невербальные коды коммуникации* | Функции невербальной коммуникации: контроля, регуляции, информации, диагностики, коррекции. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Написание эссе | Эссе |
| *Тема 3. Виды речевой деятельности* | Чтение в профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью. | Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Написание реферата | Реферат |
| *Тема 4. Культура речи как основа эффективной межличностной и профессиональной коммуникации* | Понятие «норма языковая». Вариантность и норма. Типы вариантов по отношению к норме (равноправные / неравноправные). | Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Написание реферата | Реферат |
| *Тема 5. Речевой этикет как общекультурные нормы* | Речевой этикет представляет собой нормы социальной адаптации людей друг к другу, он призван помочь организовать эффективное взаимодействие, сдерживать агрессию, служить средством создания образа «своего» в данной культуре, в данной ситуации. | Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к ситуационному практикуму. Подготовка отчета по практикуму | Отчет по ситуационному практикуму |
| *Тема 6. Коммуникативные стратегии и тактики* | Эффективные стратегии (адекватная самооценка). Гендерные стратегии. | Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети | Отчет по ситуационному практикуму |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоят. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| | | «Интернет» Подготовка к ситуационному практикуму. Подготовка отчета по практикуму | |
| *Тема 7. Убеждающая коммуникация* | Информационный диалог: к началу общения между партнерами имеется разрыв в знаниях. | Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Написание реферата | Реферат |
| *Тема 8. Манипулятивная (суггестивная) коммуникация* | Тактики манипулирования. Софизмы и эристические уловки. Этически допустимые / недопустимые софизмы и уловки. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Написание эссе | Эссе |
| *Тема 9. Ритуальная коммуникация* | Принципы магического воздействия человека на природу и других людей: принцип подобия и принцип соприкосновения (заражения). | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка доклада-презентации | Доклад-презентация |
| *Тема 10. Символическая коммуникация* | Способы репрезентации символов. Символическая коммуникация в рекламе и связях с общественностью. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка доклада-презентации | Доклад-презентация |
| *Тема 11. Мифологическая коммуникация* | Миф как способ структурирования мира в современной рекламе. Реклама и теория мифа. Функции мифа в современной рекламе. | Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к ситуационному практикуму. Подготовка отчета по практикуму | Отчет по ситуационному практикуму |

# 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

### Основная литература

1. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для вузов / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт,

2022. — 231 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06317-2. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. Коноваленко, М. Ю. Деловые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 466 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11058-6. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru.

3. 3.Лавриненко, В. Н. Деловая этика и этикет : учебник и практикум для вузов / В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышова, В. В. Кафтан ; под редакцией В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 118 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08210-4. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

**Дополнительная литература**

1. *Дзялошинский, И. М.* Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для бакалавров / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 433 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3044-3. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. *Спивак, В. А.* Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для академического бакалавриата / В. А. Спивак. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 460 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3684-1. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № п/п | Наименование ресурса | Ссылка |
|---|---|---|
| 1. | Хабрахабр | https://habrahabr.ru/ |
| 2. | MercatorGroup | http://www.mercator.ru |
| 3. | РИА Новости. Россия сегодня | https://ria.ru |
| 4. | GfK. Международный институт маркетинговых и социальных исследований | https://www.gfk.com/ru/ |
| 5. | Research Rethink React. Исследовательский холдинг Ромир | http://romir.ru/ |
| 6. | Фонд Общественное мнение (ФОМ) | http://corp.fom.ru/ |
| 7. | Институт социологии Российской академии наук | http://www.isras.ru/ |
| 8. | Всероссийский центр исследований общественного мнения (ВЦИОМ) | https://wciom.ru/ |
| 9. | 1000 идей. Крупнейшая в России база | https://www.1000ideas.ru/article/trendy/ |

| № п/п | Наименование ресурса | Ссылка |
|---|---|---|
| | необычных бизнес-идей | |
| 10. | Trendwatching.com | http://trendwatching.com/freepublications/ |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций:

ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)
- Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### *7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины*

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| **1.** | Отчет по ситуационному практикуму | 20-16 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, правильно выбраны совместимые комплектующие, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы;<br>15-11 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, правильно выбраны совместимые комплектующие, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы;<br>10-5 – работа выполнена в срок, в основном |

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| | | самостоятельно, использованы соответствующие формулы; определены соответствующие спецификации, имеются ошибки в расчетах; выбраны совместимые комплектующие необходимые, выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы;<br>4 и мене – обучающийся подготовил работу несамостоятельно или не завершил в срок, описание спецификации содержит незначительные ошибки, выводы и ответы на вопросы отсутствуют. |
| 2. | Доклад-презентация | 10-8 – доклад выполнен в соответствии с требованиями, 10 правильно оформленных слайдов презентации, грамотное использование терминологии, свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик правильные ответил на все вопросы преподавателя и обучающихся.<br>7-6 – доклад выполнен в основном соответствии с требованиями,10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации, грамотное использование экономической терминологии, в основном свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик частично правильно ответил на все вопросы преподавателя и обучающихся.<br>5-4 – доклад выполнен в основном в соответствии с требованиями,10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации, докладчик был привязан к тексту, докладчик испытывал затруднения при ответе на вопросы преподавателя и обучающихся.<br>3-2 – доклад выполнен не в соответствии с требованиями, 10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации,<br>1-0 - докладчик был привязан к тексту, докладчик не смог ответить на вопросы преподавателя и обучающихся. |
| 3. | Эссе | 20-16 – при анализе проблематики показано свое мнение на этот счет, проведенный анализ дает однозначный ответ на поставленный вопрос, присутствует теоретическое обоснование взглядов автора, сути проблемы и т.д, имеется убедительная аргументация своих взглядов, активно и к месту используются термины, сформулированы итоговые выводы, подтверждающие или опровергающие изначально выдвинутую гипотезу, присутствует логика изложения информации, все тезисы подкрепляются нужным количеством аргументов, соблюден стиль изложения.;<br>15-11 – присутствует свое мнение, при описании сути используются специальные понятия и термины, приводится в качестве довода свой или чужой опыт, наблюдаемые явления.<br>В малой степени имеется объяснение фактов из личной жизни с научной точки зрения;<br>10-5 – имеется своя точка зрения, используются при подаче информации специальные термины, приводятся доводы из личной или социальной жизни без их научного объяснения.<br>4-1 - имеется своя точка зрения, проблема проанализирована слабо, аргументация практически |

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| | | отсутствует, специальная терминология не используется. |
| 4. | Реферат | 20-16 – работа сдана в указанные сроки, обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему, логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, раскрыта тема реферата, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению;<br>15-11– основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы;<br>10-5 – основные требования к реферату выполнены, но при этом допущены недочеты, например: имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, объем реферата выдержан более чем на 50%, имеются упущения в оформлении.<br>4-1 - тема не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, допущены грубейшие ошибки в оформление работы. |

## *Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости*

### ***Примерные темы эссе***

### *Тема 1: Предмет, цели и задачи курса «Теория коммуникации»*

1. Понятие языковой личности в теории коммуникации.
2. «Ручная» и «ножная» символика.
3. Виртуальная реальность – терапия или болезнь личности/общества?
4. Знаковые системы и теория массовой коммуникации У. Эко.
5. Информация и информированность – зло или благо?
6. Коммуникация в животном мире.
7. Понятия «общение», «коммуникация», «речевая деятельность».
8. Основные составляющие социальной коммуникации.
9. Онтологический аспект: биологические, социальные, этнические, психологические факторы коммуникации.
10. Гносеологический аспект: функции коммуникации, единицы коммуникации; категории коммуникации.

### *Тема 2: Невербальные коды коммуникации*

1. Одиночество в толпе

2. Классификация видов невербальной коммуникации по сенсорным каналам.

3. Принцип конгруэнтности (совпадение жестов и речевых высказываний).

4. Оптико-кинетические средства общения

5. Прикосновения как проявление позитивного аффекта.

6. Техника невербальной выразительности.

7. Особенности акустических средств передачи невербальной информации

8. Основные направления анализа голосового кода

9. Понятие «социальная улыбка».

10. Проксемика – пространственная психология

***Тема 8. Манипулятивная (суггестивная) коммуникация***

1. Психология воздействия в массовой коммуникации
2. Суггестивные психотехнологии в массовой коммуникации
3. НЛП-ориентированный подход к массовой коммуникации
4. Коммуникативное воздействие как манипуляция
5. Психология отношения к СМИ
6. Психологическая безопасность массовой коммуникации
7. Психология творчества журналиста
8. Эффективность массовой коммуникации
9. Исследование образа коммуникатора
10. Исследования аудитории МК

***<u>Примерные темы рефератов</u>***

***Тема 3. Виды речевой деятельности***

1. Разновидности и уровни речи.
2. Виды речи, их сходство и различие.
3. Речевая деятельность.
4. Структура речи в социально-ориентированном и личностно-ориентированном общении.

***Тема 4. Культура речи как основа эффективной межличностной и профессиональной коммуникации***

1. Основные понятия теории речевой коммуникации
2. Речевая норма и культура речи
3. Совершенствование навыков чтения
4. Совершенствование навыков слушания
5. Совершенствование навыков письменной речи
6. Совершенствование навыков устной речи
7. Этика речевой коммуникации

***Тема 7. Убеждающая коммуникация***

1. Искусство вопроса в деловых контактах.

2. Деловое общение и психодиагностика. Методы диагностики системы отношений личности как субъекта общения.

3. Психология затрудненного общения. Понятие о затрудненном общении и его причинах.

4. Методы диагностики системы отношений личности как субъекта затрудненного и незатрудненного общения.

5. Особенности эмпатии субъектов затрудненного и незатрудненного общения.

6. Методы диагностики эмпатии.

7. Принципы выхода из ситуаций затрудненного общения.

8. Деловая презентация, её формы.

9. Резюме – письменная презентация.

10. Организация устной презентации.

## ***Примерные задания для ситуационного практикума***

### *Тема 5. Речевой этикет как общекультурные нормы*

**Задание 1.**

Прочитайте фразы, выделив при помощи логического ударения разные слова, и объясните, как смещаются смысловые акценты, меняется смысл.

**Например:** ОН сегодня пришел? (Должен был прийти кто-то другой.) Он сегодня ПРИШЕЛ? (Обычно приезжает на транспорте.) Он СЕГОДНЯ пришел? (Ждали его только завтра.)

1 Там проходит мастер-класс по тайм-менеджменту.

2 Вчера было жутко холодно.

3 У тебя нет подходящего костюма?

4 Он сможет собрать нужную сумму к субботе?

**Задание 2.**

Прочитайте фрагмент книги С. И Львовой «Позвольте пригласить вас...», или Речевой этикет», в котором она рассматривает две основные версии происхождения слова «алло»

Алло! Это этикетное слово – непременный атрибут телефонного разговора – вошло в язык и нашу жизнь вместе с телефоном. Многие считают, что оно происходит от английского

hello – «привет» и иногда употребляется в виде «хэлло» у нас.

Но история «телефонного» слова связана с французским alio, которое было образовано в 70-е годы XIX века от междометия allons – «ну», которое, в свою очередь, восходит к французскому глаголу aller – «идти». Вот и выходит, что приветственное

алло буквально обозначает «идем, пошли».

Вспомните, какие еще слова или словосочетания используются в

начале разговора по телефону в зависимости от того, звоните вы или отвечаете и кто ваш собеседник.

**Задание 3.**

Объясните позицию относительно употребления «ты» и «вы» лирического героя стихотворения А. С. Пушкина и девочки Клавы, героини одной из историй, рассказанной К. Чуковским в книге «От двух до пяти». Для ответа воспользуйтесь таблицей.

А.С. Пушкин

**Ты и Вы**

Пустое вы сердечным ты
Она, обмолвясь, заменила
И все счастливые мечты
В душе влюбленной возбудила.
Пред ней задумчиво стою,
Свести очей с нее нет силы;
И говорю ей: как вы милы!
И мыслю: как тебя люблю!

***

– Нинка выдра, выдра! – кричит пятилетняя Маша.

– Надо тыдра! – поправляет Клава. – Еще всякую тыдру на вы называть…

(По К. Чуковскому «От двух до пяти»).

| ВЫ | ТЫ |
|---|---|
| 1. К незнакомому, малознакомому адресату | 1. К хорошо знакомому адресату |
| 2. В официальной обстановке общения | 2. В неофициальной обстановке общения |

### *Тема 6. Коммуникативные стратегии и тактики*

**Задание1.**

Проанализируйте трансакции. Какие психологические роли проигрываются коммуникативными партнерами?

1. Пожилой преподаватель А. обращается к коллеге Б.:

А. Ну и студенты пошли: ничего их не интересует!

Б. Да, мы в их возрасте были другими: на лекцию шли как на праздник.

2. На научной конференции идет обсуждение доклада.

А. Мне близки идеи, высказанные докладчиком, но хотелось бы высказать ряд замечаний.

Б. Я благодарен коллеге за ценные замечания, однако в свою очередь хотел бы поделиться своими соображениями.

3. В аудитории разговаривают два студента:

А. Так скучно, я притомился совсем. Может, ну ее к черту –

лекцию! Пойдем потусуемся!

Б. Давай. Только тихо, чтобы препод не заметил.

4. Разговаривают муж и жена:

А. Если бы у нас в доме был порядок, я бы смог найти свои вещи!

Б. Если бы ты мне хоть немного помогал, я бы смогла управиться с хозяйством!

А. Не такое уж у нас большое хозяйство. Будь расторопней!

Если бы твоя мамочка не баловала тебя в детстве, ты бы с ним управлялась. Видишь же, что мне некогда!

Б. Если бы твоя мамочка приучила тебя помогать, не подавала бы тебе завтрак в постель, ты бы находил время мне помогать!

**Задание 2.**

**Охарактеризуйте коммуникативные техники, использованные директором завода в разговоре с инженером.**

Директор завода приглашает в кабинет молодого инженера.

Входит инженер:

– Здравствуйте, Александр Павлович! Вы меня вызывали?

– А-а, здравствуйте. Николай… Петрович, кажется?

– Да, Петрович…

– Простите, имя-отчество не всегда запоминаю, а вот что Николай – точно помню… Да, я вас просил зайти. У вас найдется минут двадцать времени?

– Да, конечно…

– Вот и отлично. Анечка, меня ни с кем не соединять, пожалуйста. Николай, вот я хотел тут с вами посоветоваться.

Последнее время так что-то тяжело работать стало на заводе.

То тут срыв, то там… Да что говорить, вы сами все лучше меня знаете, по своему цеху видите… Вы во втором цехе работаете, верно?

– Да, во втором…

– Тяжелая сейчас ноша руководить заводом.

– Да уж это точно… вам не позавидуешь…

– Ну а работать ведь надо… Кемерово второй месяц изоляторы не присылает, Липецк металл задерживает опять… С Арменией теперь связей никаких… Э, да что говорить… Сейчас ни от кого нельзя ничего потребовать… Снабженцам через такие унижения приходится проходить… Да ладно, чего жаловаться. Это моя работа, мои проблемы. Это я уж так… Всю страну лихорадит…

– Это уж точно…

– Да еще проблема – оборудование у нас сам знаешь какое, кое-что довоенное еще… Недавно в каком-то цехе был, смотрю табличку на станке – тридцать девятый год…

– Да есть еще старее станки, в нашем цехе два станка тридцать шестого года…

– Что вы говорите? Я и не знал даже… Меня-то еще на свете не было, в тридцать шестом-то году… В общем, что-то надо предпринимать, пока полностью не встали…

– Но мы же запросили две новые поточные линии…

– Да не дают их нам уже второй год. И видно, не дадут в ближайшем будущем… Что-то надо сейчас делать… Вот я и хочу ваше мнение узнать, Николай Петрович: как сделать, чтобы станки не встали? Вы ведь у нас уже шестой или седьмой год работаете?

– Вообще-то пятый…

– Разве? А мне казалось, что уже давно вы у нас. Но вы, я знаю, уже хорошо освоились, вошли в курс дела. Очень хорошо вообще о вас отзываются… И с работягами язык нашли, и с ИТР… И взгляд у вас еще свежий, поэтому и советуюсь с вами. Видимо, надеяться на централизованное пополнение станочного парка не приходится, выкручиваться надо самим.

– Да, судя по всему, да. На других заводах тоже ведь так.

– Да, уж это точно… А как вы думаете, может, нам приспособить один из наших цехов, чтобы он выпускал детали, запчасти к нашему же собственному оборудованию? Мы ведь даже для новых станков вряд ли получим сейчас запчасти.

– Правильно, конечно. Ведь у нас кое-что делается в шестом цехе, по-моему.

– Да, я просил попробовать. Кое-что удается, но вообще-то вы знаете этот цех. Слабенький цех.

– Да, уж это точно.

– Вы, вообще, там часто бываете?

– Да приходится, они нам ведь инструменты точат… Приходится все время ходить просить – сделайте, ну поскорее, работа стоит…

– Да… нет, ну вообще-то там есть неплохие ребята – Тихонов, Бавыкин Алексей.

– Да. Эти ребята высший класс, асы… А Володька там еще недавно молоденький появился – тоже молодец, старается…

– А какой это Володька? Рыженький такой?

– Нет, он не рыженький вроде… Невысокий такой, весь аккуратненький.

– Не знаю еще его… Ну хорошо, если хороший работник, буду знать теперь… Так вот, не сделать ли нам в этом цехе участок запчастей? Пусть завод обеспечивают… И заявки им подавать предварительные, что нужно в первую очередь или что может понадобиться.

– Верно, можно, я думаю. Нужно только, чтобы этим ктото специально занимался и больше ничем. Именно специальный участок надо выделить, чтобы люди были закреплены. И задание у них будет только по запчастям, тогда и ответственность

будет, и работу спросить можно.

– А вот это правильно! Участок такой нужно обязательно структурно выделить, это вы правильно предлагаете. Конечно, сначала будет немало трудностей, неразберихи – дело-то новое…

– Конечно, но я думаю, наладится.

– И ребят нужно будет на этот участок самых ответственных поставить. Слушай, Коль, если этот участок сделать в шестом цехе?

И ребят туда, о которых ты говорил – Бавыкина, Тихонова, Володьку твоего… Справятся они, как ты думаешь?

– Да справятся, конечно, ребята отличные!

– Вот и хорошо… Ты прав – надо отдельный участок и именно этих ребят туда… Тут придется весь шестой цех структурно реорганизовать, правда, это давно пора сделать, мы же уже говорили…

Ну, так и сделаем. Спасибо тебе за идеи…

А знаешь еще что? Вот поговорил я с тобой и подумал: давай-ка тебя бросим на это дело! Начальником шестого цеха! Мне ведь об этом мужики-ветераны давно говорили – поручи шестой цех

Николаю! Давай бери! Идей-то у тебя достаточно – человек ты ответственный …

– Ой, Александр Павлович. Да что вы… да я…

– Ну подумай, подумай… Я в сорок лет стал начальником цеха, а ты в тридцать. Улавливаешь разницу? Идеи есть, возможности есть, опыт есть… Ну и зарплата, естественно, будет значительно больше… Деньги небось нужны, семью кормить…

– Да нужны, конечно, но страшновато…

– А чего бояться? Из всех наших молодых кадров ты самый

надежный, честно скажу. Верю, что не подведешь. Ну в принципе – что, договорились?..

– Да я…

– Я понимаю… Но в принципе, значит, договорились. Слушай, а чего резину тянуть? Принимай цех с понедельника.

– Как, прямо с понедельника?

– Конечно! Анечка, подготовь мне проект приказа – Семенова Николая Петровича назначить начальником шестого цеха. Ну, Коль, я на тебя надеюсь! Не подведи!

### *Тема 11. Мифологическая коммуникация*

Письменно выполните задание и ответьте на следующие вопросы:

1. Самостоятельно изучить теорию двух других авторов мифологической модели: Карла Юнга и Клода Леви-Строса. Тезисно законспектировать основную концепцию моделей.

2. В чем принципиальная разница в подходах этих авторов к формированию информации?

3. Насколько мифологическая модель коммуникации актуальна в

современных условиях и почему?

4. Приведите примеры публикаций в СМИ, которые подтверждают Вашу позицию, обоснованную в предыдущем вопросе.

5. Определите виды мифологизма в современных массовых коммуникациях.

6. Установите виды мифологизма в 10 рекламных роликах поределенного сегмента товаров.

7. Определите виды мифологизма в корпоративных коммуникациях

***<u>Примерные темы докладов-презентаций</u>***

***Тема 9. Ритуальная коммуникация***

1. Ритуальная коммуникация. Ритуальный дискурс. Формы, стратегии, тактики ритуальной коммуникации.
2. Ритуальная коммуникация в рекламе и связях с общественностью.
3. Исследования образа коммуникатора у аудитории (составить план исследования).
4. Создание психологического портрета аудитории СМИ (составить план исследования).
5. Создание психологического портрета коммуникативного сообщения (составить план исследования).
6. Исследование коммуникативного стиля ТВ или радиопередачи (составить план исследования).
7. Структура личности как база восприятия информации.
8. Потребности, мотивы и интересы аудитории.
9. Роль стереотипа в процессах массовой коммуникации.
10. Роль установки в процессах массовой коммуникации.

***Тема 10. Символическая коммуникация***

1. Символическая коммуникация. Символический дискурс.
2. Культурная детерминация символа. Понятие символ. Емкость символа. Многоуровневая структура символа. Свойства символов.
3. Символическая коммуникация в рекламе и связях с общественностью.
4. Восприятие рекламного сообщения. Психологические аспекты воздействия рекламы на личность.
5. Формирование эмоциональных состояний путем косвенного суггестивного воздействия (на материале рекламы).

### *7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации*

Промежуточная аттестация по дисциплине «Теория коммуникации»

проводится в форме экзаменов.

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:<br><br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:<br>Задание 1: 0-30 баллов<br>Задание 2: 0-30 баллов<br>Задание 3: 0-40 баллов<br><br>**- 90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>**- 70 и более (хорошо) –** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Ход решения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>**- 50 и более (удовлетворительно) –** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены частично.<br>**- Менее 50 (неудовлетворительно)** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены |

### *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

## 1 семестр – экзамен

***Задания 1-го типа***

1. Теория коммуникации как наука. Предмет теории коммуникации.
2. Типология и функции коммуникации.
3. Теоретические концепции коммуникации: информационный подход.
4. Теоретические концепции коммуникации: системно-кибернетический подход.
5. Теоретические концепции коммуникации: семиотическая концепция. Классическая теория знака Ч. Пирса.
6. Теоретические концепции коммуникации: теория кодов.
7. Теоретические концепции коммуникации: когнитивные подходы.
8. Коммуникация как дискурс и нарратив.
9. Теоретические концепции коммуникации: символический интеракционизм и драматургический подход.
10. Теоретические концепции коммуникации: интерпретативный и социальный конструктивизм.

11. Критические социальные теории коммуникаций.

12. Структуралистский анализ коммуникаций.

13. Спектрально-диалектический подход к коммуникациям.

14. Концепции информационного общества и общества постмодерна.

15. Эволюция коммуникационных технологий в социуме.

16. Системность коммуникации. Виды коммуникативных систем.

17. Коммуникация как процесс и как структура. Структурные модели коммуникации.

18. Основные элементы коммуникационного процесса: производство, мультипликация, распространение, прием, распознавание, использование информации.

19. Семиотический (знаковый) уровень коммуникации: синтактика; семантика; прагматика.

20. Лингвистический (языковой) уровень коммуникации. Соотношение «язык-речь». Функции естественного языка наряду с другими знаковыми системами.

21. Речевое общение как способ коммуникации. Функции речи. Формы речевой коммуникации. Слуховое восприятие речи. Устноречевая коммуникация. Письменноречевая коммуникация.

22. Металингвистический (метаязыковой) уровень коммуникации. Виды и функции метаязыка.

23. Паралингвистический уровень коммуникации.

24. Синтетический уровень коммуникации. Динамическая коммуникативная система кино, театра, музыки, танца.

25. Синтетический уровень коммуникации. Статическая коммуникативная система: фотография, живопись, скульптура, архитектура.

***Задания 2 типа***

1. Перечислить законы и категории теории коммуникации.

2. Раскрыть отличие социальных и биокоммуникаций.

3. Перечислить типы репрезентативных систем человека в коммуникациях.

4. Перечислить функции теории коммуникации.

5. Раскрыть понятие массовой коммуникации как социального явления.

6. Раскрыть суть средств массовой информации как «четвертой власти».

7. Раскрыть понятия «знак» и «знаковая система».

8. Перечислить элементы коммуникативного процесса.

9. Перечислить семиотические модели коммуникации.

10. Раскрыть понятие «вербальная коммуникация».

11. Перечислить структурные уровни языка.

12. Раскрыть понятие «Невербальная коммуникация».
13. Раскрыть понятие «глобализация».
14. Дать определение понятию «коммуникатор».
15. Дать определение понятию «коммуникативная личность».
16. Перечислить структурные модели социальной коммуникации.
17. Перечислить функции речи.
18. Раскрыть понятия «диалог» и «полилог» как формы речевой коммуникации.
19. Перечислить средства массовой коммуникации.
20. Раскрыть понятие «информационный канал».
21. Перечислить функции общественного мнения.
22. Дать определение понятию «политическая реклама».
23. Перечислить особенности взаимоотношений PR и СМИ в политической сфере.
24. Перечислить особенности взаимоотношений PR и СМИ в финансовой сфере.
25. Перечислить особенности взаимоотношений PR и СМИ в коммерческой деятельности.

***Задания 3 типа***

**Задание 1.**

Продолжите рассуждение на заданную тему: «Контакт — это начало взаимодействия двух партнеров. Для установления контакта…»

Придумайте нейтральные темы бесед на первом этапе общения.

**Задание 2**.

«Ценность представляет не сама по себе речь оратора и не звучность его голоса, а то…» (Демосфен). Опровергните или докажите тезис «Оратор не актер» (3–4 аргумента).

**Задание 3.**

Продолжите рассуждение на заданную тему: «Контакт — это начало взаимодействия двух партнеров. Для установления контакта…». Придумайте нейтральные темы бесед на первом этапе общения.

**Задание 4.**

Прочитайте текст. Чем был разочарован Кунин во время богослужения? Почему быстрота и резкость движений неуместны для священника? В каких еще случаях от них следует отказаться? Какие невербальные средства обнаруживают неопытность священника?

*— Кто чист душою, тому хорошо здесь молиться... — думал Кунин. — Как в Риме у св. Петра поражает величие, так здесь трогают эти смирение и простота. Но молитвенное настроение его рассеялось в дым, когда отец Яков вошел в алтарь и начал обедню. По*

*молодости лет, попав в священники прямо с семинарской скамьи, отец Яков не успел еще усвоить себе определенную манеру служить. Читая, он как будто выбирал, на каком голосе ему остановиться, на высоком теноре или жидком баске; кланялся он неумело, ходил быстро, царские врата открывал и закрывал порывисто. Старый дьячок, очевидно больной и глухой, плохо слышал его возгласы, отчего не обходилось без маленьких недоразумений.*

**Задание 5.**

Создайте портрет своей языковой личности (или личности известного общественного деятеля, политика, журналиста), проанализировав свою (его) речь по плану.

*1. В какой социальной среде происходило формирование и развитие личности (семья, круг общения, школа, культурный контекст, национальная группа, увлечения, профессия)?*

*2. Какие психологические особенности отразились в речи исследуемой личности (возраст, пол, тип темперамента и акцентуация характера)?*

*3. Насколько активно и успешно используются при общении невербальные средства?*

*4. Какие коммуникативные качества присущи речи исследуемой личности?*

*5. Насколько успешно личность инициирует общение, достигает цели коммуникации?*

*6. Успешно ли соблюдаются в речи нормы русского литературного языка?*

*7. Развит ли навык языкового самоанализа? Осознает ли личность особенности собственной речи, работает ли над повышением уровня культуры речи?*

**Задание 6.**

Определите по рисункам позы и жестов человека, в каком настроении он находится, готов ли он к общению.

Рисунок № 1.



Рисунок № 2.



Рисунок № 3.



Рисунок № 4.

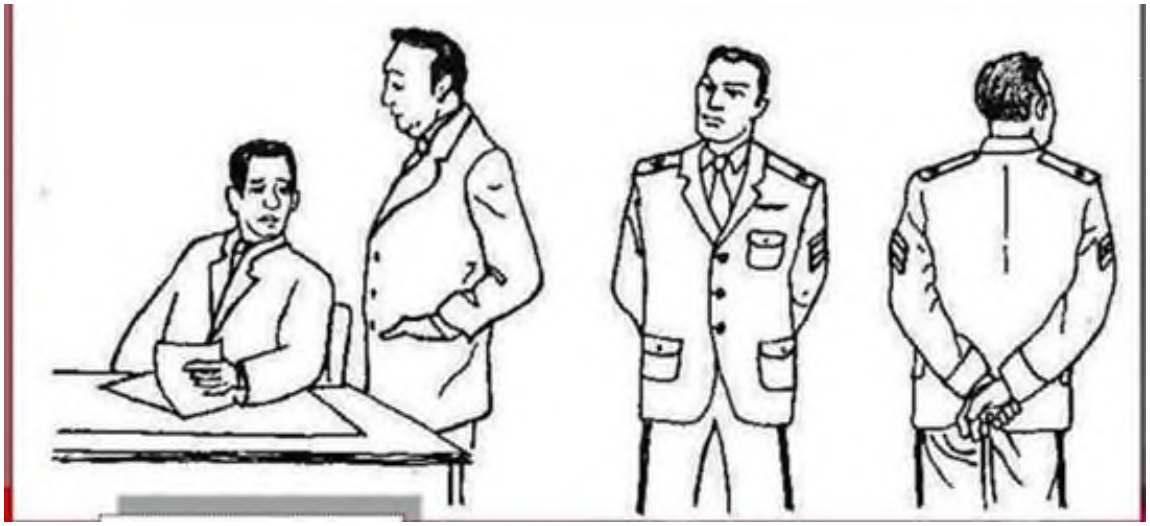
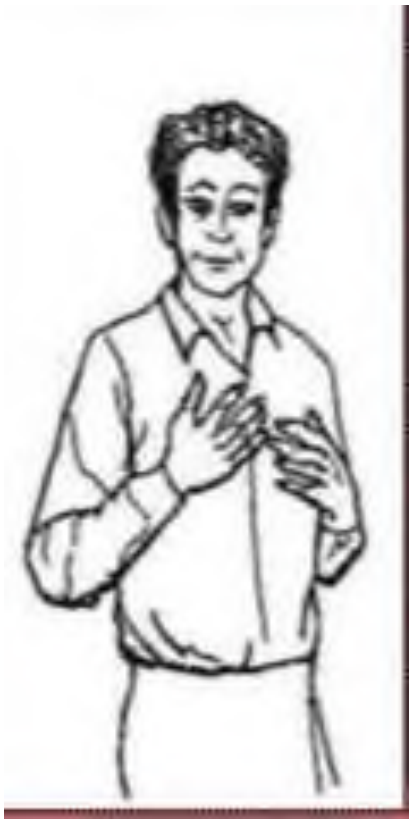


Рисунок № 5.



**Задание7.**

Прокомментируйте слова А. Ф. Кони: «Нужно знать предмет, о котором ты говоришь, в точности и подробности, выяснив себе вполне его положительные и отрицательные свойства».

**Задание 8.**

Полемическое мастерство.

***Вопросы для обсуждения:***

1. Необходимо ли разделять позицию выступающего?
2. Способы взаимодействия выступающего со слушателем используются в речи выступающего?
3. Какие функциональные стили использует оратор?
4. Роль импровизации в публичной речи.

**Задание 9.**

Методики установления контактов.

*Вопросы для обсуждения:*

1. Основные этапы установления контактов.
2. Определение принципов общения.
3. Включение в работу методик активизации мышления.

**Задание 10.**

Продолжите рассуждение на заданную тему: «Контакт — это начало взаимодействия двух партнеров. Для установления контакта…»

Придумайте нейтральные темы бесед на первом этапе общения.

**Задание 11.**

«Истинное красноречие всех веков и народов состоит в прекрасных мыслях, в искусстве … сочинение». Что пропущено в цитате из определения риторики Н. Ф. Кошанским?

**Задание 12.**

Содержание публичной речи. Методики установления контактов.

***Вопросы для обсуждения:***

1. Каковы основные правила коммуникации?
2. Воспроизведите алгоритм умения говорить сжато, впечатляюще и образно, опираясь на познания в области истории риторики.
3. Основы публичного выступления.

**Задание 13.**

Виды и техники слушания.

*Вопросы для обсуждения:*

1. Каковы основные правила активного слушания?
2. Назовите способы развития навыков активного слушания.
3. Использование приемов активного слушания на практике.

**Задание 16.**

1. «Ценность представляет не сама по себе речь оратора и не звучность его голоса, а то…» (Демосфен).
2. Опровергните или докажите тезис «Оратор не актер» (3–4 аргумента).

**Задание 17.**

1. Продолжите рассуждение на заданную тему: «Контакт — это начало взаимодействия двух партнеров. Для установления контакта…»
2. Придумайте нейтральные темы бесед на первом этапе общения.

**Задание 18.**

*Заполните пропуски*

1. Шумы и помехи создают … коммуникационный барьер.
2. При общении людей с разным темпераментов возникает … барьер.
3. Стереотипы, упрощающие образ мужчины и женщины называются …

4. Если человек стремится не выделяться из толпы – это называется … конформизм.

5. Мода удовлетворяет такие потребности индивида как … .

6. Причинами возникновения предрассудков являются … .

**2 семестр -экзамен**

***Задания 1-го типа***

1. Техника внушения.
2. Техника убеждения.
3. Техника подражания.
4. Техника заражения.
5. Спор: понятие, виды. Психологическая специфика спора.
6. Невербальные особенности в процессе делового общения.
7. Психологические особенности эффективности делового общения
8. НЛП в деловом общении.
9. Конфликты в деловом общении и пути их предупреждения, решения.
10. Трансактный анализ Э.Берна и эффективность делового общения.
11. Психологические особенности проведения деловой беседы.
12. Психологические особенности организации начала деловой беседы.
13. Психологические приемы влияния на партнера в процессе деловой беседы.
14. Психологические особенности фазы аргументации деловой беседы.
15. Психологические приемы нейтрализации замечаний собеседника.
16. Психологические особенности проведения деловых переговоров.
17. Психологические приемы подготовки к деловым переговорам.
18. Психологические приемы организации начала деловых переговоров.
19. Психологический климат в процессе деловых переговоров условия его создания.
20. Психологические правила активного слушания в процессе деловой беседы, переговоров.
21. Национальные особенности ведения деловых переговоров.
22. Российские национальные особенности ведения деловых переговоров.
23. Психологические особенности организации и проведения деловых совещаний.
24. Психологические особенности публичного выступления.
25. Психологические особенности подготовки к публичному

выступлению.

26. Теория коммуникации как наука.

27. Законы теории коммуникации.

28. Основные элементы коммуникационного процесса.

29. Перцептивная сторона общения: первое впечатление и длительное общение.

30. Письменноречевая коммуникация.

31. Речевое воздействие письменной информации.

32. Устноречевая коммуникация.

33. Эффективность устноречевой коммуникации.

34. Тактики речевого общения.

35. Этапы построения речи.

36. Запоминание и произнесение речи.

37. Изобретение содержания речи.

38. Подготовительные условия коммуникации.

39. Интерактивная сторона общения. Виды интеракций.

40. Пресуппозиции, их виды и влияние на коммуникацию.

41. Информирующая речь.

42. Коммуникабельность. Типы коммуникабельности людей.

43. Коммуникативная компетентность специалиста.

44. Коммуникативные барьеры.

45. Эффективность коммуникации и коммуникативные неудачи.

46. Коммуникативные революции.

47. Коммуникативный кодекс.

48. Коммуникация и общение: соотношение понятий и основные подходы к проблеме.

49. Модели светской беседы. Этапы светской беседы. Стратегии и тактики поведения в светской беседе.

50. Комплимент: принципы его создания.

***Задания 2-го типа***

1. Какие жесты используют телеведущие? Составьте, по результатам наблюдений, таблицу.

2. Чем отличается доклад от речи?

3. На какой стадии делового контакта вы будете использовать закрытые, открытые, переломные вопросы?

4. В чем преимущества и недостатки каждого из методов убеждения собеседника?

5. Какие качества человека фиксируются в первую очередь при непродолжительном восприятии его облика и поведения?

6. Какие невербальные средства совершенствовать лично Вам для повышения эффективности общения?

7. Проследите за изменениями в строении реплик - стимулов и установите, какой ответ прогнозирует говорящий в каждом случае:

а) Вы готовы организовать работу базы в выходные дни, если это будет необходимо?

б) Вы не готовы...

в) Не готовы ли Вы...

8. Выясните особенности невербального поведения одного из студентов вашей группы. Отвечайте на вопросы по мере накопления результатов наблюдения:

9. Бывают ли у него жесты - паразиты, которые мешают в общении, затрудняют онимание его слов?

10. Может ли он в конфликтной ситуации сдержать мимику, жесты, которые усиливают неприязнь, гнев, углубляют конфликт?

11. Способен ли он по выражению ваших глаз понять, что вы хотите что-то спросить?

12. Гармонично ли сочетаются между собой его жесты, мимика, интонации в разных ситуациях?

13. Соответствуют ли его жесты и мимика словам, дополняют ли содержание речи?

14. Может ли он сдерживать внешнее проявление гнева, недовольства, обиды?

15. Бывают ли у него некрасивые, с вашей точки зрения, позы и движения?

16. Умеет ли он достаточно тонко и понятно показать свое доброжелательное отношение, симпатию, заинтересованность?

17. Есть ли у него индивидуальные, неповторимые жесты и позы?

18. Бывает ли он скован в движениях в непривычной, незнакомой ситуации?

19. Что представляет собой убеждение?

20. Что входит в структуру убеждающего воздействия?

21. Назовите основные категории аргументов для убеждения

22. Перечислите основные принципы убеждающего воздействия.

23. В чем заключается суть принципа повторения?

24. Что такое «манипуляции в общении»?

25. Какие стратегии поведения типичны для манипуляторов?

26. Как противостоять манипуляциям в общении?

27. Назовите и охарактеризуйте манипулятивные роли по Эрику Берну.

28. Каким образом можно распознать эго-состояния родителя, взрослого, ребенка?

***Задание 3 типа***

**Задание 1.**

Вы критикуете одну свою коллегу, она реагирует очень эмоционально. Вам приходится каждый раз свертывать беседу и не

доводить разговор до конца. Вот и сейчас, после ваших замечаний – она расплакалась. Как добиться того, чтобы довести до нее свои доводы?

**Задание 2.**

Придумайте различные ситуации манипулятивного общения, например: вам необходимо попасть на киносеанс, а вы забыли билет. Найдите подход к билетерше, если это:

а) молодая симпатичная девушка;

б) женщина средних лет, которая стремится выглядеть моложе;

в) сурового вида старуха;

г) пожилой мужчина интеллигентного вида.

**Задание 3.**

Всякий раз, когда вы ведете серьезный разговор с одной из ваших подчинённых, критикуете ее поведение на работе и спрашиваете, почему она так поступает, она отделывается молчанием. Вам это неприятно, вы не понимаете, с чем связано ее молчание, воспринимает она критику или нет, вы расстраиваетесь и злитесь. Что можно предпринять, чтобы изменить ситуацию?

**Задание 4.**

Вслед за кратким выговором вы сказали коллеге несколько приятных слов. Наблюдая за партнером, вы заметили, что его лицо, поначалу несколько напряженное, быстро повеселело. К тому же он начал как всегда шутить и балагурить, рассказал пару свежих анекдотов и историю, которая сегодня произошла у него в доме. В конце разговора вы поняли, что критика, с которой вы начали разговор, не только не была воспринята, но и как бы забыта. Вероятно, он услышал только приятную часть разговора. Что вы предпримете?

**Задание 5.**

Прочитайте текст. Какие национальные особенности делового общения в нем отображены? Насколько описанная ситуация соответствует российским традициям?

*Наша семья жила тогда в Нью-Йорке… Мне было десять лет. Отец платил мне 50 центов в неделю за то, что я убирал со стола и по субботам чистил ботинки всем членам семьи — карманные деньги нужно было заработать. Но я хотел большего, и для этого следовало найти работу, поскольку на любую просьбу увеличить размер моего еженедельного пособия отец отвечал: «Деньги не растут на дереве, их надо зарабатывать». И я нанялся к Сэму, владельцу магазинчика за углом — стал разносчиком газет. Приходилось вставать в полшестого утра, чтобы успеть прийти к шести… К семи требовалось сдать Сэму пустую сумку.*

*Однажды я проспал. Примчавшись в киоск, обнаружил, что Сэма нет, он сам пошел разносить газеты. Дождавшись его возвращения, стал извиняться: «Сэм, прости меня, у нас были гости, я поздно лег, что-то случилось с будильником…». Сэм похлопал меня по плечу и сказал: «Да не бери ты в голову, Билли! Нет проблем. Но когда в следующий раз проспишь, лучше неприходи совсем. Понимаешь, тут есть паренек, он очень хочет на твое место. Эта работа ему очень нужна, понял?»*

*Я понял. Сэм не стал ругать меня, читать нотации. Но он преподал мне простой и ясный урок на всю жизнь: либо ты держишься на плаву, либо тонешь. (В. Познер. Урок взросления.)*

Дополнительные вопросы

1 Объясните, почему этот текст представляет собой пример описания деловой коммуникации.

2 Почему Сэм не счел нужным объяснять ребенку, что нельзя нарушать нормы трудовой дисциплины?

3 Почему автор текста на всю жизнь запомнил этот случай? Неужели он больше никогда не опаздывал на работу?

4 Насколько Владимир Познер усвоил урок взросления, смог ли он в своей дальнейшей жизни «удержаться на плаву»?

5 В какой мере реплика Сэма соответствует нормам официально-делового стиля?

6 Многие считают, что нельзя платить ребенку за выполнение домашней работы, так как он должен выполнять ее просто из уважения к родителям. Какие еще аргументы можно привести против оплаты домашней работы ребенка? Какие аргументы мог привести отец Билли, который платил сыну за мытье посуды и чистку обуви?

**Задание 6.**

Проанализируйте начало следующего письма и назовите фамилию автора, который долго редактировал текст: «то зачеркнет, то опять поставит слово. Раза три переставлял „что“, но выходило или бессмыслица, или соседство с другим „что“». Как бы Вы помогли автору при работе над текстом письма?

*Милостивый государь!*

*Квартира, которую я занимаю во втором этаже дома, в котором вы предполагаете произвести некоторые перестройки, вполне соответствует моему образу жизни и приобретенной, вследствие долгого пребывания в сем доме, привычке. Известясь через крепостного моего человека, Захара Трофимова, что вы приказали сообщить мне, что занимаемая мною квартира...*

**Задание 7.**

Постарайтесь сократить фразы с неумеренным использованием канцелярских оборотов.

1. Чтобы было больше поголовья животных, надо добиваться, чтобы каждая голова крупного рогатого скота женского рода, как правило, прежде чем пойти под нож на мясо, дала себе замену для последующего воспроизведения потомства.

2. Путем проведения субботников и воскресников была проведена определенная работа по наведению чистоты и порядка в благоустройстве села.

3. Необходимо последовательно добиваться отсутствия случаев нарушения норм санитарного состояния на фермах.

4. Со стороны заведующего фермой было проявлено халатное отношение к делу контроля за своевременным доением и кормлением крупного рогатого скота.

**Задание 8.**

*Определите, каким требованиям к качествам деловой речи (правильность, точность, уместность, ясность, богатство и др.) не соответствуют следующие высказывания депутатов. Исправьте речевые недочеты.*

1. Раскрутка реформ за последние три месяца затронула жизненно важные интересы всех россиян.

2. В нашей стране резко снизилось душевное потребление мяса.

3. Некоторые депутаты, позабыв про регламент, демонстрационно покинули зал.

4. Мы должны использовать всевозможные возможности для улучшения благосостояния и зажиточности людей.

5. Мы сегодня женщину рассматриваем только как рабочую силу, забыли, что она предназначена для воспроизводства нового поколения.

6. В моей телеграмме заложены чаяния моих избирателей, на волне которых я стою на этой трибуне.

7. Обождите, товарищи, еще одно выступление, и я закругляю.

8. Сегодня такой раскардаш идет в стране, что сердце замирает от тревоги.

9. Микрофоны надо перенести взад.

10. Поезд приехал поздно, и наша встреча с народом была испорчена.

11. У нас есть альтернативные люди на этот пост.

12. Я не могу не сказать своего голоса.

13. Оккупационное правительство проводит политику геноцида против собственного народа, обрекло его на вымирание без зарплаты с высокими ценами.

14. Советские солдаты и офицеры покрыли себя славой в Куликовской битве, Бородинской и Сталинградской битвах.

**Задание 9.**

*Найдите, объясните и исправьте речевые недочеты в деловой речи.*

1. Основные причины преступности среди несовершеннолетних — пагубное и отрицательное влияние социальной среды и двора в условиях нехватки наличия координации и согласования в деятельности педагогов, учителей, общественности и милиции.

2. Ветеран рассказал собственную автобиографию и посоветовал не бояться из-за трудностей на службе.

3. Жители микрорайона говорили о неудовлетворительной организации досуга и свободного времени.

4. После бурного собрания домочадцев ЖЭК споро начал ремонт дома и двора.

5. Больные, не пришедшие на прием, передаются в архив.

**Задание 10.**

*Определите, речь какой профессиональной группы пародирует в своем юмористическом рассказе Б. Диксон.*

— Папа, я не хочу сегодня идти в школу!

— Несколькими исследователями было независимо показано, что недостаток школьного образования может впоследствии отрицательно сказаться на способности индивидуума обеспечивать свое материальное благосостояние. Кроме того, другие папы сообщали, что, в частности и в особенности, та школа, которую мы субсидируем, является оптимальной. Другим важным фактором, который необходимо принять во внимание, является относительная свобода, которой мама пользуется в твое отсутствие, в силу чего имеет возможность уделять внимание твоему младшему родственнику по боковой линии.

— Но зачем же ходить каждый день?

— Предыдущее мое выступление в прениях по данному вопросу было полностью проигнорировано. Создается впечатление, что ты не была со мной в аудиоконтакте. Доводы оратора сводятся к следующему: при отсутствии преимуществ в образовании, которые обеспечиваются регулярным посещением школы, могут наблюдаться интервалы в знаниях. а это, в свою очередь, может привести к бедствиям, проистекающим вследствие недостатка финансовых ресурсов. Это может также негативно отразиться на эмоционально-волевой сфере твоей личности.

Вопросы и задания

1. В какой сфере трудится отец девочки? Какие особенности профессионального общения использует он в диалоге?

2. Какими словами можно было бы заменить следующие выражения: «негативно отразится на эмоционально-волевой сфере

личности», «быть в аудиоконтакте», «младший родственник по боковой линии», «бедствия, проистекающие вследствие недостатка финансовых ресурсов»?

3. Переведите диалог на обычный разговорный язык.

4. Попробуйте перевести этот диалог на язык другой профессиональной группы (например, военных или чиновников).

**Задание 11.**

*Определите, какое художественное произведение лежит в основе следующего юмористического текста.*

По причине недостаточности жизненного опыта и вследствие дефицита в ее окружении лиц мужского пола гражданка Т. Л. влюбилась меня, о чем я был извещен в письменной форме.

Во избежание недопонимания и категорически отвергая возможность адекватного ответа и образования семьи, я счел необходимым поставить гражданку Т. Л. об этом в известность.

В ходе состоявшихся между нами непродолжительных переговоров я тактично охарактеризовал свое отношение к ней как «любовь брата», исключил возможность брака и посоветовал найти иной объект для своих притязаний.

1. Охарактеризуйте дальнейшие отношения гражданки Т. Л. и адресата ее письма.

2. Выделите в этом тексте признаки деловой коммуникации.

**Задание 12.**

Определите, какие тактики манипуляции использованы. Обоснуйте свое мнение.

*«Новый „Миф“ с микрочастицами кислорода. Отстирывает лучше, чем обычные порошки».*

*«Плавающие головки Gillette Slalom Plus оснащены тремя бреющими лезвиями… и именно поэтому они бреют гораздо чище, в отличие от обычных одноразовых станков».*

*«Новый улучшенный „Nescafe 3 в 1“. Насыщенный и гармоничный вкус».*

*«Колготки „San Pellegrino“ — прочны, как истинные чувства».*

*«„Ford Car“ — Самая стильная подружка».*

*«Бензин „Esso“ — посади тигра в бензобак».*

**Задание 13.**

В какой мере соответствует закону и насколько правдива следующая реклама?

*«Сок „Я“ непременно приносит наслаждение. Другие соки этим похвастать не могут».*

*«Freelander. Вершина эволюции. LandRover. Go Beyond».*

*«Почему все ведущие стоматологи пользуются зубными щетками Oral-B?»*

*«Хочешь выглядеть так же уверенно? Новый Gillette Slalom Plus с плавающей головкой».*

*«Только новый Gillette Slalom Plus обеспечит удивительную уверенность».*

**Задание 14.**

*Какие языковые средства с семантикой уникальности использованы в следующих слоганах? Насколько правдива соответствующая информация?*

1. Краска для волос Safira. Невероятно роскошный цвет.
2. Новинка Hydra Extreme. Экстраувлажняющий цвет. Губная помада дарит экстрауход на 8 часов, экстразащита бальзама для губ. Экстремальное увлажнение.
3. Новинка Forever Superstay. Суперстойкий цвет форевер суперстэй. Все, никаких уступок! Суперстойкость — суперкомфорт — суперсияние. Maybelline.
4. Yves Saint Laurent. Бриллиантовое сияние. Rouge Pure Shine. Блеск для губ с SPF 15 Новый ультрамодный блеск для губ от Yves Saint Laurent.
5. Power Strife от Gillette Series. Сила экстразащиты.
6. АрбатПрестиж. Парфюмерия и косметика. Суперподарки на любую покупку.
7. Новые ультратонкие ноутбуки Samsung на базе микропроцессора Intelpentium. Сверхточные технологии у вас дома.
8. Новый Taft 3 погоды. Сверхсильная фиксация.

**Задание 15.**

Объясните, каким путем добиваются успеха создатели скрытой рекламы в следующих случаях. В какой мере потребители догадываются о целях копирайтеров?

*«Ваша губная помада гаммы Yria бесплатно в подарок за Ваш быстрый заказ».*

*«Брось вызов стихии. Siemens M65». (Реклама сотового телефона.)*

*«Найди свою половину! Philips объявляет о беспрецедентной акции!*

*Только с 15 марта по 31 мая купи телевизор Philips, получи скидку 50% на DVD-плеер».*

*«И пусть в Новый Год исполнится Ваше желание быть красивой.*

*Вы мечтаете стать самой ослепительной. Поддайтесь соблазну декоративной косметики фирмы Clarins».*

*«Новогодние чудеса от Oriflame» (фото семьи, рассматривающей подарки под новогодней елкой).*

*«Включи мозги! Когда-то на Земле не было ни микроволновок, ни мобил, ни роликов. Мы страшно благодарны тем, кто все это изобрел и облегчил нам жизнь. Подключись к процессу. Придумай что-то новенькое: автоматическую чистилку ушей или*

*грелку для пупка с дистанционным управлением. Свое изобретение пришли нам. Суперконкурс Camelot». (Фото огромного ботинка данной марки.)*

*«Samsung. С 15.03 по 15.04. Весна Samsung… Стильная сумочка к каждому телефону Samsung. Участвуйте в розыгрыше TV, DVD, ноутбука и поездки в Турцию! СОТИКА. Адресный блок».*

**Задание 16.**

Загадки интерпретации. В одном из блогов была высказана мысль о том, что обычный человек не понимает рекламу компании «Билайн». Как бы вы объяснили смысл следующих реклам?

*Вербальный ряд: «ВЛЮБЛЯЙСЯ. Билайн!». Текст сопровождает фотоизображение огромной бабочки, раскрашенной в корпоративные цвета: черный и желтый.*

*– «УДИВЛЯЙСЯ. Билайн!» (фото: бинокль);*

*–«Верь в себя! Билайн» (фото: ракетки для тенниса);*

*– «Верь в себя! Билайн» (фото: кроссовки);*

*– «Будь на связи! Билайн» (фото: ракетки для настольного тенниса);*

*– «Наслаждайся! Билайн» (фото: мороженое);*

*– «Фантазируй! Билайн» (фото: резиновые сапоги);*

*– «Дерзай! Билайн» (фото: доска для сноуборда);*

*– «Верь в хорошее! Билайн» (фото: зонтик);*

*– «Живи настоящим. Билайн» (фото: будильник).*

**Задание 17.**

*В одном из блогов приведены следующие примеры неграмотно составленных слоганов. В какой мере вы согласны с этим упреком?*

«Делай то, что тебе нравится, вместе с шоколадом ВИСПА» (возникает вопрос: как можно что-то делать «вместе с шоколадом»?).

«Просто будь собой! Не дай себе засохнуть!» Реклама газированного напитка «Sprite» (возникает вопрос, почему пить «Спрайт» — это «быть собой», а пить воду — это уже «не быть собой»).

**Задание 18.**

Как известно, понятия стратегии и тактики заимствованы теорией коммуникации из военной сферы, где стратегия — это обобщенный план военных действий, а тактика — это конкретный способ реализации стратегии. Как учил Карл фон Клаузевиц, стратегический план не может предугадать деталей боевых действий.

*В чем именно можно обнаружить сходство между стратегией и тактикой в военном искусстве и бизнесе?*

**Задание 19.**

Объясните смысл следующих постулатов Пол Герберта Грайса.

*1 Постулат количества/полноты (говори не больше и не меньше, чем требует ситуация коммуникации).*

*2 Постулат качества (говори правду, не говори того, в чем не уверен).*

*3 Постулата релевантности (не отклоняйся от темы).*

*4 Постулат способа (говори ясно, коротко и последовательно).*

В какой мере эти постулаты относятся к реальной деловой коммуникации?

*Почему эти постулаты иногда нарушаются в рекламе? В какой мере соответствуют постулатам Грайса следующие рекламные тексты:*

«Надоело платить за входящие? Присоединяйся к нам. Tele2».

«Duracell. Не простая батарейка. Испытания доказали, что „Duracell“ работает дольше, чем обычные батарейки. Duracell — батарейка с золотой каймой. Ничто не работает так долго».

«Не можете установить правильный режим утюга? (изображение одежды, прожженной старой моделью утюга). Теперь Вы лишь выбираете тип ткани, и наш утюг делает все за Вас».

«Подушечки Orbit. Единственные жевательные подушечки, имеющие качество Orbit».

«Молоко вдвойне вкусней, если это Milky Way».

«Пенталгин. В пять раз сильнее боли».

«Тот, кто стремится к совершенству, выбирает лучшее — плазменные телевизоры „Пионер“».

«„Blend-a-med“. Стоматологи свидетельствуют: лучшей защиты от кариеса не существует».

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Теория и практика рекламы и PR»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

## 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Теория и практика рекламы и PR» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, утвержденным Приказом Минобрнауки России от 08.06.2017г. № 512

Дисциплина «Теория и практика рекламы и PR» предполагает осмысление обучающимся методологии планирования и реализации рекламных коммуникационных кампаний, дает целостное представление о месте и роли рекламы в комплексе массовых коммуникаций, важнейшим аспектам рекламной и PR-деятельности, после освоения которых студент должен обладать знаниями в области основ рекламной и PR-деятельности, её особенностей, решать вопросы планирования рекламной деятельности, разработки рекламных и PR-текстов для различных коммуникационных площадок (в т.ч. Интернет), выбора online и offline каналов коммуникации с целевой аудиторией, формирования бюджета и оценки эффективности рекламы и PR, а также законодательных аспектов коммуникационной деятельности.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 1 и 2 семестре.

**Цель и задачи дисциплины**

Целью изучения дисциплины является создание условий для усвоения обучающимися важнейших аспектов теории и практики рекламы и связей с общественностью, методологии планирования и реализации рекламных и пиар кампаний.

***Задачи дисциплины:***

- изучить технологии создания креативного, продающего рекламного продукта;
- приобрести умение определять особенности объекта продвижения, целевой аудитории, разработки позиционировании объекта продвижения с учётом конкурентной среды и ожиданий целевой аудитории;
- приобрести навыки планирования, разработки, проведения и оценки эффективности рекламных и пиар кампаний.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | знать | уметь | иметь практический опыт | |
| Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | ОПК- 1 | ОПК- 1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ | нормы русского и иностранного языков, а также отличительные особенности медиатекстов | выявлять отличительные особенности медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ | быстрого поиска нужной информации в электронной среде. | Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа |
| | | ОПК-1. 2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответсвии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | востребованные темы для подготовки текстов различных жанров и форматов | осуществлять подготовку текстов в соответствии с востребованностью обществом и индустрией | построения публичных выступлений; культурой мышления, способностями к обобщению, анализу, восприятию информации | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего | ОПК- 2 | ОПК- 2.1. Понимает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития | систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития | выделять основные тенденции развития общественных и государственных институтов | работы с системой общественных и государственных институтов и изучения их механизмов | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | ОПК- 2.2. Учитывает основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создани текстов рекламы и связей с общественность ю и/или коммуникацион ных продуктов | основные тенденции развития общественны х и государствен ных институтов | учитывать тенденции развития обществен ных и государст венных институто в для их разностор оннего освещени я в создаваем ых медиатекс тах | создания текстов и документов, используемых в сфере рекламы и связей с общественнос тью. | |
| Способен учитывать эффекты и последствия своей профессионал ьной деятельности, следуя принципам социальной ответственно сти | ОПК-7 | ОПК- 7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности , типовые эффекты и последствия профессиональн ой деятельности | цеховые принципы социальной ответственнос ти, типовые эффекты и последствия профессионал ьной деятельности | применять знания о принципа х социально й ответстве нности, типовые эффекты и последств ия профессио нальной деятельно сти | использования нормативно-правовых документов в своей деятельности, источников научной и профессионал ьной литературы. | |
| | | ОПК- 7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональн ых средств и приемов рекламы и связей с общественность ю в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональн ым сообществом | принципы социальной ответственнос ти и этические нормы, принятые профессионал ьным сообществом | отбирать актуальну ю информац ию,,профе ссиональн ые средства и приемы рекламы и связей с обществен ностью в соответст вии с принципа ми социально й ответстве нности и этическим и | отбора информации и приемов рекламы и связей с общественнос тью | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | нормами, принятыми и профессиональным сообществом | | |

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| *1 семестр* | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1.* Понятие рекламы и связей с общественностью. | 12 | 5 | 10 | | | | | | | 23 | Доклад-презентация /10<br>Отчет по практикуму по решению задач /10*2 |
| *Тема 2.* Виды рекламы и классификация рекламных носителей | 12 | 8 | | | | | | | | 23 | Доклад-презентация /10*3 |
| *Тема 3.* Стратегия и тактика креативной рекламы | 14 | 5 | 10 | | | | | | | 22 | Учебный проект/20<br>Отчет по практикуму по решению задач /10*2 |
| **Всего:** | **38** | **18** | **20** | | | | | | | **68** | **100** |
| Контроль, час | **36** | | | | | | | | | | **Экзамен** |
| Объем дисциплины (в академических часах) | **180** | | | | | | | | | | |
| Объем дисциплины (в зачетных единицах) | **5** | | | | | | | | | | |

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| *2 семестр* | | | | | | | | | | | |
| ***Тема 4.*** Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью | 9 | 5 | | | | | | | | 31 | Доклад-презентация /10*2 |
| ***Тема 5.*** Основные каналы выхода на различные аудитории. | 9 | 5 | 6 | | | | | | | 31 | Доклад-презентация/10 *2<br>Практикум по решению задач /10*2 |
| ***Тема 6.*** Организация и планирование рекламной кампани*и.* | 8 | 4 | 6 | | | | | | | 30 | Доклад-презентация /10<br>Практикум по решению задач /10*3 |
| **Всего:** | **26** | **14** | **12** | | | | | | | **92** | **100** |
| Контроль, час | **36** | | | | | | | | | | **Экзамен** |
| Объем дисциплины (в академических часах) | **180** | | | | | | | | | | |
| Объем дисциплины (в зачетных единицах) | **5** | | | | | | | | | | |
| **ИТОГО** | **64** | **32** | **32** | | | | | | | **160** | **100** |
| Контроль, час | **72** | | | | | | | | | | **Экзамен*2** |
| Объем дисциплины (в академических часах) | **360** | | | | | | | | | | |
| Объем дисциплины (в зачетных единицах) | **10** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Понятие рекламы и связей с общественностью.***

Функции коммуникации. Виды коммуникаций. Коммуникационный процесс. Роль маркетинговой коммуникации, ее мотивация в условиях рынка. Понятие маркетинговых коммуникаций. Элементы маркетинговой коммуникации. Роль коммуникации в обществе.

Коммуникация как наука в современном обществе. Акт коммуникации. Международные маркетинговые коммуникации. Международные коммуникации и тенденции их развития. Роль организационной культуры в международных маркетинговых коммуникациях.

***Тема 2. Виды рекламы и классификация рекламных носителей.***

Основы рекламной деятельности: термины, классификация, рекламный процесс. Виды и методы рекламы. Восемь базисных типов рекламы. Реклама торговой марки

Торгово-розничная реклама. Политическая реклама. Адресно-справочная реклама.

Направленно-ответная реклама. Бизнес-реклама. Учрежденческая реклама. Общественная реклама. Современные методы рекламы (утвердительные высказывания, выборочный подбор информации, использование слоганов, концентрация на нескольких чертах или особенностях, концентрация на потенциальной экономии, дополнительное свидетельство, победившая сторона, использование авторитетов, создание контраста, сравнение, такие же как все, продвижение положительного образа товара на базе образа другого, акцент на простоте и скорости получения эффекта, превентивные ответы, использование позитивных образов, понятий и слов, псевдообъяснение, использование юмора, сценарий проблема-решение, шокирующая реклама).

Средства распространения и размещения рекламы. Классификация по целям. Расширенная классификация видов рекламы и продвижения. Классификация исходя из задач рекламы

Классификация по способам воздействия. Классификация по способу выражения. Реклама в прессе (рекламные объявления, рекламные статьи, рекламные обзоры). Печатная реклама (каталоги, проспекты, буклеты, плакаты, листовки, бродсайды).

Новогодние рекламно-подарочные издания (фирменные настенные и настольные календари, карманные табель-календари, поздравительные карточки (открытки)). Аудиовизуальная реклама (рекламные кинофильмы, видеофильмы, слайд-фильмы, рекламные ролики).

Радиореклама (радиообъявления, радиоролики, радиожурналы, рекламные радиопередачи).

Телевизионная реклама (телефильм, телевизионные ролики, телезаставки, рекламные объявления, телерепортаж).

Выставки и ярмарки (международные ярмарки и выставки, национальные ярмарки и выставки, постоянно действующие экспозиции). Рекламные сувениры (фирменные сувенирные изделия, серийные сувенирные изделия, подарочные изделия, фирменные упаковочные материалы) Прямая почтовая реклама: специальные рекламно-информационные письма, специальные рекламные материалы.

Наружная реклама (рекламные щиты, панно, рекламные транспаранты, световые вывески, электронные табло, экраны, фирменные вывески, указатели, реклама на транспорте, оконные витрины, рекламно-информационное оформление фасадов магазинов, прочие виды оформительской рекламы).

Компьютеризированная реклама (компьютерная техника, компьютеризированная информация, кабельное телевидение, видеокаталоги, телекаталоги).

Рекламные средства с обратной связью. Рекламные средства без обратной связи.

**Тема 3. Стратегия и тактика креативной рекламы**

Виды и методы креативного маркетинга и рекламы: Вирусный маркетинг. Партизанский маркетинг. Технология бренда. Ребрендинг. Нейротехнологии в маркетинге.

Целевая аудитория контента: ценности, мотивы, интересы, ресурсы. Исследование и составление портрета целевой аудитории. Модели эффектов визуального контента в рекламе: AIDA и другие.

Медиапланирование. Функции и задачи специалиста в работе с каналами СМИ (media relations). Правила разработки коммуникационных и информационных кампаний в СМИ. Медиа-программы.

Подготовка материалов для СМИ. Профессиональные стандарты во взаимоотношениях со средствами массовой информации. Профессиональные издания в связях с общественностью. Связи с общественностью в Интернете.

**Тема 4. Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью**

Медиапланирование. Функции и задачи специалиста в работе с каналами СМИ (media relations). Правила разработки коммуникационных и информационных кампаний в СМИ. Медиа-программы.

Подготовка материалов для СМИ. Профессиональные стандарты во взаимоотношениях со средствами массовой информации. Профессиональные издания в связях с общественностью. Связи с

общественностью в Интернете.

**Тема 5. Основные каналы выхода на различные аудитории.**

Характеристика коммуникативной среды в системе связей с общественностью. Реклама.

Печатные и электронные СМИ. Внемедийная коммуникация (BTL). Вербальные и невербальные коммуникации (переписка, электронные средства связи, межличностное общение). Публичные выступления. **Корпоративный имидж**. Фирменный стиль. Рабочие (специальные) мероприятия в связях с общественностью, основные цели мероприятий, теоретические основы организации рабочих (специальных) мероприятий

Основные виды рабочих (специальных) мероприятий: новостной повод, презентация, пресс-конференция, выставки, приём, клубный вечер, деловой завтрак, благотворительность, спонсоринг, фандрайзинг, церемония открытия, день открытых дверей, круглые столы и семинары

Основные виды документов: документы для прессы (информационный пакет для прессы, пресс-релиз, информационное письмо, биография); оперативные документы в связях с общественностью (деловые письма, служебные записки, годовой отчет, коммуникационная программа); имиджевые корпоративные документы; реклама; презентационный буклет летопись фирмы; слайдовый видеофильм; спонсорские.

**Тема 6. Организация и планирование рекламной кампании**

Рекламная кампания. Последовательность планирования рекламной кампании. Анализ маркетинговой ситуации. Определение целей рекламы. Определение целевой аудитории.

Составление сметы расходов на рекламу и контроль за ее выполнением. Выбор средств распространения рекламы. Составление рекламного сообщения или текста. Оценка результатов. Рекламное агентство и принципы взаимоотношения с ним.

Основы медиапланирования. Основные показатели использования рекламы на телевидении, радио и в прессе. Современные рекламные стратегии: пульсирующая, продолжительная, флайтовая. Стратегия интегрированных маркетинговых коммуникаций

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплины «Теория и практика рекламы и PR» используются такие виды учебной работы, как лекции, семинары, практикумы по решению задач, учебный проект, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

***Методические указания для обучающихся по подготовке к лекции***

- Познакомиться с программой дисциплины
- Приобрести учебно-методическое пособие (учебник)
- Иметь записывающие средства (маркер, ручка, тетрадь, планшет)

***Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к текущим формам контроля и промежуточной аттестации.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

***Методические указания для обучающихся при работе на семинаре***

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов согруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины. Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом. При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

***Методические указания для обучающихся по работе с учебно-методической литературой (конспектирование)***

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

***Методические указания для обучающихся по подготовке доклада – презентации***

Доклад – сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут. Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);
- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию. Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.

2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).

3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.

4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.

5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.

6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).

7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

- готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего;
- план сообщения;
- краткие выводы из всего сказанного;
- список использованных источников.

***Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач***

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

***Методические указания для обучающихся по организации работ над учебным проектом***

Учебный проект — это самостоятельная работа, осуществляемая обучающимися на протяжении семестра. Приступая к такой работе,

автор проекта самостоятельно или с помощью преподавателя составляет план предстоящей работы.

Одной из особенностей работы над персональным проектом является самооценка хода и результата работы. Это позволяет, оглянувшись назад, увидеть допущенные просчеты (на первых порах — это переоценка собственных сил, неправильное распределение времени, неумение работать с информацией, вовремя обратиться за помощью и т.п.), проанализировать их и не допускать в будущем.

Примерный перечень критериев оценки персонального проекта выглядит так:

– Обоснование и постановка цели, планирование путей ее достижения.

– Полнота использованной информации, разнообразие ее источников.

– Творческий и аналитический подход к работе.

– Соответствие требованиям оформления письменной части работы.

– Анализ процесса и результата работы.

– Личная заинтересованность автора, его вовлеченность в работу.

– Качество проведения презентации

***Методические указания для обучающихся по подготовке к экзамену***

При подготовке к экзамену с использованием учебника важно:

- запоминать терминологию
- записывать краткие тезисы с опорой на ключевую информацию
- определять связи между темами и разделами изучаемой дисциплины
- структурировать важную информацию в виде схем, таблиц, графиков

Рекомендуется повторять важный материал перед сном, а самый важный после пробуждения. Перед экзаменом важно чувствовать отдохнувшим и выспавшимся.

***Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины***

| **Наименование темы** | **Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение** | **Формы самостоят. работы** | **Форма текущего контроля** |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Понятие рекламы и связей с общественностью.* | Международные маркетинговые коммуникации. Международные коммуникации и тенденции их развития. Роль | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка отчета по практикуму и | Доклад-презентация Практикум по решению задач |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоят. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| | организационной культуры в международных маркетинговых коммуникациях. | доклада-презентации. | |
| *Тема 2. Виды рекламы и классификация рекламных носителей* | Компьютеризированная реклама (компьютерная техника, компьютеризированная информация, кабельное телевидение, видеокаталоги, телекаталоги). | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка доклада-презентации | Доклад-презентация |
| *Тема 3. Стратегия и тактика креативной рекламы* | Подготовка материалов для СМИ. Профессиональные стандарты во взаимоотношениях со средствами массовой информации. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка учебного проекта и отчетов по практикуму. | Учебный проект Практикум по решению задач |
| *Тема 4. Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью* | Профессиональные издания в связях с общественностью. Связи с общественностью в Интернете. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка доклада-презентации. | Доклад-презентация |
| *Тема 5. Основные каналы выхода на различные аудитории* | Вербальные и невербальные коммуникации | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка доклада-презентации. Подготовка отчета по практикуму. | Доклад-презентация Практикум по решению задач |
| *Тема 6. Организация и планирование рекламной кампании* | Стратегия интегрированных маркетинговых коммуникаций | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка доклада-презентации. Подготовка отчета по практикуму. | Доклад-презентация Практикум по решению задач |

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6. Перечень основной и дополнительной литературы

**Основная литература**

1. *Душкина, М. Р.* Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru.

2. *Жильцова, О. Н.* Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — https://www.iprbookshop.ru.

**Дополнительная литература**

1. *Поляков, В. А.* Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru.

2. *Федотова, Л. Н.* Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 391 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8299-2. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru.

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № п/п | Полное название ресурса | Рекомендуемые разделы, страницы | Адрес ресурса |
|---|---|---|---|
| 1 | Хабрахабр | Публикации; Пользователи; Хабы; Песочница | https://habrahabr.ru/ |
| 2 | MercatorGroup | Корпоративный сторителлинг; Корпоративное кино; Визуализация информации; Инфографика | http://www.mercator.ru |
| 3 | РИА Новости. Россия сегодня | Общество. Наука. Культура | https://ria.ru |
| 4 | GfK. Международный институт маркетинговых и социальных исследований | Рынки. Решения. Инсайты | https://www.gfk.com/ru/ |
| 5 | Research Rethink React. Исследовательский холдинг Ромир | Romir Scan Panel. Все о потреблении. Аналитика. Цифры и факты | http://romir.ru/ |
| 6 | Фонд Общественное мнение (ФОМ) | Интернет. Общество. | http://corp.fom.ru/ |
| 7 | Институт социологии Российской академии наук | Блоги. Публикации. Журналы | http://www.isras.ru/ |
| 8 | Всероссийский центр исследований | Исследования. Наука и образование. База данных. | https://wciom.ru/ |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | общественного мнения (ВЦИОМ) | Социальные исследования. Исследования B2B & B2C рынков. Исследования брендов. MultiMedia Research. Научные проекты | |
| 9 | Mediascope | Медиаисследования. Рейтинги СМИ. Реклама в СМИ. Предпочтения потребителей. Посткампэйн анализ. | http://mediascope.net/ |
| 10 | Ассоциация коммуникационных агентств России | Все разделы | https://www.akarussia.ru |
| 11 | 1000 идей. Крупнейшая в России база необычных бизнес-идей | Раздел «Тренды». | https://www.1000ideas.ru/article/trendy/ |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;

- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)
- Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### *7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины*

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|

| | | |
|---|---|---|
| **1.** | ***Практикум по решению задач*** | 10-9 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, правильно выбраны совместимые комплектующие, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы;<br>8-7 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, правильно выбраны совместимые комплектующие, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы;<br>6-5 – работа выполнена в срок, в основном самостоятельно, использованы соответствующие формулы; определены соответствующие спецификации, имеются ошибки в расчетах; выбраны совместимые комплектующие необходимые, выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы;<br>4 и менее – обучающийся подготовил работу несамостоятельно или не завершил в срок, описание спецификации содержит незначительные ошибки, выводы и ответы на вопросы отсутствуют. |
| 2. | Доклад-презентация | 10-9 – грамотное использование терминологии, свободное изложение рассматриваемой проблемы, логичность и обоснованность выводов;<br>8-7 – грамотное использование терминологии, частично верные суждения в рамках рассматриваемой темы, выводы недостаточно обоснованы;<br>6 и менее – грамотное использование терминологии, способность видения существующей проблемы, необоснованность выводов, неполнота аргументации собственной точки зрения. |
| 3. | Учебный проект | 20-19 – ключевые аспекты проекта сформулированы правильно, аргументация логична, подкреплена знанием научных фактов, презентация проекта сделана на высоком уровне.<br>18-15 – ключевые аспекты проекта сформулированы правильно, аргументация представлена только на одном из уровней мышления;<br>14-13 – ключевые аспекты проекта сформулированы в основном правильно, выводы и послания проекта являются достаточными, хотя и не всегда аргументированными<br>12-1 – содержание проекта не раскрывает тему, отсутствует аргументация, не используется профессиональная лексика. |

## *Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости*

***<u>Типовые задания</u>***

***<u>Примерные темы доклада-презентации</u>***

***<u>1 семестр</u>***

1. Телевизионная реклама, или реклама на телевидении (Television Advertising).

2. Радиореклама, или реклама на радио (Radio Advertising).

3. Реклама в прессе (Press Advertising).

4. Интернет-реклама, или реклама в Интернете (Internet Advertising).

5. Наружная реклама (Outdoor Advertising).

6. Внутренняя реклама, или интерьерная реклама (Indoor Advertising).

7. Транзитная реклама, или реклама на транспорте (Transit Advertising).

8. Прямая реклама (Direct Advertising).

9. Печатная реклама (Print Advertising).

10. Реклама в местах продаж (Point-of-Sale Advertising).

11. Сувенирная реклама (Souvenir Advertising).

12. Рекламные мероприятия (Promotional Activities).

13. Пять слагаемых креативности Энди Грина. «Пять I»

14. Роль психических процессов в формировании рекламных образов

15. Ассоциации и архитипический символ в рекламе

16. Рекламный образ и приемы его создания

17. Композиционное построение сценария различных рекламных форм

18. Авторский и сюжетный ход в рекламе

19. Особенности жанрового разнообразия в рекламе

20. Игра как творческая деятельность

21. Виды игр и игровые приемы в рекламе

22. Юмор в рекламе. Приемы создания смешного в рекламе

23. Метод мозговой атаки как метод активизации творческих идей

24. Креативные техники в рекламе

25. Профессиональные качества специалиста в области рекламы

26. Этические основы рекламного творчества

***2 семестр***

1. Сущность и назначение PR-мероприятия.

2. Основные этапы PR-мероприятий.

3. Виды и организация PR-мероприятий.

4. Теории информационного общества.

5. Мониторинг СМИ и предоставляемой ими информации.

6. СМИ как канал связей с общественностью.

7. Понятие «четвертая власть».

8. Коммуникация как процесс обмена информацией.

9. Внутренний PR. Цели и основные методы.

10. Формирование благоприятного имиджа (образа) PR-субъекта.

11. Формирование персонального имиджа руководителя.
12. Корпоративный имидж организации
13. Бренд и брендинг в связях с общественностью.
14. Технологии построения бренда.
15. Спичрайтинг и копирайтинг.
16. Техника публичного выступления.
17. Управление кризисной ситуацией.
18. Роль PR в преодолении кризисной ситуации.
19. Профессиональные требования к PR-специалистам.
20. PR-технологии в различных сферах коммуникативного пространства.

***<u>Практикум по решению задач</u>***

***Задание 1***

Представьте, что вы являетесь купцом, который принял решение заниматься торговлей нового напитка – кофе или чая или шоколада (на ваш выбор) в Европе 17 в. В это время в Европе только появляются данные напитки и большинство европейцев с ними не знакомо. Вам необходимо:

- определить целевую аудиторию, дать характеристику нужд и потребностей потенциальных потребителей нового напитка;
- сформулировать стратегию позиционирования нового товара;
- сформулировать рекламное обращение;
- выбрать наиболее эффективные средства распространения рекламы.

***Задание 2***

Глобализация начала XXI века предстает как взаимодействие двух противоположных тенденций: с одной стороны, культурного универсализма, нивелирующего этническую специфику и гомогенизирующего социум, с другой – локального этнического своеобразия, делающего акцент на культурной отличительности и региональных особенностях. Происходит постепенное формирование культуры человечества как единого пространства, в рамках которого встречаются и взаимовлияют друг на друга различные национальные компоненты.

Как можно использовать описанные тенденции при создании международного бренда молодежной одежды? При помощи, каких средств массовой информации можно превратить подростков разных

стран в потребителей своего товара? Какое должно быть рекламное обращение?

***Задание 3***

Выберите любую актуальную социальную проблему молодежи. Подберите не менее трех примеров социальной рекламы, касающиеся выбранной социальной проблемы, и проанализируйте их по следующим характеристикам: цель, субъект и объект, масштаб деятельности, целевая аудитория, характер воздействия (рациональная; эмоциональная), форма. Кратко составьте рекламный проект.

***Типовой учебный проект***

Задачи обучающегося при выполнении учебного проекта:

1. Определить торговую марку, на примере которого будет разрабатываться учебный проект.
2. Представить краткое описание торговой марки.
3. Определить состав категории: тенденции категории; стратегии позиционирования в категории.
4. Представить профиль потребителя и покупателя. Характеристики потребительского поведения в категории: мотивы и ситуации потребления; основания и предпосылки эмоциональной и рациональной мотивации потребления; критерии выбора торговых марок в товарной категории; потребительские инсайты и стереотипы и т.д.
5. Сформулировать стратегические цели рекламной коммуникации, определить ключевой инсайт.
6. Описать базовые ценности продукта и доминирующие конкурентные преимущества. Определить стратегию позиционирования. Сформулировать уникальное торговое предложение.
7. Определить коммуникационную платформу торговой марки.
8. Сформулировать основные этапы рекламной и/или ПР кампании
9. Сформировать комплекс визуальных коммуникаций торговой марки.
10. Представить описание творческой концепции торговой марки.
11. Представить описание медийной программы торговой марки.
12. Сформировать комплекс показателей оценки эффективности предполагаемой реализации стратегии интегрированных маркетинговых коммуникаций торговой марки.
13. Подготовить презентацию с описанием рекламной кампании торговой марки.

Область спроса торговой марки / бренда, для которого разрабатывается рекламная кампания:

1. Розничная торговля продуктами питания «в шаговой доступности».
2. Розничная торговля непродовольственными товарами «в шаговой доступности».
3. Дошкольное образование.
4. Высшее образование.
5. Обучение за рубежом.
6. Импортные продукты питания.
7. Автосервисы премиум-класса.
8. Автосервисы среднего класса.
9. Женская обувь и галантерея.
10. Мужская обувь и галантерея.
11. Антиквариат и предметы роскоши.
12. Парикмахерские услуги и салоны красоты.
13. Розничные финансовые и инвестиционные услуги.
14. Образование и просвещение пожилых людей.
15. Экологическое потребление.
16. Компьютерная техника и программное обеспечение.
17. Товары для сада и огорода.
18. Интернет-СМИ.
19. Грузоперевозки.
20. Компьютерные игры.
21. Культурно-массовые мероприятия.
22. Домашний текстиль.
23. Дизайн жилых помещений и ремонт квартир.
24. Загородная недвижимость.
25. Мобильные приложения.

### 7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Теория и практика рекламы и PR» проводится в форме экзамена.

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:<br><br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ | Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:<br>1:0-30;<br>2:0-30;<br>3:0-40 **.**<br><br>**-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые аргументы, использована профессиональная терминология<br>Задание выполнено правильно.<br>Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. |

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые аргументы, использована профессиональная терминология.<br>Ход выполнения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br><br>**-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые аргументы, использована профессиональная терминология.<br>Задание выполнено частично. |

### *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

***Задания 1-го типа***

1. Паблик рилейшнз в системе маркетинговых коммуникаций.
2. Основные направления медиарилейшнз в сфере рекламы и PR.
3. Работа над рекламным текстом. Структура рекламного сообщения: его константы и свободные элементы (имя бренда, слоган, основной рекламный текстовый блок, справочные сведения в рекламе).
4. Общие принципы взаимодействия специалистов по рекламе и PR со средствами массовой информации. Мероприятия, направленные на установление и поддержание отношений со СМИ.
5. Реклама как инструмент конкурентной борьбы.
6. Внутрифирменный PR.
7. Роль использования технологий рекламы и связей с общественностью в реализации маркетинговой политики организации.
8. Профессиональная этика в работе специалистов по рекламе и СО.
9. Основы формирования фирменного стиля.
10. Виды корпоративных PR-мероприятий.
11. Виды имиджевых корпоративных документов: презентационный буклет, корпоративная газета, буклет «Профиль фирмы», годовой отчет и т.д.
12. Спичрайтинг: написание текста, подготовка устного публичного выступления.
13. Способы оценки эффективности рекламы.
14. Мониторинг состояния информационной среды.
15. Современные методики обработки статистических данных. Анализ полученных данных и оценка результатов исследования. Подготовка отчета и порядок его представления специалистами по

рекламе и PR.

16. Требования к должностным обязанностям менеджера по рекламе и связям с общественностью.

17. Основные направления, функции и средства PR.

18. PR-материалы для распространения в процессе организации и проведения новостных событий (пресс-релиз, бэкграундер, биография, заявление, пресскит).

19. Реклама и PR в Интернете.

20. Слоган: создание, маркетинговые и художественные функции.

21. PR как средство управления информационными потоками. Принципы управления социальной информацией.

22. Механизмы управления на основе информационного воздействия.

23. Особенности использования информационных технологий в сфере рекламы и PR.

24. Приемы преодоления информационного шума и «раскрутки» темы.

25. PR как средство формирования структурных элементов общественного сознания.

***Задания 2-го типа***

Задания на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности:

1. Особенности разработки и реализации кампаний в сфере связей с общественностью для

Коммерческих структур, государственных организаций и общественно-политических объединений.

2. Основные причины, создающие потребность в разработке и реализации кампании в сфере связей с общественностью.

3. Основные виды кампаний в сфере связей с общественностью.

4. Классификация кампаний в сфере связей с общественностью по масштабам и географическому признаку, по целям, характеру и продолжительности.

5. Особенности информационной кампании по связям коммерческих структур с общественностью.

6. Особенности информационной кампании по связям государственных организаций с общественностью.

7. Особенности информационной кампании по связям

негосударственных организаций с общественностью.

8. Особенности информационной кампании по связям политических партий с общественностью.

9. Особенности информационной кампании по связям с общественностью для общественно-значимых персон.

10. Четыре основных этапа разработки и реализации кампании в сфере связей с общественностью.

11. Основные правила и принципы разработки стратегии и тактики кампании в сфере связей с общественностью.

12. Структура типового описания (презентации) кампании в сфере связей с общественностью.

13. Основные элементы стандартной кампании в сфере связей с общественностью.

14. Общие принципы разработки концепция кампании в сфере связей с общественностью.

15. Понятие информационного маркетинга и коммуникационного аудита.

16. Российские и западные технологии создания лозунгов для кампаний в сфере связей с общественностью.

17. Понятие информационного поля.

18. Порядок организации и распределения основных информационных потоков в процессе осуществления кампании в сфере связей с общественностью.

19. Принципы подбора средств массовой информации для кампаний в сфере связей с общественностью в различных секторах экономики, политики и общественной жизни.

20. Информационные спонсоры и их классификация.

21. Подходы к распределению функциональных обязанностей персонала, осуществляющего кампанию в сфере связей с общественностью.

22. Вопросы координации с другими подразделениями информационно- рекламной поддержки: рекламной службой, социологической группой, отделом маркетинга.

23. Основные принципы мониторинга материалов в СМИ о реализуемой кампании в сфере связей с общественностью.

24. Методика составления пресс-досье с материалами о реализуемой кампании в сфере связей с общественностью.

25. Контент-анализ материалов в СМИ о реализуемой кампании в сфере связей с общественностью: принципы проведения.

**Задания 3 типа**

Задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины. **Задание 1.**

1 Для выбранной организации распределите функциональные обязанности по планированию и реализации рекламной / PR-кампании между собственным рекламным / PR-отделом и внешним консультационным агентством.

2 Составьте сводную таблицу и обоснуйте распределение полномочий.

**Задание 2.**

Для выбранной организации проведите конкурентный анализ и определите:

1) цели конкурентов (увеличение доли на рынке, перемещение в группу лидеров и т.д.);

2) текущее положение конкурентов (позиции в стратегической группе и т.д.);

3) возможные стратегии конкурентов (рост, расширение через поглощение и др.);

4) потенциал конкурентов (технологические, финансовые и другие возможности, их сильные и слабые стороны).

**Задание 3.**

1. Для выбранной организации сформулируйте оперативную и стратегическую цели рекламной / PR-кампании.

2. Разработайте концепцию креативной стратегии, включающую: текстовую основу;художественную основу; технические средства.

**Задание 4.**

Для выбранной организации определите профиль целевой аудитории рекламной / PR-кампании в соответствии со следующими параметрами:

1) географические характеристики (регион проживания, город, район, плотность

населения, преобладающий тип торговых сетей, особенности местности и т.д.).

2) социально-демографические характеристики (пол, возраст, уровень дохода, образование, социальный статус, размер семьи и т.д.).

3) психографические характеристики (стиль жизни, особенности личности).

4) поведенческие характеристики (повод для совершения покупки, искомые выгоды, интенсивность потребления, статус пользователя,

степень использования товара, степень лояльности к товару и готовности к покупке, установки по отношению к товару).

**Задание 5.**

1. Для выбранной организации в ходе планирования рекламной / PR-кампании определите наиболее рентабельные средства распространения информационных сообщений.

2. Проведите сравнительный анализ выбранных средств с точки зрения стоимости затрат на размещение сообщений (CPT).

**Задание 6.**

1. Для конкретной организации в ходе реализации рекламной / PR-кампании выберите формат мероприятия, проводимого для СМИ.

2. Разработайте план подготовки и проведения данного мероприятия (с указанием способов и сроков анонсирования мероприятия, подробного сценария с временными рамками, бюджета мероприятия, оценки эффективности проведенного мероприятия).

**Задание7.**

1. Для выбранной организации укажите и обоснуйте метод разработки бюджета рекламной / PR-кампании.

2. Распределите расходы на проведение рекламной / PR-кампании по статьям бюджета.

**Задание 8.**

1. Выберите базисный субъект уже проведенной PR-кампании или рекламной кампании.

2. Составьте опросный лист, позволяющий выявить эффективность проведенной PR-кампании или рекламной кампании.

**Задания 1 типа**

Теоретические вопросы на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющие оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними:

1 Особенности разработки и реализации кампаний в сфере связей с общественностью для коммерческих структур, государственных организаций и общественно-политических объединений.

2 Основные причины, создающие потребность в разработке и реализации кампании в сфере связей с общественностью.

3 Основные виды кампаний в сфере связей с общественностью.

4 Классификация кампаний в сфере связей с общественностью по масштабам и

географическому признаку, по целям, характеру и продолжительности.

5 Особенности информационной кампании по связям коммерческих структур с общественностью.

6 Особенности информационной кампании по связям государственных организаций с общественностью.

7 Особенности информационной кампании по связям негосударственных организаций с общественностью.

8 Особенности информационной кампании по связям политических партий с общественностью.

9 Особенности информационной кампании по связям с общественностью для общественно-значимых персон.

10 Четыре основных этапа разработки и реализации кампании в сфере связей с общественностью.

11 Основные правила и принципы разработки стратегии и тактики кампании в сфере связей с общественностью.

12 Структура типового описания (презентации) кампании в сфере связей с
общественностью.

13 Основные элементы стандартной кампании в сфере связей с общественностью.

14 Общие принципы разработки концепция кампании в сфере связей с
общественностью.

15 Понятие информационного маркетинга и коммуникационного аудита.

16 Российские и западные технологии создания лозунгов для кампаний в сфере связей с общественностью.

17 Понятие информационного поля.

18 Порядок организации и распределения основных информационных потоков в процессе осуществления кампании в сфере связей с общественностью.

19 Принципы подбора средств массовой информации для кампаний в сфере связей с общественностью в различных секторах экономики, политики и общественной жизни.

20 Информационные спонсоры и их классификация.

21 Подходы к распределению функциональных обязанностей персонала,

осуществляющего кампанию в сфере связей с общественностью.

22 Вопросы координации с другими подразделениями информационно- рекламной поддержки: рекламной службой, социологической группой, отделом маркетинга.

23 Основные принципы мониторинга материалов в СМИ о реализуемой кампании в сфере связей с общественностью.

24 Методика составления пресс-досье с материалами о реализуемой кампании в сфере связей с общественностью.

25 Контент-анализ материалов в СМИ о реализуемой кампании в сфере связей с общественностью: принципы проведения.

**Задания 2 типа**

Задания на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности:

1. Сценография информационных поводов для кампании в сфере связей с общественностью.

2. Базы данных средств массовой информации, их источники и способы формирования.

3. Методика составления итоговой презентации для заказчика (клиента) о проведенной кампании в сфере связей с общественностью.

4. Творческий аспект стратегии кампании в сфере связей с общественностью.

5. Фактор выбора времени в разработке и реализации кампании в сфере связей с общественностью.

6. Правила подбора оперативных информационных, служебных и имиджевых PR-документов для кампаний в сфере связей с общественность различного типа.

7. Правила расчета бюджета кампании в сфере связей с общественностью.

8. Тактика подбора взаимосвязанных мероприятий и акций в процессе реализации кампании в сфере связей с общественностью.

9. Ожидаемый резонанс от проведенной кампании в сфере связей с общественностью, способы прогнозирования вариантов поведения целевых групп.

10. Медиа-аспект стратегии кампании в сфере связей с общественностью.

11. Медиа-карта и ее продуктивное использование в процессе реализации кампании в сфере связей с общественностью.

12. Виды данных и показателей, используемых в

медиапланировании.

13. Медиа-обсчет, его основные параметры.

14. Требования, предъявляемые к медиа-плану, и способы его оптимизации.

15. Определение приоритетов при разработке и реализации кампании в сфере связей с общественностью.

16. Структура плана-графика реализации кампании в сфере связей с общественностью.

17. Принципы распределения зон ответственности между PR-департаментом и PR-

18. Агентством в процессе организации и проведения кампании в сфере связей с общественностью.

19. Особенности проведения информационных кампаний по связям с общественностью в регионах.

20. Сравнительная характеристика условий реализации кампаний в сфере связей с общественностью в России и за рубежом.

21. Тактика координации информационных процессов при реализации кампании в сфере связей с общественностью.

22. Общая характеристика коммуникативных приемов и современных информационных технологий, применяемых при реализации кампании в сфере связей с общественностью.

23. Система «обратной связи» с целевыми аудиториями при реализации кампании в сфере связей с общественностью.

24. Методика определения промежуточных и результирующих итогов кампании в сфере связей с общественностью.

25. Критерии оценки эффективности реализованных кампаний в сфере связей с общественностью.

26. Количественные и качественные показатели эффективности проведенной кампании в сфере связей с общественностью.

**Задания 3 типа**

1. Разработайте креативный бриф на проведение тендера в ходе подготовки рекламной или PR-кампании для конкретной организации.

2. Разработайте алгоритм использования каналов коммуникации в процессе рекламной или PR-кампании в заданной ситуации.

3. Для заданной организации проведите сегментацию целевой аудитории в процессе рекламной или PR-кампании.

4. Составьте первичную таблицу SWOT-анализа деятельности

указанной организации в ходе подготовки рекламной или PR-кампании.

5.Разработайте календарный план-график рекламной или PR-кампании в соответствии с заданной целью кампании.

6. Разработайте план проведения мероприятия для СМИ в рамках рекламной или PR-кампании в заданной ситуации.

7. Разработайте алгоритм взаимодействия с представителями СМИ в заданной ситуации.

8. Распределите ресурсы по статьям бюджета в ходе планирования рекламной или PR-кампании.

9. Для заданной организации рассчитайте экономическую эффективность рекламной или PR-кампании.

10. Разработайте критерии коммуникативной эффективности рекламной или PR-кампании.

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Психология и социология медикоммуникаций»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:***Интернет-маркетинг*
**Квалификация выпускника:***Бакалавр*
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

## 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Психология и социология медикоммуникаций» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 № 512.

Дисциплина «Психология и социология медикоммуникации» предполагает осмысление обучающимся методологии работы медиакоммуникационных систем, дает целостное представление о месте и роли медиакоммуникаций в комплексе массовых коммуникаций, психологическим и социологическим аспектам современных медиа, после освоения которых студент должен обладать знаниями в области основ медиа.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 1 курсе во 2 семестре и на 2 курсе в 3 семестре.

**Цель и задачи дисциплины**

Цель изучения дисциплины сформировать у студентов способность анализировать медиапродукты с применением основных психологических и социологических теорий.

**Задачи дисциплины:**

– формирование общих представлений об истоках и структуре современных медиакоммуникаций;

– изучение основных этапов развития аудиовизуальной коммуникации (печать, фотография, радио, кино, телевидение, интернет);

– знакомство с важнейшими технологическими открытиями;

– характеристика основных теоретических концепций медиакоммуникаций в исторической ретроспективе;

– выработка навыков использования теории медиакоммуникаций в качестве концептуальной основы для психологического и социологического анализа процессов, происходящих в сфере медиа;

– выработка практических навыков в моделировании концепции СМИ, локального медиапроекта.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | знать | уметь | иметь практический опыт | |
| Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах | ОПК-2 | ОПК-2.1 Понимает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития | социальные механизмы функционирования общественных и государственных институтов в контексте влияние на них медиа | анализировать социальные механизмы функционирования общественных и государственных институтов в контексте влияние на них медиа | выявления социальных механизмов функционирования общественных и государственных институтов в контексте влияние на них медиа | Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа |
| | | ОПК-2.2 Учитывает основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов | Психологические и социологические аспекты технологии создания медиатекстов и медиапродуктов | Составлять медиа тексты и разрабатывать медиапродукты с учетом психологических и социологических аспектов | Работы с медиатекстами и медиапродуктами с учетом психологических и социологических особенностей | |
| Способен отвечать на запросы и | ОПК-4 | ОПК-4.1 Соотносит социологическ | Потребности общества и аудитории в | Выявлять потребности общества | Сбора и анализа социологиче | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности | | ие данные с запросами и потребностями общества и отдельных групп | медиасреде на основе социологических данных | и аудитории в медиасреде на основе социологических данных | ских данных при выявлении потребности общества и аудитории в медиасреде | |
| | | ОПК-4.2 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов | Основные инструменты поиска информации | Использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий | Применения организационно управленческих решений в текущей профессиональной деятельности. | |
| Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономическ | ОПК- 5 | ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровне | Особенности развития медиакоммуникационных систем | Анализировать медиакоммуникационные системы и процессы | Работы с медиа информацией и медиапродуктами | Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| их механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования | | ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы | Специфику механизмов функционирования медиакоммуникационных систем | Осуществлять профессиональные действия в медиакоммуникации на основе целей и задач конкретной медиаструктуры | Работы с конкретной медиакоммуникационной системой | |

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| *1 семестр* | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1.* Предметное поле и задачи психологии массовых коммуникаций. | 4 | 4 | 7 | | | | | | | 23 | Доклад-презентация /10<br>Отчет по практикуму по решению задач /10*2 (20) |
| *Тема 2.* Классификация теорий медиакоммуникации | 4 | 4 | | | | | | | | 23 | Доклад-презентация (3) /10*3 (30) |
| *Тема 3.* Особенности распространения информационного влияния в современном мире и возможности техники воздействия | 5 | 4 | 7 | | | | | | | 23 | Отчет по практикуму по решению задач /20<br>Отчет по практикуму по решению задач /10*2 (20) |
| **Всего:** | **13** | **12** | **14** | | | | | | | **69** | **100** |
| Контроль, час | **36** | | | | | | | | | | **Экзамен** |
| Объем дисциплины (в академических часах) | **144** | | | | | | | | | | |
| Объем дисциплины (в зачетных единицах) | **4** | | | | | | | | | | |

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической | | |
| *2 семестр* | | | | | | | | | | | |
| ***Тема 4.*** Теории влияния массмедиа в рамках концепции массового общества | 6 | 7 | | | | | | | | 25 | Доклад-презентация (2) /10*2 (20) |
| ***Тема 5.*** Социально-психологические функции, типология и подходы к исследованию эффектов медиа воздействия | 6 | 5 | 9 | | | | | | | 25 | Доклад-презентация (2)/10*2 (20) Практикум по решению задач (2) /10*2(20) |
| ***Тема 6.*** Медиа в конструировании социальной реальности: медиамир как социально-психологическая среда формирования массового и индивидуального сознания. | 7 | 8 | 9 | | | | | | | 37 | Доклад-презентация /10 Практикум по решению задач (3)/10*3 (30) |
| **Всего:** | **19** | **20** | **18** | | | | | | | **87** | **100** |
| Контроль, час | **36** | | | | | | | | | | **Экзамен** |
| Объем дисциплины (в академических часах) | **180** | | | | | | | | | | |
| Объем дисциплины (в зачетных единицах) | **5** | | | | | | | | | | |
| **ИТОГО** | **32** | **32** | **32** | | | | | | | **156** | **100** |
| Контроль, час | **72** | | | | | | | | | | **Экзамен*2** |
| Объем дисциплины (в академических часах) | **324** | | | | | | | | | | |
| Объем дисциплины (в зачетных единицах) | **9** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Предметное поле и задачи психологии массовых коммуникаций.***

Взаимосвязь психологии массовых коммуникаций с другими науками (социальная психология, социология, педагогика, медиапсихология, медиаобразование, журналистика, культурология, кросс-культурная психология, социология массовых коммуникаций, реклама и PR и др.). Вклад данных наук в психологию массовых коммуникаций. Предметное поле психологии массовых коммуникаций. Базовые понятия. Задачи и направления медиапсихологических исследований. Категории и принципы психологии массовых коммуникаций. История становления и развития исследования массовых коммуникаций. Генезис и развитие средств массовых коммуникаций. Зарубежные и отечественные представители психологии массовых коммуникаций и их вклад в развитие данной отрасли. Развитие и становление зарубежных и отечественных исследований в области медиакоммуникаций. Современное состояние медиапсихологических исследований.

***Тема 2. Классификация теорий медиакоммуникации***

Нормативные и «внутрицеховые» теории медиа. Психологические теории медиавоздействия. Культурно-критические теории медиа. Интерпретативные теории медиа. Теории информационного общества и глобализации. Специальные теории медиа.

***Тема 3. Особенности распространения информационного влияния в современном мире и возможности техники воздействия***

Сущность понятия «воздействие». Важная сторона профессиональной деятельности коммуникатора – формирование смыслового поля реципиента.

Отношение «медиареальности» и объективной реальности. Основные способы психологического воздействия на аудиторию: подражание, внушение, заражение и убеждение. Информационно-коммуникативный марафон. Метод «погружения». Закон когнитивной реакции.

Основные эффекты медиакоммуникации: эффект ореола, эффект реактанса, эффект Барнума, эффект насыщения, эффект бумеранга.

***Тема 4. Теории влияния массмедиа в рамках концепции массового общества***

Возможности коммуникативного воздействия СМИ.

Конструирование реальности в массмедиа. Мифологизация и стереотипизация сознания. Формирование мифологического пространства. Значение мифа в формировании восприятия картины мира. Изменение сенсорного баланса (соотношения органов чувств в восприятии действительности, жизненного стиля, ценностей, форм организации общества).

Типы, формы, способы, методы и приемы реализации коммуникативной функции. Методы эффективного воздействия в пространстве коммуникации. Функции СМК. Массмедиа как социальный институт. Функции и дисфункции СМИ в работах Р. Мертона, П. Лазарсфельда, Г. Лассуэлла. Функции массмедиа на уровне общества и индивида. Проблема эмпирического изучения функций и дисфункций медиа.

***Тема 5. Социально-психологичсеские функции, типология и подходы к исследованию эффектов медиавоздействия***

Теоретическая и практическая значимость исследований эффектов медиавоздействия. Обзор зарубежных и отечественных исследований социально-психологических эффектов массмедиа. Типология эффектов. Способы оценки СМИ: оценка содержания, оценка продолжительности воздействия, оценка последствий. Долгосрочные/краткосрочные. Планируемые/непланируемые. Эффекты массовой коммуникации на индивидуальном и общественном уровнях: индивидуальный отклик; индивидуальная реакция; коллективная реакция; распространение инноваций; социальный контроль. Институциональные, культурные изменения, влияние на результаты событий.

Социально-психологические функции исследований аудитории массмедиа. Теории влияния СМИ на аудиторию. Теории медиаэффектов. Эффект аудитории, эффект аккумуляции, эффект зрителя-наблюдателя, эффект запоздалой реакции, эффект ложного консенсуса и т.д. Психологические механизмы восприятия медиа (готовность, ожидание, идентификация, эмпатия, эффект эмоционального заражения). Механизмы психологической защиты (вытеснение, проекция и рационализация) и их проявления в массовой коммуникации.

Теория «Управления настроением» Д. Цельмана. Гипотеза «Основного направления». «Процессуальная модель исследования фрейминг-процессов» (Шойфелле). «Модель двухступенчатого потока коммуникации» Лазерсфельда, Берельсона и Годэ. «Культивация мнений» Дж. Гербнера. «Усталость от сочувствия» (Местрович). «Модели маркетингового отклика» (когнитивные, аффективные, интегративные, модели низкой вовлеченности). «Теория унифицированных последствий». Модель оценки стимула Клауса Шерера (критерии оценки: релевантность, импликация, способность к преодолению, соответствие нормам). «Концепт содержательности

СМИ» (Райс).

Эффекты влияния массмедиа на личность (эффекты дезиндивидуализации личности, зависимость от массмедиа, конформизм и др.). Эффект Бартлета. Эффект ореола. Эффект привыкания. Эффект Барнума. Эффект насыщения. Эффект бумеранга. Эффект иллюзии знаний (Ноэлле-Нойманн). «Болезнь развлечения» (Хольтц-Бах). «Закон вымышленной действительности». «Эффект третьего лица». «Сеть удовольствий» Веннера.

Анализ современных исследований в области медиаэффектов. Функции и типология эффектов воздействия Интернета.

***Тема 6. Медиа в конструировании социальной реальности: медиамир как социально-психологическая среда формирования массового и индивидуального сознания.***

Массмедиа как фактор формирования социальных представлений в различных общностях. Основные механизмы формирования социальных стереотипов в процессе массовых коммуникаций. Медиасреда как отражение реальности и сфера функционирования массмедиа. Глобализация медиа. Размывание границ приватной сферы как характерная черта современных медиакоммуникаций (сфера частного в реалити-шоу, ток-шоу, форумы, Живой журнал). Репрезентация массмедиа значимых социальных проблем общества.

Транзактная медийная коммуникация. Концепция Н. Лумана. Массмедиа как средство конструирования социальных проблем в концепции «публичных арен» С. Хилгартнера и Ч. Л. Боска. Модель «agenda setting» - анализ функций массмедиа в процессе установления повестки дня (М. Маккомбс, Д. Шоу, Г. Цукер, Ш. Йенгар, Д. Киндер). Технология «повестки дня» (agenda setting) как ресурс масс-медиа.

Роль СМИ в формировании общественного мнения: конструктивистская модель Ж-П. Пажеса. Интерпретативная функция медиа дискурсов (У. Гемсон). Теория «третьей волны» О. Тоффлера. Теория «информационального общества» М.Кастеллса. Синергетический подход к анализу медиапроцессов. СМИ как создатели художественных миров (Г. Г. Почепцов).

Игрореализация и хэппинг как технологии манипуляции массмедиа. Образовательное влияние массмедиа. Повышение политической активности населения как эффект массмедиа.

Массмедиа как канал маркетинговых коммуникаций. Кампании социального маркетинга в массмедиа (социальная реклама здорового образа жизни и др.). Массмедиа в формировании позитивных социальных установок и стиля жизни в поликультурном пространстве.

Массмедиа как субъект информационного насилия. СМИ и проблема «информационного иммунитета». Медиаобразование и медиа критика как формы защиты аудитории от негативного воздействия

массмедиа. Медиа иммунитет и медиа компетентность как условия эффективного поведения и информационной безопасности личности в современном медиамире. Компетентность и психологическая культура личности.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплины «Теория и практика медиакоммуникации» используются такие виды учебной работы, как лекции, семинары, практикумы по решению задач, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

***Методические указания для обучающихся по подготовке к лекции***

- Познакомиться с программой дисциплины
- Приобрести учебно-методическое пособие (учебник)
- Иметь записывающие средства (маркер, ручка, тетрадь, планшет)

***Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к текущим формам контроля и промежуточной аттестации.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

***Методические указания для обучающихся при работе на семинаре***

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов согруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины. Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом. При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

***Методические указания для обучающихся по работе с учебно-методической литературой (конспектирование)***

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами

периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

***Методические указания для обучающихся по подготовке доклада – презентации***

Доклад – сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут. Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);

- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию. Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.
2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).
3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.
4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.
5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.
6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).
7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

- готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего;
- план сообщения;
- краткие выводы из всего сказанного;
- список использованных источников.

***Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач***

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о порядке проведения

занятия, критериях оценки результатов работы;

- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

***Методические указания для обучающихся по подготовке к экзамену***

При подготовке к экзамену с использованием учебника важно:

- запоминать терминологию
- записывать краткие тезисы с опорой на ключевую информацию
- определять связи между темами и разделами изучаемой дисциплины
- структурировать важную информацию в виде схем, таблиц, графиков

Рекомендуется повторять важный материал перед сном, а самый важный после пробуждения. Перед экзаменом важно чувствовать отдохнувшим и выспавшимся.

***Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины***

| **Наименование темы** | **Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение** | **Формы самостоят. работы** | **Форма текущего контроля** |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Предметное поле и задачи психологии массовых коммуникаций.* | Медиа, средства массовой коммуникации, средства массовой информации. Понятие медиатизации общества. Понятие медиапространства как среды реализации медиакоммуникаций. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка отчета по практикуму и доклада-презентации. | Доклад-презентация Практикум по решению задач |
| *Тема 2. Классификация теорий медиакоммуникации* | Теории информационного общества и глобализации. Специальные теории медиа. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка доклада-презентации | Доклад-презентация |
| *Тема 3. Особенности распространения* | Основные эффекты медиакоммуникации: | Работа с литературой, | Практикум по решению задач |

| | | | |
|---|---|---|---|
| *информационного влияния в современном мире и возможности техники воздействия* | эффект ореола, эффект реактанса, эффект Барнума, эффект насыщения, эффект бумеранга. | включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка отчетов по практикуму. | |
| *Тема 4. Теории влияния массмедиа в рамках концепции массового общества* | Функции массмедиа на уровне общества и индивида. Проблема эмпирического изучения функций и дисфункций медиа. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка доклада-презентации. | Доклад-презентация |
| *Тема 5. Социально-психологические функции, типология и подходы к исследованию эффектов медиа воздействия* | Основные функции моделирования. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка доклада-презентации. Подготовка отчета по практикуму. | Доклад-презентация Практикум по решению задач |
| *Тема 6. Медиа в конструировании социальной реальности: медиамир как социально-психологическая среда формирования массового и индивидуального сознания.* | Массмедиа как субъект информационного насилия. СМИ и проблема «информационного иммунитета». Медиаобразование и медиа критика как формы защиты аудитории от негативного воздействия массмедиа. Медиа иммунитет и медиа компетентность как условия эффективного поведения и информационной безопасности личности в современном медиамире. Компетентность и психологическая культура личности. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка доклада-презентации. Подготовка отчета по практикуму. | Доклад-презентация Практикум по решению задач |

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6. Перечень основной и дополнительной литературы

**Основная литература**

1. Виноградова, С. М. Психология массовой коммуникации : учебник для вузов / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — Москва :

Издательство Юрайт, 2023. — 443 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13985-3. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. *Касьянов, В. В.* Социология массовой коммуникации : учебник для вузов / В. В. Касьянов. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 288 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15798-7. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

**Дополнительная литература**

1. Душкина, М. Р. Психология влияния в деловом общении и социальных коммуникациях : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 228 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12475-0. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. Хренов, Н. А. Теория аудитории медиа: публика в истории культуры : учебное пособие для вузов / Н. А. Хренов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 411 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14223-5. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

## 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № п/п | Полное название ресурса | Рекомендуемые разделы, страницы | Адрес ресурса |
|---|---|---|---|
| 1 | Хабрахабр | Публикации; Пользователи; Хабы; Песочница | https://habrahabr.ru/ |
| 2 | MercatorGroup | Корпоративный сторителлинг; Корпоративное кино; Визуализация информации; Инфографика | http://www.mercator.ru |
| 3 | РИА Новости. Россия сегодня | Общество. Наука. Культура | https://ria.ru |
| 4 | GfK. Международный институт маркетинговых и социальных исследований | Рынки. Решения. Инсайты | https://www.gfk.com/ru/ |
| 5 | Research Rethink React. Исследовательский холдинг Ромир | Romir Scan Panel. Все о потреблении. Аналитика. Цифры и факты | http://romir.ru/ |
| 6 | Фонд Общественное мнение (ФОМ) | Интернет. Общество. | http://corp.fom.ru/ |
| 7 | Институт социологии Российской академии наук | Блоги. Публикации. Журналы | http://www.isras.ru/ |
| 8 | Всероссийский центр исследований общественного мнения (ВЦИОМ) | Исследования. Наука и образование. База данных. Социальные исследования. Исследования B2B & B2C рынков. Исследования брендов. MultiMedia Research. Научные проекты | https://wciom.ru/ |
| 9 | Mediascope | Медиаисследования. Рейтинги СМИ. Реклама в СМИ. Предпочтения потребителей. Посткампэйн анализ. | http://mediascope.net/ |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 10 | Ассоциация коммуникационных агентств России | Все разделы | https://www.akarussia.ru |
| 11 | 1000 идей. Крупнейшая в России база необычных бизнес-идей | Раздел «Тренды». | https://www.1000ideas.ru/article/trendy/ |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);

• ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

• 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
• OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
• PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
• GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
• Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
• Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

• Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

• Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
• Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)
• Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)
• Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### *7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины*

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| **1.** | Практикум по решению задач | 10-9 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, правильно выбраны совместимые комплектующие, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы;<br>8-7 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, правильно выбраны совместимые комплектующие, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы; |

| | | |
|---|---|---|
| | | 6-5 – работа выполнена в срок, в основном самостоятельно, использованы соответствующие формулы; определены соответствующие спецификации, имеются ошибки в расчетах; выбраны совместимые комплектующие необходимые, выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы;<br>4 и менее – обучающийся подготовил работу несамостоятельно или не завершил в срок, описание спецификации содержит незначительные ошибки, выводы и ответы на вопросы отсутствуют. |
| 2. | Доклад-презентация | 10-9 – грамотное использование терминологии, свободное изложение рассматриваемой проблемы, логичность и обоснованность выводов;<br>8-7 – грамотное использование терминологии, частично верные суждения в рамках рассматриваемой темы, выводы недостаточно обоснованы;<br>6 и менее – грамотное использование терминологии, способность видения существующей проблемы, необоснованность выводов, неполнота аргументации собственной точки зрения. |

## *Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости*

***Типовые задания***

***Примерные темы доклада-презентации***

***1 семестр***

1.Психология массовых коммуникаций как актуальная область психологической науки.
2. Психология массовых коммуникаций в системе междисциплинарных дисциплин.
3. Принципы, подходы и методы психологии массовых коммуникаций.
4. Социально-психологические функции медиа в современном мире.
5. Перспективные направления медиапсихологических исследований.
6. Модернизация социальных институтов под воздействием массмедиа.
7. Социально-психологические функции средств массовых коммуникаций.
8. Модель двухступенчатого потока массовой коммуникации Е. Каца и П. Лазарсфельда.
9. Работы Г. Лассуэлла по изучению воздействия пропаганды.
10.Концепция «общественного мнения» У. Липмана.
11.Концепция «спираль молчания».
12.Концептуальная модель зависимости эффектов массовой коммуникации С. Болл-Рокеша и М. Де Флера. 13.Социально-когнитивный подход и теория социального научения А. Бандуры.
14.Теория «культивация мнений» Дж. Гербнера.
15. Идеи М. Мак-Лухана о воздействии СМИ.
16.Концепция Никлас Лумана о констуировании массмедиа социальной реальности.

17.М. Маккомбс и Д. Шоу и теория «повестки дня».
18.Теория коммуникационного контроля в работах Маркузе.

***2 семестр***

1.Теория «общественной сферы» Ю. Хабермаса.
2.Учение М. Маклюэна о массмедиа.
3.Учение М. Кастельса об информационном обществе.
4.Медиапредпочтения молодежи и роль, различных медиа в жизни молодежи.
5.Психология восприятия глянцевых журналов.
6.Социальные представления молодежи о различных медиа (телевидение, интернет, радио, журналы, кино и т.д.).
7.Влияние массмедиа на культурно-досуговые практики молодежи.
8.Специфика манипулятивных воздействий в кино, журналах, рекламе и т.д.
9.Социально-психологические функции кино, реалити-шоу, скетч-комедий в формировании социального поведения молодежи.
Механизмы воздействия на массовые настроения.
10. Общие механизмы стихийного поведения.
11. Массовые психические состояния и проявления.
12. Факторы и механизмы возникновения паники.
13. Массовые коммуникации как средство профилактики деструктивного стихийного массового поведения.
14 Приемы психологического воздействия на неорганизованную массу.
15. Личность в массовых движениях и политических партиях.
16. Психология веры и суеверий.
17. Религиозный культ: психология религиозных действий.
18. Психосемантический подход к формированию ментальности.

***<u>Практикум по решению задач</u>***

**Задание 1.**

Составьте «психологический портрет» медиаканала в различных молодежных аудиториях. Сравнительный анализ медиакультуры различных телевизионных каналов (например, MTV, НТВ, ТНТ, канал «Культура»), печатных изданий («Cosmopolitan», «Cool girl», «Boutique», «Лиза», «Парад», «Хулиган» и др.) или волн радиовещания («Эхо Москвы», «Авторадио», «Русское радио», «Радио шансон»).

**Задание 2.**

Подготовьте видеоматериал, используя психологические приемы воздействия, в формате (на выбор) информационного сюжета, зарисовки, этюда.

Необходимые требования:

- хронометраж не менее 3 минут;
- наличие сюжета (внутренней драматургии);
- удовлетворительное техническое качество материала

**Задание 3.**

Анализ самопрезентации в социальных сетях

Цель задания – проанализировать стратегии самопрезентации в социальных сетях.

Чтобы достичь этой цели, сделайте следующее:

- найдите в психологической литературе любую классификацию стратегий самопрезентации;

- выберите в любой социальной сети двух пользователей, которые используют разные

стратегии самопрезентации;

- определите стратегии каждого пользователя и средства, с помощью которых он их

- предложите дополнительные средства (сообщения), которые помогут реализовать эту

- оформите свое выступление в виде слайдов, используйте иллюстрации и спецэффекты;

- выступите с устным сообщением перед своими коллегами

**Задание 4.**

Раскройте в авторском материале жанра лонгрид психологические последствия увлечением глянцевыми журналами (шопоголизм, анорексия, невротизация).

## 7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине ««Психология и социология медикоммуникации»» проводится в форме экзамена.

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:<br><br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к | Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:<br>1:0-30;<br>2:0-30;<br>3:0-40 **.**<br><br>**-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые аргументы, использована профессиональная терминология<br>Задание выполнено правильно.<br>Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br><br>**-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые аргументы, использована профессиональная терминология.<br>Ход выполнения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br><br>**-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все |

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | необходимые аргументы, использована профессиональная терминология. Задание выполнено частично. |

### *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

***Задания 1-го типа***

1. Сущность массовых коммуникаций.
2. Модели массовой коммуникации.
3. Понятие медиапсихологии.
4. Объект психологии массовых коммуникаций.
5. Предмет психологии массовых коммуникаций.
6. Личность как объект восприятия массовых коммуникаций.
7. Бихевиоризм и пропаганда в массовых коммуникациях.
8. Роль когнитивизма в воплощении образовательной функции СМК.
9. Гештальтпсихология в массовой коммуникации.
10. Теория бессознательного, добро и зло в массовых коммуникациях.
11. Гуманистическая психология и теория развития личности с помощью массовых коммуникаций.
12. Отечественная психология и развитие СМК.
13. Характеристики ценностных систем при восприятии перспективы выживания.
14. Проблемы ценностей в системе массовых коммуникаций.
15. Трансляция ценностей в современной системе массовых коммуникаций.
16. Субъекты, влияющие на ценностные ориентировки в СМИ.
17. Психология массовидных явлений.
18. Особенности поведения в толпе.
19. Регулирующая деятельность массовой коммуникации при появлении массовидных явлений.
20. Общественное мнение как продукт средств массовой коммуникации.
21. Факторы, влияющие на восприятие информации массовой аудиторией.
22. Способы воздействия СМК на целевую аудиторию.
23. Понятие аудитории в массовой коммуникации.
24. Типология аудитории в массовой коммуникации.
25. Мотивы аудитории как потребителя массовой информации.

***Задания 2-го типа***

Задания на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности:

1. Раскройте информированность массовой аудитории как проблему современных СМК.
2. Информационно-потребительская деятельность массовой аудитории. Приведите примеры.
3. Механизм восприятия массовой информации. Приведите примеры.
4. Механизм воздействия массовой информации на целевую аудиторию. Приведите примеры из СМИ.
5. Непрофессионализм журналиста и негативная трансформация СМИ. Выскажите ваше мнение.
6. Психологическая защита от негативной трансформации СМИ. Проведите анализ.
7. Охарактеризуйте оформление подборок и тематических полос в газетах с точки зрения психологии.
8. Охарактеризуйте обложку журнала и первая страница газеты с точки зрения приемов воздействия.
9. Опишите структуру периодического издания.
10. Сравните композицию газеты и журнала.
11. Охарактеризуйте виды верстки.
12. Сравните моделирование периодических и интернет-изданий.
13. Соотнесите процесс макетирования и компьютерную верстку.
14. Охарактеризуйте эстетику оформления. Контрасты и нюансы на полосе.
15. Опишите правила эстетики оформления издания. Пропорции и равновесие на полосе.
16. Опишите заголовочный комплекс. Его оформление в газете и журнале.
17. Охарактеризуйте стили шрифтового оформления периодических изданий.
18. Определите функции иллюстрации в газете и журнале.
19. Охарактеризуйте рекламу в газете и журнале.
20. Анализ шрифтового оформления газеты (журнала).
21. Проанализируйте инфографику в качественном печатном и интернет-издании.
22. Анализ оформления авторского блога (по выбору).
23. Анализ оформления интернет-журнала (по выбору).

24. Определите функции анимации в интернет-издании.

***Задания 3 типа***

**Задание 1.**

Анализ новостных сообщений

Цель задания – проанализировать приемы, с помощью которых авторы новостных

сообщений интерпретируют события. Чтобы достичь этой цели, сделайте следующее:

- выберите событие, которое широко освещалось в новостях;
- найдите три сообщения, посвященные этому событию и опубликованные в разных источниках массовой коммуникации;
- выделите способы интерпретации события, которые используются в этих сообщениях;
- создайте свое новостное сообщение, чтобы задать определенную интерпретацию этого.

**Задание 2.**

Теоретический анализ сообщений массовой коммуникации

Цель задания – проанализировать сообщения массовой коммуникации с позиции разных теоретических подходов. Чтобы достичь этой цели, сделайте следующее:

- найдите сообщение массовой коммуникации, которое, с Вашей точки зрения, можно проанализировать с позиции разных теорий;
- выберите три любые теории, объясняющие воздействие классической или современной массовой коммуникации;
- объясните воздействие выбранного сообщения с позиции этих теоретических подходов; поясните свою точку зрения конкретными примерами;

**Задание 3.**

Планирование обучающего ресурса в массовой коммуникации

Цель задания – придумать содержание и структуру обучающего ресурса в средствах

массовой коммуникации (сайт, серьезную компьютерную игру, серию передач и т.д.). Чтобы

достичь этой цели, сделайте следующее:

- определите целевую аудиторию ресурса;
- выделите знания и навыки, для формирования которых предназначен ресурс;
- разработайте содержание и структуру ресурса для формирования

этих знаний и

- придумайте дополнительные детали, которые повысят эффективность ресурса;

**Задание 4.**

Анализ сообщений в кампаниях социального маркетинга

Цель задания – проанализировать сообщения массовой коммуникации, которые

используются в кампаниях социального маркетинга. Чтобы достичь этой цели, сделайте

- найдите три сообщения, которые транслируются по каналам массовой коммуникации в

рамках определенной кампании социального маркетинга;

- объясните, на какую аудиторию рассчитаны эти сообщения (какую стратегию анализа

использует аудитория);

- проанализируйте факторы убеждения, которые используются в этих сообщениях;

- придумайте свое сообщение, которое могло бы использоваться в этой кампании;

***2 семестр***

**Задания 1 типа**

1.Возможности коммуникативного воздействия СМИ.

2.Конструирование реальности в массмедиа.

3.Мифологизация и стереотипизация сознания.

4.Формирование мифологического пространства.

5.Значение мифа в формировании восприятия картины мира.

6. Изменение сенсорного баланса (соотношения органов чувств в восприятии действительности, жизненного стиля, ценностей, форм организации общества). 7.Типы, формы, способы, методы и приемы реализации коммуникативной функции.

8.Методы эффективного воздействия в пространстве коммуникации.

9.Функции СМК.

10.Массмедиа как социальный институт.

11.Функции и дисфункции СМИ в работах Р. Мертона, П. Лазарсфельда, Г. Лассуэлла.

12.Функции массмедиа на уровне общества и индивида.

13.Проблема эмпирического изучения функций и дисфункций медиа.

14.Метод моделирования в науке, его особенности. Типология моделей.

15.Специфика моделирования в теории коммуникации. Основные функции моделирования.

16.Понятие аудитории медиа.

17.Медиарейтинги.

18.Классификация и параметры медиааудитории.

19.Методы измерения медиааудитории.

20.Интернет и медиа.

21.Цифровизация, конвергенция и омниканальность медиа.

22.Феномен гражданских медиа.

23. Принципы работы конвергентных редакций.

24.Новые форматы медиа.

25. Переход от средств массовой коммуникации к концепции средств массовой коллаборации.

**Задания 2 типа**

1.Приведите примеры видов медиа и хронология их появления.

2.Раскройте периодизацию истории медиакоммуникаций.

3. Выявите соотношение понятий «информационное пространство», «коммуникационное пространство» и «медиапространство».

4.Выявите разницу между понятиями «пространство», «среда» и «сфера».

5. Раскройте подходы к понятию «информационное пространство».

6. Выявите сложности и проблемы, какие вы видите в развитии национального медиапространства, их причины, пути решения.

7. Приведите примеры видов эффектов медиавоздействия (краткосрочные – долгосрочные, планируемые – спонтанные).

8. Выявите подходы к периодизации исследований эффектов медиавоздействия.

9. Выявите сходства и отличия понятий «медиакарьера» и «медиатранзит».

10.Этапы эффективного медиатранзита.

11.Сложности каждой стадии.

12.Способы преодоления сложностей на каждом из этапов медиатранзита.

13.Роль связей с общественностью в обеспечении эффективного медиатранзита актуальной социальной проблемы.

14.Подходы к проблеме коммуникативных барьеров.

15.Типологии барьеров.

16. Способы преодоления барьеров.

17.Какова конкурентноспособность в индустрии информации современных интернет-изданий?

18.Интернет-СМИ вытеснят традиционные СМИ?

19. Блогосфера – это суррогат, симулякр или будущее

журналистики?

20.Вывите различие понятий СМК и журналистика.

21. Приведите примеры новых функций медиа.

22.Выявите роль СМК в структуре свободного времени.

23.В чем состоит гедонистическая функция медиа.

24. Раскройте, почему язык СМК - особый язык социального взаимодействия.

25. Объясните семиотический, герменевтический, риторический, психологический, когнитивный, лингвопрагматический, социологический аспекты изучения языка СМК.

**Задания 3 типа**

**Задание 1**

Анализ влияния массовой коммуникации на социальное поведение

Цель задания – проанализировать влияние сообщений массовой коммуникации на социальное поведение. Чтобы достичь этой цели, сделайте следующее:

- найдите мультфильм или художественный фильм, который, с Вашей точки зрения, влияние на агрессивные, помогающие или сексуальные представления/поведение;
- проанализируйте это сообщение и опишите особенности, благодаря которым оно может оказывать влияние на аудиторию;
- разработайте свой сюжет аналогичного сообщения (мультфильма или художественного фильма), который будет усиливать или ослаблять воздействие предыдущего сообщения;

**Задание 2**

Анализ социального поведения в Интернете

Цель задания – проанализировать акты социального – агрессивного или помогающего - поведения в Интернете. Чтобы достичь этой цели, сделайте следующее:

- выберите конкретную форму поведения, которую Вы будете анализировать;
- найдите в одном источнике (например, в группе в социальной сети, на форуме сообщества и т.д.) пятнадцать сообщений, отражающих выбранную форму поведения;
- проанализируйте содержание этих сообщений и сделайте предположения об условиях, способствующих их написанию;

**Задание 3**

Анализ политической коммуникации в Интернете

Цель задания – проанализировать обсуждение политических проблем в Интернете.

Чтобы достичь этой цели, сделайте следующее:

- найдите Интернет-сообщество, участники которого обсуждают внутриполитическую
- опишите основные направления обсуждения, определите, какие позиции занимают
- выделите высказывания, которые отражают политическую эффективность, ощущение несправедливости и социальную идентичность;
- укажите другие особенности этой дискуссии, которые кажутся Вам важными.

**Задание 4**

Анализ стереотипов в массовой коммуникации

Цель задания – проанализировать групповые стереотипы, которые присутствуют в сообщениях массовой коммуникации. Чтобы достичь этой цели, сделайте следующее:

- выберите сообщение массовой коммуникации (новости, художественный фильм, мультфильм), которое транслирует стереотипы по отношению к какой-либо социальной
- проанализируйте содержание этих стереотипов, объясните, с помощью каких средств
- предложите сюжет и оформление своего сообщения для изменения этих стереотипов;

**Задание 5**

Анализ методик для измерения зависимости от цифровых технологий

Цель задания – проанализировать методики, которые используются для измерения зависимости от цифровых технологий. Чтобы достичь этой цели, сделайте следующее:

- в научных статьях найдите две методики, которые используются для измерения любого варианта цифровой зависимости;
- сравните эти методики между собой, опишите сходства и различия;
- сопоставьте содержание этих методик с симптомами зависимости от цифровых технологий;

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Медиапланирование»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

## Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ ..... 3

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ..... 4

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ..... 7

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 8

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 9

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 16

6.1. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ ..... 16

6.2. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ» ..... 17

6.3. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ ..... 17

6.4. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, В ТОМ ЧИСЛЕ КОМПЛЕКТ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ЭЛЕКТРОННО-БИБЛИОТЕЧНЫЕ СИСТЕМЫ, СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ ..... 17

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ..... 18

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Медиапланирование» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 N 512.

Изучение дисциплины ориентировано на получение обучающимися практических навыков в области медиапланирования. Данная дисциплина помогает конкретизировать свои знания, освоить теоретическую базу и научиться практически составлять медиапланы.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 семестре.

**Цели и задачи дисциплины**

***Целью*** освоения дисциплины является изучение технологии медиапланирования, а также формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки медиапланов.

***Задачи дисциплины:***

- усвоение ключевых понятий теории медиапланирования;
- знание основных параметров медиапланирования, этапы процесса планирования рекламных кампаний;
- овладение исследовательским инструментарием, который используется в процессе медиапланирования;
- овладение технологиями выбора рекламных носителей.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | выпускник должен знать | выпускник должен уметь | выпускник должен иметь практический опыт | |
| Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования | **ОПК-5** | **ОПК-5.1** Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровне | Принципы и механизмы работы медиакоммуникационных систем, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования. | Проводить оценку тенденции развития медиакоммуникационных, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования. | Использования методов построения коммуникативных технологий рекламы и PR и рекламы с учетом традиций и тенденций регионального развития, методов организации под контролем коммуникационных кампаний, методов интегрированных маркетинговых коммуникаций в рекламе и PR. | Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа |
| | | **ОПК-5.2.** Осуществляет свои профессиональные действия в сфере медиакоммуникаций с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы | Основополагающие понятия, термины и категории медиапланирования | традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности | Работы с формами и методами восприятия и анализа информации, с приемами рекламной деятельности. | |
| Способен понимать | **ОПК-6** | **ОПК-6.1.** Отбирает для | способы отбора | отбирать для осуществлени | Понимать, излагать и | Контактная работа: |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности | | осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение | необходимого технического оборудования и программного обеспечения для осуществления профессиональной деятельности. | я профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение; применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы | анализировать базовую статистическую информацию и проектировать социально-экономическую, медиа деятельность в регионах с помощью коммуникативных технологий, методов делового партнерства, методов получения и распространения информации | Лекции Практические занятия Самостоятельная работа |
| | | **ОПК-6.2.** Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественность ю и (или) иных коммуникацион ных продуктов | Организацию, подготовку, процесс проведения исследований, процесс планирования и проведения различных кампаний, мероприятий. Методы производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы. Принципы разработки этапов плана проведения рекламной кампании. | Применять основные принципы комплекса коммуникативных технологий, направленных на продвижение товара, подбирать необходимые технологии для проведения рекламной кампании. Применять формы и методы организации рекламных кампаний. Обобщать полученные, исходные данные, проецировать их на построение и успешное проведение коммуникационных | Продвижения рекламного продукта с помощью коммуникационных технологий на рекламном рынке, использованиям етодов анализа ситуации рекламного рынка и работы с клиентами, работы в рекламном отделе, маркетинга и PR. | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | кампаний. Использовать основные принципы комплекса коммуникативных технологий, направленных на позиционирование и продвижение товара, которые включают рекламу, связи с общественностью, стимулирование сбыта, и Интернет-коммуникации. | | |

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая | Из них в форме практической | | |
| *Очная форма* | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1. Определение понятия "медиапланирование", его цели и задачи. Основные носители рекламы и их характеристики.* | 6 | 2 | 6 | | | | | | | 12 | Отчет по практикуму по решению задач/10 Доклад-презентация/10 |
| *Тема 2. Профессиограмма медиапланера.* | 6 | 2 | 6 | | | | | | | 12 | Отчет по практикуму по решению задач/10 Доклад-презентация/10 |
| *Тема 3. Основные этапы медиаланирования.* | 6 | 2 | 6 | | | | | | | 13 | Отчет по практикуму по решению задач/10 Доклад-презентация/10 |
| *Тема 4. Основные количественные характеристики медиаплана. расчет показателей и их применение в рекламной практике.* | 4 | | 8 | | | | | | | 12 | Отчет по практикуму по решению задач/10 |
| *Тема 5. Программное обеспечения медиапланирования.* | 6 | | 8 | | | | | | | 12 | Отчет по практикуму по решению задач/10 |
| *Тема 6. Характеристики и особенности основных каналов размещения: - Пресса - ТВ - Радио - Internet - Наружная реклама* | 6 | | 9 | | | | | | | 12 | Отчет по практикуму по решению задач/10 |
| *Тема 7. Эффективность проведенной рекламной кампании в медиапланировании.* | 4 | | 8 | | | | | | | 12 | Отчет по практикуму по решению задач/10 |
| **Всего:** | **38** | **6** | **51** | | | | | | | **85** | **100** |
| **Контроль, час** | **36** | | | | | | | | | | **Экзамен** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **216** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **6** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Определение понятия "медиапланирование", его цели и задачи. Основные носители рекламы и их характеристики.***

Определение понятия "медиапланирование", его цели и задачи. Основные носители рекламы и их характеристики: 1) функции и цель рекламы, составляющие рекламного процесса и общий алгоритм рекламной кампании, понятие "медиапланирование", структура рекламного агентства; 2) восприятие рекламы в различных СМИ, факторы выбора средств рекламы; характеристики, преимущества и недостатки телевидения, радио, прессы, наружной рекламы, рекламы на / в транспорте и др.

***Тема 2. Профессиограмма медиапланера.***

Медиапланер и его функции. В рамках данной темы важно определить навыки, личные качества необходимые медиапланеру. Показать перспективы роста. Рассмотреть типы рекламных агентств. Уяснить структуру отечественного рынка России, в том числе г. Казани.

***Тема 3. Основные этапы медиаланирования.***

Анализ рекламно-маркетинговой ситуации. Составление медиа-брифа. Анализ текущего положения бренда. Изучение целевой аудитории. особенности медиапланирования: поведение аудитории в течение дня, сезонные характеристики аудитории, охват аудитории в рабочее время, совместное использование нескольких медиа, реклама для высокодоходной группы, планирование для мелких и региональных рекламодателей, зависимость рекламных средств от типа рынков, особенности рекламы некоторых видов товаров, реклама товаров для детей, подростков и молодежи; реклама в прессе и наружке. Разработка медиастратегии рекламной кампании. Параметры продвижения бренда. Определениебюджета, выделяемого на размещение рекламы (медиасплит, медиаобсчет). Тактическое медиапланирование (выбор конкретных средств распространения рекламы; период проведения кампании; формат рекламных сообщений). Медиамикс для рекламной кампании. Выбор масштаба рекламной кампании. Формирование календарного графика размещения рекламных сообщений (медиаплан). Медиабаинг. Профессия медиабаер. Проблема приобретения места для размещения рекламы. Определение процедур контроля и оценки эффективности медиа планирования.

***Тема 4. Основные количественные характеристики медиаплана: расчет показателей и их применение в рекламной практике.***

Медиастатистики, описывающие медиаплан. Совокупный рейтинг (GRP, gross rating point) Целевой рейтинг (TRP, target rating point) Охват рекламной кампании (Reach / Cover %) OTS (opportunity to see) Частота

рекламного сообщения (Average Frequency) Доля голоса (share of voice, SOV) Медиастатистики, описывающие аудиторию одного медиа события. Рейтинг (Rating). HUT (Households using television). Доля телесмотрения (share). Индекс соответствия (Affinity index). Стоимостные характеристики медиа CPT (cost per thousand) CPP (cost per point) Доля рекламных затрат (share of spend, SOS) Advertising to Sales (A/S) Матрица Остроу (Joseph W. Ostrow)

***Тема 5. Программное обеспечения медиапланирования.***

Обзор программного обеспечения по медиапланированию. Наиболее известны следующие программные продукты: Galileo, PaloMARS, TV Planet, Super Nova, (TNS Gallup Media). Из менее известных отметим AGB WorkStation (AGB Television), PROBA-Media, CRATE, DataFriend (Comcon), OptiMedia (Клиент Сервис), Медиа-Планер (ExMedia) и др. Достоинства и недостатки.

***Тема 6. Характеристики и особенности основных каналов размещения: - Пресса - ТВ - Радио - Internet - Наружная реклама.***

Реклама в прессе: особенности газетной рекламы. Преимущества и недостатки газет с точки зрения размещения рекламы. Особенности рекламных объявлений в печатных СМК. Журналы, их преимущества и недостатки с точки зрения размещения рекламы. Радио и телевидение как рекламоносители. Возможности Интернета как рекламоносителя. Средства наружной рекламы, специфика рекламы на транспорте. Директ-мейл и его специфика.

***Тема 7. Эффективность проведенной рекламной кампании в медиапланировании.***

Методика исследований эффективности медиаплана и мероприятия по контролю эффективности его исполнения. Определение оценки эффективности средств массовой информации. Проведение предварительного тестирования и параллельное тестирование. Провести оценку отношения к переданному сообщению. Определить методы текущего контроля ситуации на рынке.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как практикумы по решению задач, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

***Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

***Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач***

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;

- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;

- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

В ходе выполнения практикума необходимо следовать

технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

*Требования к оформлению результатов практикумов.*

При подготовке отчета: изложение материала должно идти в логической последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, правильное оформление рисунков.

*Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям.*

При подготовке к практическим занятиям необходимо акцентировать внимание студентов на детальное изучение методов решения задач и примеров, рассмотренных на лекционных занятиях и нацелить на самостоятельное решение заданий из учебника, приведенных в конце каждой главы учебника.

*Порядок проведения практикума.*

1. Преподаватель разъясняет приёмы и методы решения на примере типовых задач по изучаемой теме (2-3 задачи).
2. Преподаватель даёт 2-3 задачи для самостоятельного решения.
3. Преподаватель контролирует решение задач обучающимися в индивидуальном порядке, подсказывает правильные пути решения.
4. По окончании практикума преподаватель подводит итоги, вскрывает типичные ошибки и отмечает отличившихся обучающихся, успешно решивших все задачи.

В ходе выполнения практикума обучающиеся более глубоко усваивают физические законы посредством применения их к конкретным физическим ситуациям и процессам, учатся моделировать физические явления и анализировать полученные результаты.

***Методические указания для обучающихся при работе на семинаре***

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить

концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов одногруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

***Методические указания для обучающихся по подготовке доклада-презентации***

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию.

Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.

2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).

3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.

4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.

5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.

6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).

7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

- готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего;
- план сообщения;
- краткие выводы из всего сказанного;

- список использованных источников.

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);
- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

*Структура выступления.*

Вступление должно содержать:

- название, сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- живую интересную форму изложения;
- акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной

дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

*Работа с литературой (конспектирование)*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по курсу «Медиапланирование» определяется учебным планом.

При самостоятельной работе студенты руководствуются методическими рекомендациями по дисциплине при минимальном участии преподавателя.

### *Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины*

| **Наименование темы** | **Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение** | **Формы самостоят. работы** | **Форма текущего контроля** |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Определение понятия "медиапланирование", его цели и задачи.* | Определение понятия "медиапланирование", его цели и задачи. Основные носители | Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, подготовка отчета по | Отчет по практикуму по решению задач Доклад- |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоят. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| *Основные носители рекламы и их характеристики.* | рекламы и их характеристики: преимущества и недостатки телевидения, радио, прессы, наружной рекламы, рекламы на / в транспорте и др. | практикуму. Подготовка доклада-презентации. | презентация |
| *Тема 2. Профессиограмма медиапланера.* | Медиапланер и его функции. | Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму. Подготовка доклада-презентации. | Отчет по практикуму по решению задач Доклад-презентация |
| *Тема 3. Основные этапы медиаланирования.* | Параметры продвижения бренда. Определениебюджета, выделяемого на размещение рекламы (медиасплит, медиаобсчет). Тактическое медиапланирование (выбор конкретных средств распространения рекламы; период проведения кампании; формат рекламных сообщений). Медиамикс для рекламной кампании. Выбор масштаба рекламной кампании. Формирование календарного графика размещения рекламных сообщений (медиаплан). | Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму. Подготовка доклада-презентации. | Отчет по практикуму по решению задач Доклад-презентация |
| *Тема 4. Основные количественные характеристики медиаплана: расчет показателей и их применение в рекламной практике.* | Стоимостные характеристики медиа CPT (cost per thousand) CPP (cost per point) Доля рекламных затрат (share of spend, SOS) Advertising to Sales (A/S) Матрица Остроу (Joseph W. Ostrow) | Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму | Отчет по практикуму по решению задач |
| *Тема 5. Программное обеспечения медиапланирования.* | Обзор программного обеспечения по медиапланированию | Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму | Отчет по практикуму по решению задач |
| *Тема 6. Характеристики и особенности основных* | Журналы, их преимущества и недостатки с точки | Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, | Отчет по практикуму по решению задач |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоят. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| *каналов размещения: - Пресса - ТВ - Радио - Internet - Наружная реклама* | зрения размещения рекламы. Радио и телевидение как рекламоносители. Возможности Интернета как рекламоносителя | подготовка отчета по практикуму | |
| *Тема 7. Эффективность проведенной рекламной кампании в медиапланировании.* | Определение оценки эффективности средств массовой информации. | Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму | Отчет по практикуму по решению задач |

# 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература***

1. *Коноваленко, В. А.* Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 486 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3061-0. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. *Музыкант, В. Л.* Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература***

1. *Синяева, И. М.* Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 552 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14843-5. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. *Рожков, И. Я.* Брендинг : учебник для бакалавров / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 331 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3284-3. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

3. Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 379 с. — (Высшее

образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № п/п | Наименование ресурса | Ссылка |
|---|---|---|
| 1. | Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» | http://www.mavriz.ru/articles/2012/4/6422.html |
| 2. | Портал Состав ру. | https://www.sostav.ru/ |
| 3. | Портал RUSBASE | https://rb.ru/ |
| 4. | Прессфид.журнал | https://news.pressfeed.ru/ |
| 5. | Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» | https://cyberleninka.ru/ |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;

• Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);

• Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);

• ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

• 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)

• OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)

• PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)

• GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)

• Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)

• Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

• Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

• Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

• Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

• Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)

• Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### *7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины*

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Отчет по практикуму по решению задач | 10-8 – практикум выполнен, верно, в срок, представлен грамотный отчет.<br>7-5 – практикум выполнен, верно, в срок, представлен неполный отчет, имеются ошибки, не влияющие на логику и алгоритм расчета.<br>4-1 - практикум выполнен в срок и содержит концептуальные ошибки.<br>0 - практикум не выполнен. |
| 2. | Доклад-презентация | 10-8 – доклад выполнен в соответствии с требованиями, 10 правильно оформленных слайдов презентации, грамотное |

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| | | использование терминологии, свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик правильные ответил на все вопросы преподавателя и обучающихся.<br>7-5 – доклад выполнен в основном соответствии с требованиями,10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации, грамотное использование экономической терминологии, в основном свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик частично правильно ответил на все вопросы преподавателя и обучающихся.<br>4-3 – доклад выполнен в основном в соответствии с требованиями,10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации, докладчик был привязан к тексту, докладчик испытывал затруднения при ответе на вопросы преподавателя и обучающихся.<br>2-1 – доклад выполнен не в соответствии с требованиями, 10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации,<br>0 - докладчик был привязан к тексту, докладчик не смог ответить на вопросы преподавателя и обучающихся. |

***Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости***

***<u>Примерные задания по практикуму по решению задач</u>***

***Практикум по решению задач № 1***

***Тема 1. Определение понятия "медиапланирование", его цели и задачи. Основные носители рекламы и их характеристики.***

**Задание:**

1. Основываясь на какие факторы, вы будете строить рекламную стратегию? Перечислите.

2. Кто является целевой аудиторией рекламы спецодежды? Дайте характеристику.

3. Каковы основные этапы вашей стратегии продвижения новой торговой сети?

4. Какие средства маркетинговых коммуникаций вы изберете для продвижения спецодежды?

5. Определите основные и вспомогательные средства рекламы. Обоснуйте выбор.

6. Сделайте примерную разбивку бюджета для проведения рекламной кампании (формат «Excel»).

***Практикум по решению задач № 2***

***Тема 2. Профессиограмма медиапланера.***

**Задание.** Составьте медиакарту для размещения рекламы в

печатных СМИ. Объект продвижения – предприятие ООО «N+» г.Екатеринбург, специализирующееся на изготовлении и установке натяжных потолков.

Для выполнения задания воспользуйтесь представленной далее таблицей.

**Пример медиакарты печатных СМИ**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Название СМИ |
| | | | | Статус /Характер |
| | | | | Тираж (экз.) |
| | | | | Характеристика целевой аудитории |
| | | | | Регион распространения |
| | | | | Частота выхода |
| | | | | Формат |
| | | | | Объем |
| | | | | Rating |
| | | | | Распространение (бесплатно / цена в рознице) |
| | | | | Цвет |
| | | | | Средняя стоимость одного РС |
| | | | | Стоимость 1 онтакта |
| | | | | Контент |

***Практикум по решению задач № 3***

***Тема 3. Основные этапы медиаланирования.***

**Задание.**

Медиабриф составляется рекламодателем совместно с представителями рекламного агентства, которое будет проводить рекламную кампанию. Выберите рекламодателя и объект продвижения. Заполните медиабриф, пользуясь представленной ниже структурой.

**Примерная структура медиабрифа**

1.Общая информация

| | |
|---|---|
| Клиент (указать название рекламируемого товара или услуги и полное название рекламодателя) | |
| Рекламируемый продукт (краткое описание сущности предложения) | |
| Целевая аудитория | |
| Период рекламной кампании (дата начала и продолжительность рекламной кампании, сезонность) | |
| Территория рекламной кампании (для | |

| | |
|---|---|
| региональной кампании указать все города, выделить регионы, где нужно усилить рекламный нажим) | |

| | |
|---|---|
| Бюджет рекламной кампании (если есть пожелания по распределению бюджета по средствам массовой информации, регионам или времени, просьба это указывать) | |
| Целью рекламной кампании является: запуск нового товара, имиджевая реклама, привлечение дилеров или оптовых покупателей, привлечение конечных покупателей, (нужное подчеркнуть) | |
| Средства рекламы: телевидение, радио, транзитная реклама, печатная реклама, пресса/специализированная пресса, наружная реклама, метро, Интернет (нужное подчеркнуть) | |
| Телевидение и радио (указать хронометраж роликов, пожелания клиента по выбору каналов/радиостанций и программ) | |
| Пресса (указать форматы макетов, пожелания клиента по выбору изданий) | |
| Другая информация (пожелания клиента по другим средствам массовой информации, информация о ранее проведенных рекламных кампаниях) | |
| Заказ: рекламная стратегия, медиаплан, описание выбранных средств массовой информации (нужное подчеркнуть) | |

**2. Информация о товаре (услуге)**

| | |
|---|---|
| Фирма – рекламодатель | |
| Рекламируемый товар | |
| Торговая марка | |
| Основное назначение | |
| Основные характеристики товара | |
| Дополнительные услуги и условия | |
| Конкуренты | |
| Конкурентные преимущества | |
| Стадия жизненного цикла товара | |

## 3. Информация о цене товара (услуги)

| | |
|---|---|
| Цена товара | |
| Основные факторы, определяющие цену | |
| Ценовая политика по отношению к конкурирующим продуктам (фирмам) | |
| Отношение к ценовой конкуренции (распродажи, скидки, сниженные цены) | |

## 4. Организация продаж

| | |
|---|---|
| *Оптовики* | |
| Средний объем покупки | |
| Наиболее частый ассортимент покупки | |
| Типы торговых точек | |

| | |
|---|---|
| Региональность | |
| *Конечные покупатели* | |
| Средний объем покупки | |
| Наиболее частый ассортимент покупки | |
| Типы торговых точек | |
| Региональность | |

## 5. Целевая группа (сегменты)

| | |
|---|---|
| *Оптовые покупатели* | |
| Группа влияния | |
| Конечные пользователи | |
| Социально демографические характеристики | |
| Стиль жизни | |
| Мотивы покупки | |
| *Конечные покупатели* | |
| Группа влияния | |
| Конечные пользователи | |
| Социально демографические характеристики | |
| Стиль жизни | |
| Мотивы покупки | |

## 6. Информация о рекламной деятельности

| | |
|---|---|
| Что было сделано до сегодняшнего дня | |
| Телевидение | |
| Радио | |
| Пресса | |
| Наружная и транзитная реклама | |
| POS - материалы | |
| Другие рекламные акции | |
| Оценка предыдущих рекламных усилий | |
| Общая рекламная стратегия | |
| Ограничения, накладываемые на рекламу по внутриполитическим соображениям фирмы | |
| Реклама конкурентов и реклама фирмы: сходства и различия | |
| Образцы рекламы | |

## 7. Маркетинговые цели

| | |
|---|---|
| Увеличение объема продаж (% от существующего, целевая группа, регионы) | |
| Увеличение доли рынка | |
| Запуск нового товара | |
| Запуск модификации существующего товара | |
| Другое | |

## 8. Цели рекламной кампании

| | |
|---|---|
| Увеличение известности | |
| Имидж | |
| Мотивация к покупке | |
| Равновесие по рекламным усилиям с конкурентами | |
| Другое | |

**9. Задание на разработку**

| | |
|---|---|
| Запрос на работу | |
| Бюджет рекламной кампании | |
| Способ определения бюджета | |
| Период проведения рекламной кампании | |
| Какие средства рекламы клиент обязательно хотел использовать | |

***Практикум по решению задач № 4***

***Тема 4. Основные количественные характеристики медиаплана: расчет показателей и их применение в рекламной практике.***

**Задание.** Выбрать любые периодические печатные СМИ из категории (не менее пяти). Подготовить медиаобсчет и медиаплан на «март, текущего года» для фирмы «Праздник всем!» г.Екатеринбург. «Праздник всем!» специализируется на проведении детских, семейных и корпоративных праздников. Бюджет на рекламу 80 000 руб. В размере модуля ограничений нет (главное вписаться в бюджет). Необходимо обосновать выбор каждого издания.

Дайте развернутое описание целевой аудитории с учетом специфики деятельности заказчика.

Цель рекламной кампании: обеспечить максимальный охват аудитории со средней частотой контакта с рекламным сообщением 3+.

Требования заказчика: использование только полноцветных рекламоносителей, обеспечивающих качественное отображение фирменного цвета.

При подготовке медиаобсчета необходимо учесть следующие показатели:

- Рейтинг СМИ (%)
- Охват (%)
- Стоимость рекламной площади (руб)
- Стоимость охвата 1% ЦА (руб)
- Предпочтения по охвату (проранжироватьот наибольшего к наименьшему)
- Предпочтения по стоимости рекламы
- Предпочтения по по стоимости охвата 1% ЦА
- Количество публикаций (распределение делать в соответствии с рейтингом и общим бюджетом)
- Общий бюджет (руб)
- GRP (%)
- Частота (F=3+)

Сделать выводы (до 20 предложений).

***Практикум по решению задач № 5***

***Тема 5. Программное обеспечения медиапланирования.***

**Задание.** Сделайте анализ сайта организации по предложенному

плану. Задание должно быть выполнено в формате PowerPoint. Обязательно графическое сопровождение с пометками, ссылками и выводами.

**Примерный план анализа сайта[1]:**

1. Название, домен
2. Вид/тип сайта
3. Структура сайта (ключевые разделы)
4. Контент сайта (просмотреть основные разделы сайта и дать оценку; тест на юзабилити)
5. Аудитория сайта
6. Конкуренты
7. Ключевые слова сайта
8. Дизайн сайта
9. Посещаемость сайта (проверить здесь http://www.raskruty.ru/), счетчики (если есть, то какие; посмотреть данные, если информация открыта)
10. Поисковый анализ сайта:

- анализ позиций сайта в поисковиках (на какой странице сайт?)
- "подсказки" в поисковых системах
- проверить через: http://wordstat.yandex.ru/
https://adwords.google.com/KeywordPlanner
http://adstat.rambler.ru/wrds/
- проверить с помощью SEO-анализатора:
http://www.hmx.ru/analizer.html

11. Общие выводы: плюсы и минусы сайта

- анализ продвижения сайта проверить через:
http://be1.ru/stat/

***Практикум по решению задач № 6***

***Тема 6. Характеристики и особенности основных каналов размещения: - Пресса - ТВ - Радио - Internet - Наружная реклама.***

**Задание.** Раскройте содержание каждого вида интернет- рекламы, опираясь на классификацию представленную ниже. Приведите примеры (скриншот + гиперссылка), делайте ссылки на источники.

Наиболее распространенной является следующая классификация интернет–рекламы:

1. *В зависимости от широты охвата целевой аудитории*:
   - Медийная реклама
   - Контекстная реклама
   - Медийно-контекстная реклама
2. В зависимости от формы представления информации
   - Текстовая
   - Графическая
   - Reach медиа

– Pop-up/Pop-under
– Интернет – ресурс

*3.* По типу рекламных площадок

– Поисковая реклама
– Почтовые рассылки
– Реклама на информационных сайтах общей направленности (новостные, информационные и развлекательные СМИ)
– Реклама на сайтах интернет-сервисов
– Специализированные информационные сайты

***Практикум по решению задач № 7***

***Тема 7. Эффективность проведенной рекламной кампании в медиапланировании.***

**Задание.** Предприятие «N+» (г.К), специализирующееся на изготовлении и установке натяжных потолков, в рамках сезонной рекламной кампании (апрель-май) планирует разместить рекламное сообщение о предстоящей акции и соответствующих скидках для населения г.К и пригорода.

**Требования рекламодателя:**

– Вид СМИ: газета (приоритет), журналы (специализированные).
– Информационно-рекламные издания; рекламные издания (12+).
– География: …
– Распространение: бесплатное – в каждый дом; промостойки.
– Тираж: 10 000+
– Позиционирование: 1-я полоса; последняя полоса; рубрики «Ремонт», «Все для ремонта», «Натяжные потолки».
– Размеры модулей (в соответствии с общей концепцией рекламной кампании):

1/3 полосы (вертикаль) 1/3 полосы (горизонталь) 1/2 полосы (горизонталь)

– Цветность: полноцвет, 2 цвета.

• Опишите целевую аудиторию.
• Обоснуйте выбор каждого рекламоносителя.
• Подготовьте медиа-обсчет для рекламодателя с учетом представленных требований и общим объемом рекламной кампании 950 тыс. рублей из них 420-480 тыс. рублей на печатные СМИ.
• Для выполнения задания постройте таблицу в Excel.
• Рассчитайте стоимость рекламного сообщения за тысячу контактов (CPT) для каждого печатного СМИ.

***<u>Примерная тематика докладов-презентаций</u>***

***Тема 1. Определение понятия "медиапланирование", его цели и задачи. Основные носители рекламы и их характеристики.***

1. История развития медиапланирования
2. Понятия Федерального Закона "О Рекламе"
3. Жизненный цикл товара
4. Классификация рекламы. Связь типа рекламы с этапами жизненного цикла товара
5. Маркетинг-микс и комплекс продвижения
6. Медиаисследования: понятие, история и направления

***Тема 2. Профессиограмма медиапланера.***
1. Основные понятия и медиапараметры
2. Стратегическое планирование рекламной кампании
3. Тактическое планирование рекламной кампании
4. Медиабриф
5. Предмет и тезис коммуникации

***Тема 3.*** **Основные этапы медиаланирования.**
1. Анализ рекламы конкурентов
2. Анализ офлайн рекламы
3. Анализ интернет-рекламы
4. Анализ контекстной рекламы
5. Сервисы для получения сводной информации о сайте
6. Ключевые слова и качество рекламных объявлений
7. Анализ социальных сетей
8. Медиа-карта, медиаплан, бюджет, смета

### *7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации*

Промежуточная аттестация по дисциплине «Медиапланирование» проводится в форме экзамена.

| **Процедура оценивания** | **Шкала и критерии оценки, балл** |
|---|---|
| Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:<br><br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять | Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:<br>Задание 1: 0-30 баллов<br>Задание 2: 0-30 баллов<br>Задание 3: 0-40 баллов<br><br>**-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-70 и более (хорошо) –** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Ход решения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует |

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | полученный результат.<br>**-50 и более (удовлетворительно) –** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены частично.<br>**-Менее 50 (неудовлетворительно)** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены |

## *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

***Задания 1-го типа***

1. Определение понятия "медиапланирование".
2. Основные носители рекламы и их характеристики.
3. Составляющие рекламного процесса и общий алгоритм рекламной кампании.
4. Восприятие рекламы в различных СМИ.
5. Медиапланер и его функции.
6. Навыки, личные качества необходимые медиапланеру.
7. Типы рекламных агентств.
8. Структура отечественного рынка рекламы в России.
9. Основные этапы медиаланирования.
10. Анализ рекламно-маркетинговой ситуации.
11. Целевые аудитории: поведение аудитории в течение дня, сезонные характеристики аудитории, охват аудитории в рабочее время, совместное использование нескольких медиа, реклама для высокодоходной группы, планирование для мелких и региональных рекламодателей.
12. Разработка медиастратегии рекламной кампании.
13. Параметры продвижения бренда.
14. Определение бюджета, выделяемого на размещение рекламы (медиасплит, медиаобсчет).
15. Формирование календарного графика размещения рекламных сообщений (медиаплан).
16. Медиастатистики, описывающие медиаплан.
17. Основные количественные характеристики медиаплана: расчет показателей и их применение в рекламной практике
18. Программные продукты Galileo, PaloMARS, TV Planet, Super Nova, (TNS Gallup Media), AGB WorkStation (AGB Television), PROBA-Media, CRATE, DataFriend (Comcon), OptiMedia (Клиент Сервис), Медиа-Планер (ExMedia) и др. Достоинства и недостатки.
19. Медиабаинг.
20. Характеристики и особенности основных каналов размещения: -

Пресса - ТВ - Радио - Internet - Наружная реклама.

***Задания 2-го типа***

1. Цели и задачи медиапланирования.
2. Функции и цель рекламы.
3. Структура рекламного агентства.
4. Факторы выбора средств рекламы.
5. Характеристики, преимущества и недостатки телевидения в качестве средства рекламы.
6. Характеристики, преимущества и недостатки радио в качестве средства рекламы.
7. Характеристики, преимущества и недостатки прессыв качестве средства рекламы.
8. Характеристики, преимущества и недостатки наружной рекламы.
9. Характеристики, преимущества и недостатки рекламы на / в транспорте.
10. Профессиограмма медиапланера.
11. Составление медиа-брифа.
12. Анализ текущего положения бренда.
13. Зависимость рекламных средств от типа рынков.
14. Тактическое медиапланирование (выбор конкретных средств распространения рекламы; период проведения кампании; формат рекламных сообщений).
15. Определение процедур контроля и оценки эффективности медиапланирования.
16. Совокупныйрейтинг (GRP, gross rating point),целевойрейтинг (TRP, target rating point).
17. Охватрекламнойкампании (Reach / Cover %), OTS (opportunity to see).
18. Частота рекламного сообщения (Average Frequency) Доля голоса (share of voice, SOV).
19. Обзор программного обеспечения по медиапланированию.
20. Методика исследований эффективности медиаплана и мероприятия по контролю эффективности его исполнения.

***Задания 3-го типа***

**Задание №1.**

В рекламное агентство обратился заказчик, сообщивший, что у него есть для продажи крупные партии следующих товаров:

- Ролики спортивные;
- Конфеты Ассорти;
- Наборы цветных карандашей;
- Наборы для сауны;
- Комплекты для новорожденных;
- Компьютеры и комплектующие;

- Минеральная вода;
- Учебную литературу по юридическим специальностям;
- Кирпич силикатный.

На вопросы сотрудника агентства, каким потребителям рекламодатель собирается продавать свои товары и какие носители рекламы использовать, заказчик предложил, чтобы агентство само разработало соответствующие предложения.

Представьте, что вы сотрудник рекламного агентства и вам предложено заняться рекламной кампанией одного из указанных выше видов товаров. Выберите любой из них.

*Вопросы и задания*

1.По каким критериям и какие категории, целевые группы потенциальных потребителей- адресатов рекламы вы предлагаете для рекламы выбранного вами товара?

2.Какие носители рекламы вы считаете целесообразным задействовать (в том числе как основные и как вспомогательные) и рекомендовать заказчику для размещения рекламы?

3. В каких местах, на какой территории вы планируете размещать эту рекламу?

4. Составьте медиа-карту размещения рекламных средств.

**Задание №2.**

АК БАРС БАНК — крупнейший Российский банк входящий в ТОР-100 и обслуживающий более 2,9 миллионов частных лиц и свыше 62 тысячи корпоративных клиентов.

*Вопросы и задания*

1. Составить построение эффективного охвата с целевой аудиторией и увеличения портфеля потребительских кредитов.

2. Составить медиа-карту размещения рекламных средств.

**Задание №3.**

Bayer CropScience - это один из ведущих мировых производителей, поставляющий разнообразный ассортимент продукции для сельского хозяйства: семена полевых и овощных культур, инновационные решения для защиты посевов с химическими и биологическими механизмами действия, а также широкий ассортимент услуг для устойчивого и современного сельского хозяйства.

*Вопросы и задания*

1. Составить медиа-план по охвату целевой аудиторией, построения имиджа и увеличения продаж

**Задание №4.**

English Nursery and Primary School - это уникальные английские начальные школы, где учащиеся в совершенстве овладевают двумя языками, английским и русским, и успешно осваивают две образовательные программы, Британскую и Российскую, с помощью опытных педагогов-профессионалов из Великобритании и России.

*Вопросы и задания*

Составить разделы медиаплана с указанием информирования целевой аудитории об открытии новых образовательных центров и наборе дополнительных групп

**Задание №5.**

Маркетинговая служба сообщила руководству фирмы о том, что в ближайшие годы ожидается резкий рост спроса на посудомоечные комплексы. Директор распорядитель дал указание отделу исследований создать нужный товар.

Руководитель этого отдела поручил своим сотрудникам провести серию пробных экспериментов с целью выяснения достоинств различных растворителей, степени очистки при применении различных распылительных форсунок, наилучшего способа размещения посуды и т. д.

К концу года руководство отдела и фирмы уже достаточно много знало обо всех этих проблемах. В этот же период времени был создан опытный образец посудомоечного комплекса.

Однако когда у техников был готов прототип и стал ясен замысел конструкции, специалисты службы маркетинга и производственники стали предлагать изменения, из-за чего разработка ходового товара затянулась. Выход на рынок, состоявшись лишь через два года по сравнению с конкурентами, оказался неудачным.

*Вопросы и задания:*

1. Какова была бы наиболее вероятная рыночная судьба товара фирмы, если бы ее не успели определить конкуренты?

2. Какие рекламные средства необходимо задействовать для вывода товара на рынок?

Составить медиа-план по охвату целевой аудиторией, построения имиджа и увеличения продаж.

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Стратегическое планирование и управление проектами в рекламе и связях с общественностью»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

## Содержание

1. Аннотация к дисциплине.....3

2. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....3

3. Тематический план .....6

4. Содержание дисциплины .....8

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....9

6. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины 16

7. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине .....17

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Стратегическое планирование и управление проектами в рекламе и связях с общественностью» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 N 512.

Дисциплина «Стратегическое планирование и управление проектами в рекламе и связях с общественностью» предполагает осмысление понятий планирования и стратегии в сфере рекламы и связей с общественностью. Благодаря стратегическому подходу, глубине рассмотрения учебных тем в области управления проектами, дисциплина раскрывает студентам технологии продвижения торговых марок и компаний различными коммуникационными инструментами.

Основное содержание лекций дисциплины направлено на понимание и осмысление использования стратегических коммуникаций в планировании и продвижении бренда и продукции рекламных компаний и специфики планирования данного вида коммуникации.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки магистров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 и 6 семестрах.

**Цель и задачи дисциплины**

Целью изучения дисциплины «Стратегическое планирование и управление проектами в рекламе и связях с общественностью» является создание условий для усвоения обучающимися методологии использования стратегического планирования в рекламе и средствах маркетинговых коммуникаций бренда.

**Задачи дисциплины:**

- создание представления у обучающихся о роли и месте дисциплины «Стратегическое планирование и управление проектами в рекламе и связях с общественностью»;
- сформировать понимание особенностей разработки стратегии в маркетинге и рекламе;
- развить аналитические навыки, востребованные в профессиональной деятельности.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | выпускник должен знать | выпускник должен уметь | выпускник должен иметь практический опыт | |
| Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности | **ОПК-4** | **ОПК-4.1** Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных групп | Социологические данные и потребности общества | Соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных групп | Применения современных методов сбора, обработки и анализа данных | Контактная работа: Лекции, Практические занятия Самостоятельная работа |
| | | **ОПК-4.2.** Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов | основные характеристики целевой аудитории | выделять основные характеристики целевой аудитории | делового общения, применения методов и приемов межкультурного общения | |
| Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционировани | **ОПК-5** | **ОПК-5.1.** Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровне | Базовые экономические понятия, объективные основы функционирования экономики и поведения экономических агентов ; знать основные виды | Анализировать финансовую и экономическую информацию, необходимую для принятия обоснованных решений в | Анализа тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов | Контактная работа: Лекции, Практические занятия Самостоятельная работа |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| я, правовых и этических норм регулирования | | | финансовых институтов и финансовых инструментов, основы функционирования финансовых рынков | профессиональной сфере | их функционирования, правовых и этических норм регулирования | |
| | | **ОПК-5.2.** Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы | Структуру и основное содержание корпоративной культуры | Определять PR-стратегию развития организации; применять инструментарий и технологии связей с общественности при решении конкретных задач | Диагностирования, формирования и совершенствования системы управления человеческими ресурсами, бизнес-процессов в отношение проектов компании и методов управления ими, управления проектами в организации. | |

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| ***Очная форма*** | | | | | | | | | | | |
| ***5 семестр*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1. Целевой маркетинг. Средства визуальной информации. Понятие, сущность и задачи рекламы.* | 5 | 15 | | | | | | | | 26 | Доклад-презентация/ 20 |
| *Тема 2. Средства рекламы: наружная реклама, прямой отклик, Интернет. Радио и телевидение* | 5 | 12 | | | | | | | | 26 | Доклад-презентация/ 20<br>Участие в семинаре в диалоговом режиме /20 |
| *Тема 3. Управление рекламой. Рекламная стратегия.* | 5 | | 14 | | | | | | | 26 | Практикум по решению задач /20 |
| *Тема 4. Стимулирование сбыта.* | 4 | 16 | | | | | | | | 26 | Доклад-презентация /20 |
| **Всего:** | **19** | **43** | **14** | | | | | | | **104** | **100** |
| **Контроль, час** | **0** | | | | | | | | | | **Зачет** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **180** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **5** | | | | | | | | | | |
| ***6 семестр*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 5. Исследования в рекламе. Исследования в маркетинге.* | 4 | 10 | | | | | | | | 23 | Доклад-презентация/ 20<br>Участие в семинаре в диалоговом режиме /20 |
| *Тема 6. Стратегическое планирование в маркетинге* | 3 | 10 | | | | | | | | 23 | Доклад-презентация/ 20 |
| *Тема 7. Содержание разработки* | 3 | | 10 | | | | | | | 23 | Практикум по решению |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| *маркетинговой стратегии, ее этапы.* | | | | | | | | | | | задач /20 |
| *Тема 8. Стратегическое планирование Р и СО* | 3 | | 9 | | | | | | | 23 | Практикум по решению задач /20 |
| **Всего:** | **13** | **20** | **19** | | | | | | | **92** | **100** |
| **Контроль, час** | **36** | | | | | | | | | | **Экзамен** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **180** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **5** | | | | | | | | | | |
| **Всего по дисциплине:** | **32** | **63** | **33** | | | | | | | **196** | **100*2** |
| **Контроль, час** | **36** | | | | | | | | | | **Зачет Экзамен** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **360** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **10** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Целевой маркетинг. Средства визуальной информации. Понятие, сущность и задачи рекламы.***

Понятие и сущность рекламы. Важнейшая задача рекламы. Этапы маркетинговой стратегии. Определение, выявление целевого рынка. Определяющий момент в формировании рекламной стратегии. Цель маркетинга. Установление маркетинг микс. Целевые рынки. Привлечение внимания и закрепление в памяти продукта рекламной кампании. Способы воздействия рекламных кампаний. Правила разработки медиа-программы. Способы создания продукта рекламной кампании. Создание бренда.

***Тема 2. Средства рекламы: наружная реклама, прямой отклик, Интернет. Радио и телевидение.***

Быстрое осуществление коммуникаций и фиксация ассоциаций. Средства быстрого воздействия на покупателя. Разработка направлений воздействия. Роль картинки и письменного сообщения в рекламе. Методы создания рекламы для недифференцируемых продуктов, не способных по своей природе вызвать сильный интерес потребителей.

***Тема 3. Управление рекламой. Рекламная стратегия.***

Условия создания удачной рекламы. Понятие рекламной стратегии. Процесс проведения рекламной кампании**.** Медиапланирование. Метод достижения соглашения по стратегическому плану.

Подготовка материалов для СМИ**.** Профессиональные стандарты во взаимоотношениях со средствами массовой информации**.** Профессиональные издания в связях с общественностью.

***Тема 4. Стимулирование сбыта.***

Эффективное стимулирование продаж. Условия предоставления потребителям полезной информации о продукте. Стимулирование сбыта.

Формы стимулирования продаж.

***Тема 5. Исследования в рекламе. Исследования в маркетинге.***

Как рекламодатели используют исследования. Роль менеджера, планирующего работу с клиентом**.** Связь антропологии, социологии и психологии с рекламой. Этапы исследования в рекламе. Типы рекламных исследований.

Качественные и количественные исследования. Цель качественных исследований. Методы качественных исследований. Цель количественных исследований и их виды. Обработка и анализ данных.

***Тема 6. Стратегическое планирование в маркетинге.***

Содержание разработки маркетинговой стратегии, ее этапы. Стратегические цели маркетинга. Операционный и оперативный маркетинг.

Особенности процесса исследования в сфере визуальных коммуникаций. Ситуационный анализ в рекламной и PR-индустрии. Сбор и анализ информации по медиа активности конкурентов. Методы оценки рекламного бюджета. Медиакарта и пример ее построения. Графический метод оценки конкурентов. Эксперименты в рекламных исследованиях.

***Тема 7. Содержание разработки маркетинговой стратегии, ее этапы.***

Процесс стратегического планирования. Семь взаимосвязанных этапов. Результаты различных эмпирических исследований в Европе и в Соединенных Штатах. Маркетинговая стратегия**.** Цель разработки стратегии. План маркетинговой стратегии.

***Тема 8. Стратегическое планирование рекламы и связей с общественностью.***

Содержание и этапы разработки стратегии Р и СО. Стратегические цели. Эффекты визуальной коммуникации. Разработка уникального торгового предложения. Коммуникационная платформа и атрибуты бренда. Разработка и применение рекламных стратегий.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, семинары, практикумы по решению задач, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

***Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету с оценкой.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

***Методические указания для обучающихся для участия в семинаре в диалоговом режиме***

*Семинарское занятие в диалоговом режиме структурировано следующим образом:*

Вступление преподавателя должно содержать:

- название, сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- живую интересную форму изложения;
- акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой он должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

Обсуждение (диалоговое) целенаправленного конкретного вопроса, сопровождающееся, обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами.

Задача - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Обсуждение может быть свободным и управляемым.

К технике управляемого обсуждения относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность.

***Методические указания для обучающихся по подготовке доклада***

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из

дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);
- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

*Структура выступления.*

Вступление должно содержать:

- название, сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- живую интересную форму изложения;
- акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

***Методические указания для обучающихся по подготовке доклада – презентации***

Доклад – сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному

познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут. Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);
- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию. Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.

2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).

3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.

4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.

5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.

6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).

7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

- готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего;
- план сообщения;
- краткие выводы из всего сказанного;

список использованных источников.

***Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач***

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

*Работа с литературой (конспектирование)*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления

(конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

***Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины***

| **Наименование темы** | **Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение** | **Формы самостоят. работы** | **Форма текущего контроля** |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Целевой маркетинг. Средства визуальной информации. Понятие, сущность и задачи рекламы.* | Понятие и сущность рекламы. Важнейшая задача рекламы. Установление маркетинг микс. Целевые рынки. Привлечение внимания и закрепление в памяти продукта рекламной компании. Способы воздействия рекламных кампаний Правила разработки медиа-программы. Способы создания продукта рекламной кампании. Создание бренда. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка доклада-презентации | Доклад-презентация |
| *Тема 2. Средства рекламы: наружная реклама, прямой отклик, Интернет. Радио и телевидение* | Разработка направлений воздействия. Роль картинки и письменного сообщения в рекламе. Методы создания рекламы для недифференцируемых продуктов, не способных по своей природе вызвать сильный интерес потребителей. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка доклада-презентации. Подготовка к семинарскому занятию. | Доклад-презентация Участие в семинаре в диалоговом режиме |
| *Тема 3. Управление рекламой. Рекламная стратегия.* | Процесс проведения рекламной компании. Медиапланирование. Метод достижения соглашения по стратегическому плану. | Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно | Отчет по практикуму по решению задач |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоят. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| | Профессиональные стандарты во взаимоотношениях со средствами массовой информации. Профессиональные издания в связях с общественностью. | - коммуникационной сети «Интернет» Подготовка отчета по практикуму по решению задач. | |
| *Тема 4. Стимулирование сбыта.* | Стимулирование сбыта. Формы стимулирования продаж. | Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно - коммуникационной сети «Интернет» Подготовка доклада-презентации | Доклад-презентация |
| *Тема 5. Исследования в рекламе. Исследования в маркетинге.* | Связь антропологии, социологии и психологии с рекламой. Этапы исследования в рекламе. Типы рекламных исследований. Цель качественных исследований. Методы качественных исследований. Обработка и анализ данных. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка доклада-презентации. Подготовка к семинарскому занятию. | Доклад-презентация Участие в семинаре в диалоговом режиме |
| *Тема 6. Стратегическое планирование в маркетинге* | Стратегические цели маркетинга. Операционный и оперативный маркетинг. Ситуационный анализ в рекламной и PR-индустрии. Сбор и анализ информации по медиа активности конкурентов. Графический метод оценки конкурентов. | Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно - коммуникационной сети «Интернет» Подготовка доклада-презентации | Доклад-презентация |
| *Тема 7. Содержание разработки маркетинговой стратегии, ее этапы.* | Процесс стратегического планирования. Семь взаимосвязанных этапов. Результаты различных эмпирических исследований в Европе и в Соединенных Штатах. Цель разработки стратегии. План | Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно - коммуникационной сети | Отчет по практикуму по решению задач |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоят. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| | маркетинговой стратегии. | «Интернет» Подготовка отчета по практикуму по решению задач. | |
| *Тема 8. Стратегическое планирование Р и СО* | Стратегические цели. Эффекты визуальной коммуникации. Разработка уникального торгового предложения. Коммуникационная платформа и атрибуты бренда. | Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно - коммуникационной сети «Интернет» Подготовка отчета по практикума по решению задач | Отчет по практикуму по решению задач |

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1. *Завгородняя, А. В.* Маркетинговое планирование : учебное пособие для вузов / А. В. Завгородняя, Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 340 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06590-9. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

*2. Реброва, Н. П.* Стратегический маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 186 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9092-8. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература***

1. *Данько, Т. П.* Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. П. Данько. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 521 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01588-1. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

3. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для вузов /

Н. А. Пашкус [и др.]. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 225 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00742-8. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № п/п | Наименование ресурса | Ссылка |
|---|---|---|
| 1. | Сайт Системы межрегиональных маркетинговых центров. | www.marketcenter.ru |
| 2. | Сайт посвящен проблемам маркетинга и рекламы. | www.sostav.ru |
| 3. | Сайт «Корпоративный менеджмент» (публикации журналов «Маркетинг в России и за рубежом», «Практический маркетинг». | www.cfin.ru |
| 4. | Сайт «Энциклопедия маркетинга» | www.marketing.spb.ru |
| 5. | Сайт электронного журнала по маркетингу. | www.4p.ru |
| 6. | Сайт издательской группы «Дело и сервис». | www.dis.ru |
| 7. | Сайт «Наука о рекламе». | www.advertology.ru |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

При проведении образовательного процесса по дисциплине необходимо наличие:

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)
- Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### *7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины*

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Доклад-презентация | 20-13 – доклад выполнен в соответствии с заявленной темой, презентация легко читаема и ясна для понимания, грамотное использование терминологии, свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик правильно ответил на все вопросы в ходе дискуссии;<br>12-6 – некорректное оформление презентации, грамотное использование терминологии, в основном свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик частично правильно ответил на все вопросы в ходе дискуссии;<br>5-0 и менее – отсутствие презентации, докладчик испытывал затруднения при выступлении и ответе на вопросы в ходе дискуссии видения существующей проблемы, необоснованность выводов, неполнота аргументации собственной точки зрения. |
| 2. | Участие в семинаре в диалоговом режиме | 20-13 — ключевые аспекты темы определены правильно, аргументация логична, подкреплена знанием научных фактов, активное участие в обсуждении.<br>12-6 – ключевые аспекты темы определены правильно, аргументация представлена только на одном из уровней мышления;<br>5-3 – ключевые аспекты темы определены в основном правильно, ответ является достаточным, хотя и не всегда аргументированным.<br>2-0 – вопросы и ответы не раскрывают специфику вопроса, отсутствует аргументация, не используется профессиональная лексика. |
| 3. | Практикум по решению задач | 20-16 — все пункты практикума представлены и раскрыты полно, выполнен качественный всесторонний анализ, подготовлен полный отчет в формате презентации.<br>15-11 – практикум выполнен в основном полно, не все вопросы раскрыты достаточно, анализ и презентация с незначительными пробелами;<br>10-6 – не все пункты практикума проанализированы, есть ошибки в анализе и представлении отчета в виде презентации.<br>5-0 – практикум выполнен наполовину, пропущены ключевые пункты анализа, презентация сделана с ошибками или не представлена вовсе. |

## *Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости*

### ***Типовые темы докладов-презентаций***

1. Визуальные компоненты в рекламе как предмет семиотического анализа.

2. История рекламы. Реклама Западной Европы в России.

3. Классификация рекламы.

4. Понятие средств рекламы.

5. Критерии выбора каналов рекламы

6. Реклама в газетах

7. Реклама на радио

8. Достоинства радиорекламы

9. Классификация рекламных средств

10. Основные средства рекламы

11. технологии фоторекламы

12. Законы восприятия

13. Являются ли наглядные пособия четкими, простыми, доступными, визуально интересными?

14. Оправдано ли использованы статистические и нестатистические визуальные средства?

15. Используются ли простые и понятные образцы и иллюстрации?

16. Продуманно ли используются рисунки и фотографии?

17. Использован ли цвет?

18. Используются ли символы для упрощения восприятия?

19. Каждая газета имеет свою целевую аудиторию, которая определяется размером тиража, профессиональными и социально-демографическими характеристиками.

20. У газет более длительный контакт с потребителем.

21. Реклама в газетах.

22. одно из наиболее эффективных средств передачи рекламного сообщения, вследствие высокого уровня избирательности.

23. Особенно хороши журналы для имиджевой рекламы.

24. Специализация журналов

25. Наружная реклама используется как для напоминающей рекламы, так и в качестве средства привлечения внимания целевой аудитории.

26. Реклама на радио — самый всепроникающий и общедоступный канал распространения рекламы, так называемая «реклама быстрого реагирования

27. Интернет-реклама может быть использована как самостоятельный канал распространения рекламы, так и вкупе с другими средствами, как дополнительная и поддерживающая реклама.

28. Прямой маркетинг

## ***Типовые вопросы для семинара в диалоговом режиме***

1. Создание рекламного текста

2. Концепция, ориентированная на продажу

3. Помощь потребителю в выборе товаров и услуг;

4. Формирование у потребителя определённого уровня знаний о данном товаре, услуге;

5. Формирование потребности в данном товаре, услуге;

6. Формирование у потребителя определённого образа фирмы и благожелательного отношения к ней;

7. Побуждение к приобретению именно данного товара у данной фирмы;

8. Стимулирование сбыта товара или услуг;

9. Ускорение товарооборота;

10. Формирование у других фирм образа надёжного партнёра.

11. Организация рекламной кампании

12. Выбор целей и постановка задач.

13. Определение целевой аудитории.

14. Выделение рекламного бюджета.

15. Разработка рекламного сообщения.

16. Выбор каналов распространения рекламного сообщения.

17. Оценка эффективности рекламной кампании.

18. Рекламная деятельность заключается в достижении определённых целей с помощью рекламной стратегии и тактики

19. Основные функции, отражающие содержательную сущность рекламного воздействия

20. Место в институциональной структуре сфер жизни общества

21. Единично целевая ориентированная на целевые группы потребительская

22. Средства распространения : демонстрационные, изобразительно-словесные, демонстрационно-изобразительные

***<u>Типовые задания для практикума по решению задач</u>***

После освоения базовых аспектов теории стратегического планирования студентам поручается выполнение практикумов в составе рабочей группы (не более 3-х человек). Предприятие выбирается студентами самостоятельно.

Практикум 1. Примерная структура маркетингового стратегического плана организации:

1. Видение и миссия фирмы

2. Стратегический период (горизонт) планирования

Стратегический период (горизонт планирования) – ограниченный временной промежуток будущего, в течение которого фирма просматривает перспективы своего развития с достаточной степенью определенности.

Заинтересованные группы и их ценности

Заинтересованные группы – группы лиц или организаций, получающих те или иные положительные или отрицательные эффекты в результате функционирования фирмы:

акционеры (собственники);

наемный персонал (высший менеджмент, обычные сотрудники);

потребители;

опосредованные пользователи;
общественные и политические организации;
государство;
международные коммерческие и некоммерческие организации.

Практикум 2. Общий анализ рыночной ситуации
Макроэкономическая ситуация
Анализ отраслевой структуры и общая оценка границ рынка
Определение границ рынка (территориальных, потребительских, функциональных, продуктовых)
Анализ структуры рынка (товарно-родовой, товарно-типовой, товарно-видовой рынок
Анализ тенденций спроса
Анализ тенденций конкуренции
Анализ уровня развития фирмы (ключевых компетенций)
Анализ бизнес-портфеля
Анализ рыночных возможностей и угроз

Практикум 3. Формулировка стратегий корпоративного уровня
Содержание общекорпоративной стратегии – координация усилий и ресурсов всех направлений бизнеса компании.
Общая рыночная стратегия.
Стратегия общего лидерства по издержкам.
Стратегия дифференцирования.
Стратегия концентрации.
Качество и темпы роста (экстенсивный, интенсивный, интеграционный, диверсификационный).
Определение и обоснование бизнес-портфеля на стратегическую перспективу.
Определение состава и структуры СБЕ.
Принципы распределения ресурсов и приоритетов между СБЕ.
Стратегия партнерства
Продуктовое партнерство
Ценовое партнерство
Партнерство в продвижении
Партнерство в распределении
Разработка стратегий на дивизиональном уровне
Разработка стратегий бизнес-единиц
Бизнес-миссия СБЕ – конкретизированная для данного направления общая цель функционирования на планируемый период.
Стратегические рыночные цели и общие принципы рыночного развития
Анализ достигнутого уровня развития (объемы продаж в целом, в отраслевом и рыночном разрезах, темпы роста за последние 5-10 лет.
Анализ маркетинговых возможностей.
Стратегия сегментирования, дифференцирования и позиционирования.

Продуктовая стратегия.
Ценовая стратегия.
Стратегия распределения и сбыта.
Стратегия продвижения.
Стратегия конкуренции.
Стратегия взаимодействия (партнерства).

Содержательная часть практикумов оформляется в формате презентации. Сама презентация проходит в интерактивной форме на экзамене перед группой, студенты сами оценивают качество работы своих коллег путем составления рейтинга выполненной презентации. Работа выполняется на листах формата А4 с тит. листом и дополняется презентацией.

### *7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации*

Промежуточная аттестация по дисциплине «проводится в форме зачета и экзамена.

| № | Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя.<br><br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающегося принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>Задания №3 – задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале:<br>Задание 1: 0-30 баллов<br>Задание 2: 0-30 баллов<br>Задание 3: 0-40 баллов<br>**«Зачтено»**<br>**– 90-100** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>**– 70 -89** – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения заданий правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>**– 50 - 69** – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задание решено частично.<br>**«Не зачтено»**<br>**– менее 50** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены. |
| 2. | Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:<br><br>Задание №1 – теоретический вопрос на | Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:<br>Задание 1: 0-30 баллов<br>Задание 2: 0-30 баллов<br>Задание 3: 0-40 баллов |

| № | Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| | знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-70 и более (хорошо) –** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Ход решения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-50 и более (удовлетворительно) –** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены частично.<br>**-Менее 50 (неудовлетворительно)** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены |

## *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

## 5 семестр - зачет

***Задания 1-го типа***

1. Целевой маркетинг.
2. Средства визуальной информации.
3. Понятие, сущность и задачи рекламы. Важнейшая задача рекламы.
4. Этапы маркетинговой стратегии.
5. Определение, выявление целевого рынка. Определяющий момент в формировании рекламной стратегии.
6. Цель маркетинга.
7. Установление маркетинг микс.
8. Целевые рынки. Привлечение внимания и закрепление в памяти продукта рекламной кампании.
9. Способы воздействия рекламных кампаний.
10. Правила разработки медиа-программы.
11. Способы создания продукта рекламной кампании. Создание бренда.
12. Быстрое осуществление коммуникаций и фиксация ассоциаций. Средства быстрого воздействия на покупателя.
13. Разработка направлений воздействия.

14. Роль картинки и письменного сообщения в рекламе. Методы создания рекламы для недифференцируемых продуктов, не способных по своей природе вызвать сильный интерес потребителей.

15. Условия создания удачной рекламы.

16. Понятие рекламной стратегии.

17. Процесс проведения рекламной кампании.

18. Медиапланирование. Метод достижения соглашения по стратегическому плану.

19. Подготовка материалов для СМИ.

20. Профессиональные стандарты во взаимоотношениях со средствами массовой информации.

21. Профессиональные издания в связях с общественностью.

22. Эффективное стимулирование продаж.

23. Условия предоставления потребителям полезной информации о продукте.

24. Стимулирование сбыта.

25. Формы стимулирования продаж.

***Задания 2 типа***

1. Пример целевого маркетинга крупной международной компании.

2. Пример использования целевого маркетинга отечественными предприятиями среднего и малого бизнеса.

3. Пример использования средства рекламы: наружная реклама, по связям с общественностью.

4. Применение методов исследования эффективности наружной рекламы в интегрированной кампании, включающей связи с общественностью.

5. Примение наружной рекламы по связям с общественностью в антикризисной ситуации отечественной компании.

6. Пример медиапроекта использования наружной рекламы по установлению связи с общественностью.

7. Недостатки, ошибки современных кампаний в презентациях по связям с общественностью.

8. Кампания, интегрирующая связи с общественностью и рекламу.

9. Основные цели и задачи рекламной кампании и ее типы.

10. Пример планирования стратегии рекламной кампании.

11. Пример рекламной стратегии.

12. Пример медиамикса видов, средств и каналов рекламы.

13. Пример графика рекламной кампании.

14. Пример расчета эффективности рекламной.

15. Пример аудита маркетинговых коммуникаций на зрелищных мероприятиях.

16. Основные рекламные средства при подготовке и осуществлении зрелищных мероприятий.

17. Пример плана подготовки и проведения маркетинговых

коммуникаций на зрелищных мероприятиях.

18. Пример бюджета зрелищного мероприятия.

19. Пример оценки эффективности и использования целевой маркетинговой коммуникации.

20. Пример эффективной рекламной стратегии в маркетинге.

21. Пример межкультурных коммуникаций для международного маркетинга.

22. Примеры эффективности рекламных коммуникаций.

23. Примеры барьеров рекламной стратегии.

24. Факторы повышения эффективности рекламной стратегии.

25. Проанализирйуте принципы создания рекламной стратегии на конкретном примере.

***Задания 3 типа***

Представить кейс «Разработка рекламной кампании» и вариант его решения. Исходные данные (кейс) обучающийся формулирует самостоятельно.

Задачи обучающегося при составлении кейса:

- Выбрать рекламную кампанию существующего бренда
- Определить целевой рынок визуальных коммуникаций
- Определить коммуникационный микс средств маркетинговой коммуникации.
- Определить место и роль визуальных коммуникаций для каждого рекламного средства.

Область спроса торговой марки / бренда, для которого разрабатывается стратегическое планирование с помощью визуальных коммуникаций:

1. Автомобили премиум-класса.
2. Автомобили среднего класса.
3. Женская одежда и аксессуары.
4. Мужская одежда и аксессуары.
5. Ювелирные украшения.
6. Мобильная связь.
7. Бытовая техника и электроника.
8. Мебель и предметы интерьера.
9. Средства массовой информации.
10. Пассажирские перевозки.
11. Цветы и подарки.
12. Канцелярские товары.

**6 семестр - экзамен**

***Задания 1 типа***

Теоретические вопросы на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющие оценить степень владения

обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними:

1. Как рекламодатели используют исследования.
2. Роль менеджера, планирующего работу с клиентом**.**
3. Связь антропологии, социологии и психологии с рекламой.
4. Этапы исследования в рекламе. Типы рекламных исследований.
5. Качественные и количественные исследования.
6. Цель качественных исследований. Методы качественных исследований.
7. Цель количественных исследований и их виды. Обработка и анализ данных.
8. Содержание разработки маркетинговой стратегии, ее этапы.
9. Стратегические цели маркетинга.
10. Операционный и оперативный маркетинг.
11. Особенности процесса исследования в сфере визуальных коммуникаций.
12. Ситуационный анализ в рекламной и PR-индустрии.
13. Сбор и анализ информации по медиа активности конкурентов.
14. Методы оценки рекламного бюджета.
15. Медиакарта и пример ее построения.
16. Графический метод оценки конкурентов.
17. Эксперименты в рекламных исследованиях.
18. Процесс стратегического планирования. Семь взаимосвязанных этапов.
19. Результаты различных эмпирических исследований в Европе и в Соединенных Штатах.
20. Маркетинговая стратегия**.** Цель разработки стратегии.
21. План маркетинговой стратегии.
22. Содержание и этапы разработки стратегии Р и СО.
23. Стратегические цели.
24. Разработка уникального торгового предложения.
25. Коммуникационная платформа и атрибуты бренда.
26. Разработка и применение рекламных стратегий.

***Задания 2 типа***

Задания на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности:

1. Получение информации от клиента как инструмент аудита бренда. Преимущества и недостатки
2. Сбор и анализ из первичных и вторичных источников информации (рынок, потребитель, конкуренты, и.т.п.)
3. Анализ креативных стратегий конкурентов
4. Сбор и анализ информации по медиа активности конкурентов

5. Основные этапы разработки концепции коммуникационной программы

6. Выработка реальных целей и задач для кампании

7. Составление коммуникационной стратегии

8. Составление креативного и медийного брифа

9. Внутренние обсуждение промежуточных концепций

10. Оценка возможностей по тестированию финальных концепций

11. Источники получения данных для проведения визуального аудита бренда

12. Медиа стратегия и тактика

13. Этапы разработки стратегической визуальной коммуникационной кампании

14. Оценка возможностей по трекингу и механизмы его осуществления

15. Менеджмент трекинговых исследований

16. Адаптация творческих материалов и стратегий в случае возникновения кризисной ситуации

17. Отслеживание достигнутых результатов, посткампейн анализ

18. Корректировка стратегии и тактики медиа

19. Оценка результатов корректировки и стратегии

20. Достоинства и недостатки каналов продвижения рекламы

21. Технология выбора целевых групп

22. Экономические обоснования увеличения и/или уменьшения рекламы

23. Виды рекламы, которые недооцениваются в настоящее время

24. Цели разработки рекламных программ

25. Виды рекламных программ

***Задания 3 типа***

Представить кейс «Стратегическое планирование визуальных коммуникаций в маркетинге и рекламе» и вариант его решения. Исходные данные (кейс) обучающийся формулирует самостоятельно.

Задачи обучающегося при составлении кейса:

- Определить этапы планирования
- Определить визуальные коммуникации, которые используются.
- Определить каналы коммуникации
- Сформулировать показатели эффективности планирования.
- Сформировать полученный результат

Область спроса торговой марки / бренда, для которого разрабатывается стратегическое планирование:

1. Сетевая розничная торговля продуктами питания.
2. Сетевая розничная торговля непродовольственными товарами.
3. Детские товары.
4. Отечественные продукты питания.
5. Лекарственные препараты.

6. Ювелирные украшения.
7. Бытовые услуги.
8. Банковские услуги.
9. Образование и просвещение.
10. Политическая партия.
11. Книжно-журнальная продукция.
12. Туризм и рекреация.
13. Мобильная связь.
14. Бытовая техника и электроника.
15. Парфюмерия и косметика.
16. Мебель и предметы интерьера.
17. Средства массовой информации.
18. Пассажирские перевозки.
19. Цветы и подарки.
20. Сеть автозаправочных станций.

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

## Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ ..... 3

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ..... 5

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ..... 7

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 9

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 10

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 17

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ..... 19

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 N 512.

Дисциплина «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» ориентирована на получение обучающимися системного представления о государственно-правовых явлениях, гражданском обществе и правовом государстве; повышение уровня их правового сознания и правовой культуры, позволит правильно применять законодательство для качественной организации профессиональной деятельности.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 6 семестре.

**Цель и задачи дисциплины**

***Цель изучения дисциплины*** – формирование у обучающихся необходимых компетенций для успешного освоения образовательной программы, в том числе усвоение основных особенностей правовой системы Российской Федерации, в том числе частноправового регулирования имущественных и связанных с ними личных неимущественных отношений, возникающих между юридически равными участниками правоотношений, а также особенности российского государства с точки зрения его устройства и функционирования.

**Цель и задачи дисциплины**

***Цель изучения дисциплины*** – формирование у обучающихся необходимых компетенций для успешного освоения образовательной программы, в том числе усвоение основных особенностей правовой системы Российской Федерации, в том числе частноправового регулирования имущественных и связанных с ними личных неимущественных отношений, возникающих между юридически равными участниками правоотношений, а также особенности российского государства с точки зрения его устройства и функционирования.

***Задачи изучения дисциплины***:

– формирование у обучающихся устойчивой системы знаний о правовом регулирование рекламной и PR деятельности,

– формирование у обучающихся устойчивого понимания и содержании информации, рекламы, связей с общественностью,

– формирование у обучающихся устойчивой системы знаний об общих и специальных требованиях к рекламе,

– формирование у обучающихся устойчивой системы знаний основ правового регулирования политической рекламы, предвыборной агитации, PR-деятельности в политике,

– формирование у обучающихся устойчивой системы знаний основ гражданско-правовых отношений в сфере распространения информации,

– формирование у обучающихся устойчивой системы знаний основ договоров в сфере рекламы и PR,

– формирование у обучающихся устойчивых знаний правовых основ защиты информации,

– формирование у обучающихся устойчивой системы знаний основ правовой охраны интеллектуальной собственностью в сфере рекламной и PR деятельности,

– формирование у обучающихся устойчивой системы знаний основ правовых основ рекламной деятельности,

– формирование у обучающихся устойчивой системы знаний основ правового статуса субъектов рекламной деятельности,

– формирование у обучающихся устойчивой системы знаний основ ответственности за нарушение законодательства о рекламе.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | выпускник должен знать | выпускник должен уметь | выпускник должен иметь практический опыт | |
| Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования | **ОПК-5** | **ОПК-5.1.** Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровне | Законы и нормативные акты, регулирующие развитие разных медиакоммуникационных систем на разных уровнях | Анализировать законы и нормативные акты | Применения законов и нормативных актов, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на разных уровнях | Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа |
| | | **ОПК-5.2.** Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы | Правовую культуру | Применять профессиональные навыки и умения с учетом правовой сферы | Анализа профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы | Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа |
| Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной | **ОПК-7** | **ОПК-7.1.** Знает цеховые принципы социальной ответственнос | Сущность профессиональных действий в сфере рекламы и связей с | Учитывать правовые и этические нормы регулировани | Анализа правового поля сферы рекламы и связей с | Контактная работа: Лекции Практические занятия |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| деятельности, следуя принципам социальной ответственности | | ти, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности | общественностью | я профессиональной деятельности | общественностью | Самостоятельная работа |
| | | **ОПК-7.2.** Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом | Механизм отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью | Осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом | Отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом | Контактная работа:<br>Лекции<br>Практические занятия<br>Самостоятельная работа |

# 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| ***Очная форма*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1. Введение в «Правовое регулирование рекламной и PR деятельности».* | 3 | | | | | | | | | 8 | Эссе /5 |
| *Тема 2. Понятие и содержание информации, рекламы, связей с общественностью.* | 3 | 2 | | | | | | | | 8 | Доклад /5 |
| *Тема 3. Общие и специальные требования к рекламе.* | 2 | 2 | | | | | | | | 8 | Практическое домашнее задание /5 Доклад /5 |
| *Тема 4. Правовое регулирование политической рекламы, предвыборной агитации, PR-деятельности в Политике.* | 2 | 4 | | | | | | | | 8 | Доклад /5 |
| *Тема 5. Гражданско-правовые отношения в сфере распространения информации. Договоры в сфере рекламы и PR.* | 2 | 4 | | | | | | | | 8 | Практическое домашнее задание /5 Доклад /5 |
| *Тема 6. Договоры в сфере рекламы и PR.* | 2 | 2 | | | | | | | | 8 | Доклад /5 |
| *Тема 7. Правовая охрана интеллектуальной собственностью в сфере рекламной и PR деятельности.* | 2 | | 2 | | | | | | | 8 | Отчет по практикуму по решению задач /5 |
| *Тема 8. Правовые основы защиты Информации.* | 2 | | 2 | | | | | | | 8 | Отчет по практикуму по решению задач /5 |
| *Тема 9. Правовые основы рекламной деятельности.* | 2 | | 2 | | | | | | | 7 | Отчет по практикуму по решению задач /5 |
| *Тема 10. Правовой* | 2 | | 2 | | | | | | | 7 | Отчет по |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| *статус субъектов рекламной деятельности.* | | | | | | | | | | | практикуму по решению задач /5 |
| *Тема 11. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе.* | 2 | 2 | | | | | | | | 7 | Практическое домашнее задание /5 Доклад /5 |
| *Тема 12. Правовое регулирование связей с общественностью* | 2 | 2 | | | | | | | | 7 | Практическое домашнее задание /5 Доклад /5 |
| **Всего:** | **26** | **18** | **8** | | | | | | | **92** | **100 (ТКУ+ПА)** |
| **Контроль, час** | **0** | | | | | | | | | | **Зачет (20 из 100)** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **144** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **4** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Введение в «Правовое регулирование рекламной и PR деятельности».***

Предмет, цель и задачи в системе коммуникаций. Реклама как понятие и объект правового регулирования. Информация как понятие и объект правового регулирования. Связи с общественностью как понятие и объект правового регулирования.

***Тема 2. Понятие и содержание информации, рекламы, связей с общественностью.***

Понятие, принципы, система информационного права. Информация и ее виды. Понятие рекламного права и рекламного законодательства. Реклама как информация для потребителей.

***Тема 3. Общие и специальные требования к рекламе***

Правовое обеспечение рекламы. Объекты и субъекты авторского права в рекламе. Правовые особенности рекламы по заключению договоров. Права на использование в рекламе произведений науки, литературы и искусства.

***Тема 4. Правовое регулирование политической рекламы, предвыборной агитации, PR-деятельности в политике.***

Понятие политической рекламы. Понятие предвыборной агитации. Требования, предъявляемые к характеру информации, распространяемой через СМИ в период выборов. Запрет на предвыборную агитацию представителями СМИ.

***Тема 5. Гражданско-правовые отношения в сфере распространения информации.***

Правовое регулирование договоров в сфере рекламы. Обязательства в сфере рекламы. Договоры в сфере рекламы. Договоры в сфере связью с общественностью.

***Тема 6. Договоры в сфере рекламы и PR.***

Понятия договора, сделки. Порядок заключения, изменения, расторжения договоров. Принципы и способы обеспечения исполнения обязательств. Содержание договоров в рекламе.

***Тема 7. Правовая охрана интеллектуальной собственностью в сфере рекламной и PR деятельности***

Понятие интеллектуальной собственности. Охрана авторских прав на рекламные идеи и решения. Правовая защита товарных знаков и других форм интеллектуальной собственности. Виды интеллектуальной собственности.

***Тема 8. Правовые основы защиты информации***

Правовое регулирование отношений, связанных с режимом коммерческой тайны. Правовое регулирование электронного документооборота. Правовое регулирование отношений в области связи и массовых коммуникаций. Правовое регулирование отношений в сфере организации и деятельности средств массовой информации.

***Тема 9. Правовые основы рекламной деятельности.***

Законодательство о рекламе. Законодательное регулирование правоотношения субъектов рекламной деятельности. Способы правового регулирования рекламных отношений. Положения, регулирующие рекламную деятельность как вид предпринимательской деятельности.

***Тема 10. Правовой статус субъектов рекламной деятельности***

Права и обязанности участников рекламной деятельности. Рекламная деятельность как коммерческая деятельность на профессиональной основе. Рекламодатели, производители рекламы, распространители рекламы, потребители рекламы, спонсоры и антимонопольные органы. Осуществлением рекламной деятельности, в соответствии с действующим гражданским законодательством.

***Тема 11. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе.***

Нарушение субъектами требований законодательства о рекламе. Ответственность за нарушение рекламного законодательства. Правонарушения в сфере рекламы. Законодательство в сфере правонарушений рекламной деятельности.

***Тема 12. Правовое регулирование связей с общественностью***

Рекламная деятельность в соответствии с законом «О рекламе». Законодательные акты, регламентирующие рекламную деятельность и связь с общественностью. Правовые нормы, определяющие деятельность в сфере рекламы. Информационное законодательство, как нормативное регулирование в связях с общественностью.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как: лекции, семинары, практические занятия, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

***Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету с оценкой.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

***Методические указания для обучающихся при работе на семинаре***

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов одногруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь

подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

***Методические указания для обучающихся по подготовке эссе***

Эссе — это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем. Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

Структура эссе определяется предъявляемыми к нему требованиями:

1. мысли автора эссе по теме излагаются в форме кратких тезисов (Т).

2. мысль должна быть подкреплена доказательствами - поэтому за тезисом следуют аргументы (А).

Аргументы — это факты, явления общественной жизни, события, жизненные ситуации и жизненный опыт, научные доказательства, ссылки на мнение ученых и др. Лучше приводить два аргумента в пользу каждого тезиса: один аргумент кажется неубедительным, три аргумента могут "перегрузить" изложение, выполненное в жанре, ориентированном на краткость и образность.

Таким образом, эссе приобретает кольцевую структуру (количество тезисов и аргументов зависит от темы, избранного плана, логики развития мысли):

- вступление
- тезис, аргументы
- тезис, аргументы
- тезис, аргументы
- заключение.

При написании эссе важно также учитывать следующие моменты:

1. Вступление и заключение должны фокусировать внимание на проблеме (во вступлении она ставится, в заключении - резюмируется мнение автора).

2. Необходимо выделение абзацев, красных строк, установление логической связи абзацев: так достигается целостность работы.

3. Стиль изложения: эссе присущи эмоциональность, экспрессивность, художественность. Специалисты полагают, что должный эффект обеспечивают короткие, простые, разнообразные по интонации предложения, умелое использование "самого современного" знака препинания - тире.

***Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач***

Практикум по решению задач – это аудиторная форма текущего контроля, предполагающая решение обучающимися практических задач

предметной области с целью выработки навыков их решения.

Текст задачи, как правило, описывает реально существующую, житейскую ситуацию. Следовательно, как и описание любой жизненной ситуации, задачный текст, как правило, “зашумлен”, избыточен, то есть может иметь ряд подробностей, не относящихся к сути задачи. Текст задачи, чаще всего, не указывает на способы и средства ее решения.

Перед выполнением практикума по решению задач необходимо изучить материал лекции и рекомендованную преподавателем литературу. При выполнении практикума по решению задач необходимо аргументировать ответы на вопросы ссылками на нормы права. Ответы должны быть полными и исчерпывающими, содержать авторское мнение по существу вопроса.

***Методические указания для обучающихся по подготовке доклада***

*Доклад* — это форма текущего контроля успеваемости, включающая самостоятельную работу обучающегося по подготовке презентации и аудиторную работу – выступление перед аудиторией.

Темы докладов, как правило, предлагает преподаватель, но обучающийся может сформулировать тему доклада самостоятельно и, согласовав её с преподавателем, затем выступить с докладом по ней.

Структура доклада должна включать:

- введение,
- основную часть,
- заключение.

В введении доклада рекомендуется сформулировать проблему (1-3 предложения), рассматриваемую в рамках доклада и обосновать актуальность проблемы (ответить на вопрос о том, почему сформулированную проблему нужно решать, т.е. какие негативные последствия могут возникнуть, если проблему не решить).

В основную часть доклада помимо рекомендуется включить:

1. Анализ теории по теме доклада, в первую очередь – анализ понятийно-категориального аппарата (какие есть основные понятия и категории по теме доклада, какие закреплены законодательно, а какие нет; достаточно ли существующего понятийно-категориального аппарата; достаточно выверен понятийно-категориальный аппарат, есть ли в нем противоречия и пробелы).
2. Анализ правоприменительной практики по теме доклада (какие есть интересные правовые позиции судей, должностных лиц, органов власти, изложенные в судебных решениях, письмах, инструкциях, положениях, рекомендациях и т.д.).
3. Анализ отечественного и зарубежного опыта решения выявленных проблем:

- как предлагают решить проблему в России,
- как предлагают решить проблему за рубежом (или как уже решили).

4. Предложения по решению проблемы, которые могут быть как исключительно оригинальными, так и построенными на основе позиций

исследователей. Предлагаемые способы решения проблем должны быть аргументированными и носить конкретный характер (например, содержать конкретные формулировки текста статей, которые предлагается включить в текст закона).

Тезисы, излагаемые в основной части доклада, рекомендуется иллюстрировать фактическими данными, в т.ч. приводить статистические данные и иные данные, имеющие количественные и качественные показатели, подготовленные авторитетными организациями и учеными.

Заключение, как правило, включает выводы по теме доклада, т.е. тезисное изложение ключевых положений доклада, в первую очередь, предложений или направлений по решению выявленных проблем. Выводы рекомендуется сформулировать кратко и исчерпывающе.

Докладчик в целом должен:

– хорошо ориентироваться в содержании доклада,

– владеть понятийно-категориальным аппаратом по теме доклада,

– подтверждать тезисы доклада примерами отечественной и зарубежной правоприменительной практики, ссылками на нормативно-правовые акты,

– иллюстрировать доклад презентационными материалами и, по возможности, разработочными материалами, которые должны не дублировать, а дополнять выступление докладчика. Иллюстрации в презентации должны быть достаточными, но не чрезмерными, способствовать донесению до аудитории информации, напрямую относиться к теме доклада. Используемые картинки не должны носить абстрактный характер. В презентации желательно наличие графиков и таблиц.

– быть готов ответить на вопросы аудитории по содержанию доклада.

***Методические указания для обучающихся по выполнению практического домашнего задания***

Практическое домашнее задание – это самостоятельная форма работы обучающихся, предполагающая решение обучающимися практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Текст задачи, как правило, описывает реально существующую, житейскую ситуацию. Следовательно, как и описание любой жизненной ситуации, задачный текст, как правило, “зашумлен”, избыточен, то есть может иметь ряд подробностей, не относящихся к сути задачи. Текст задачи, чаще всего, не указывает на способы и средства ее решения.

Перед выполнением практического домашнего задания необходимо изучить материал лекции и рекомендованную преподавателем литературу. При решении задач необходимо аргументировать ответы на вопросы ссылками на нормы права. Ответы должны быть полными и исчерпывающими, содержать авторское мнение по существу вопроса.

При сдаче задания проверку рекомендуется сначала привести полный

текст задания, затем первый вопрос с ответом на него, затем второй вопрос с ответом на него и т.д.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

*Работа с литературой (конспектирование)*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

***Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины***

| **Наименование темы** | **Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение** | **Формы самостоят. работы** | **Форма текущего контроля** |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Введение в «Правовое регулирование рекламной и PR* | 1. Предмет, цель и задачи в системе коммуникаций. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. | Эссе |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоят. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| *деятельности».* | | Подготовка эссе. | |
| *Тема 2. Понятие и содержание информации, рекламы, связей с общественностью* | 1. Понятие, принципы, система информационного права. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка к выступлению с докладом. | Доклад |
| *Тема 3. Общие и специальные требования к рекламе.* | 1. Правовое обеспечение рекламы. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Выполнение практического домашнего задания, подготовка к выступлению с докладом. | Практическое домашнее задание Доклад |
| *Тема 4. Правовое регулирование политической рекламы, предвыборной агитации, PR-деятельности в Политике.* | 1. Понятие политической рекламы. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка к выступлению с докладом. | Доклад |
| *Тема 5. Гражданско-правовые отношения в сфере распространения информации. Договоры в сфере рекламы и PR.* | 1. Правовое регулирование договоров в сфере рекламы. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Выполнение практического домашнего задания, подготовка к выступлению с докладом. | Практическое домашнее задание Доклад |
| *Тема 6. Договоры в сфере рекламы и PR.* | 1. Понятия договора, сделки. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка к выступлению с докладом. | Доклад |
| *Тема 7. Правовая охрана интеллектуальной собственностью в сфере рекламной и PR деятельности.* | 1. Понятие интеллектуальной собственности. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка к практикуму по решению задач. | Практикум по решению задач |
| *Тема 8. Правовые основы защиты Информации.* | 1. Правовое регулирование отношений, связанных с режимом коммерческой тайны. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка к практикуму по решению задач. | Практикум по решению задач |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоят. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| *Тема 9. Правовые основы рекламной деятельности.* | 1. Законодательство о рекламе. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка к практикуму по решению задач. | Практикум по решению задач |
| *Тема 10. Правовой статус субъектов рекламной деятельности.* | 1. Права и обязанности участников рекламной деятельности. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка к практикуму по решению задач. | Практикум по решению задач |
| *Тема 11. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе.* | 1. Права и обязанности участников рекламной деятельности. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Выполнение практического домашнего задания, подготовка к выступлению с докладом. | Практическое домашнее задание Доклад |
| *Тема 12. Правовое регулирование связей с общественностью* | 1. Рекламная деятельность в соответствии с законом «О рекламе». | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Выполнение практического домашнего задания, подготовка к выступлению с докладом. | Практическое домашнее задание Доклад |

# 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1. Хомяков, В. И. Правовое регулирование средств массовой информации и рекламы : учебное пособие / В. И. Хомяков, В. А. Егошкина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. – 264 с. : ил. – https://www.iprbookshop.ru.

2. Актуальные проблемы современной политики и ее научной интерпретации : учебное пособие : [16+] / И. А. Ветренко, М. Н. Грачев, В. В. Дубицкий и др. ; Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского. – Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2018. – 422 с. : табл., ил. – https://www.iprbookshop.ru.

***Дополнительная литература***

1. Актуальные вопросы политической науки и практики : учебное

пособие : [16+] / И. А. Ветренко, Н. В. Кефнер, Д. А. Коновалов и др. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 346 с. : табл. – https://www.iprbookshop.ru.

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № п/п | Наименование ресурса | Ссылка |
|---|---|---|
| 1. | Собрание законодательства Российской Федерации | http://www.szrf.ru/szrf |
| 2. | Конституционный Суд Российской Федерации | http://www.ksrf.ru |
| 3. | Президент Российской Федерации | http://www.kremlin.ru |
| 4. | Правительство Российской Федерации | http://government.ru |
| 5. | Официальная Россия. Сервер органов государственной власти Российской Федерации. | http://www.gov.ru |
| 6. | Государственная Дума Федерального Собрания Российской Федерации | http://www.duma.gov.ru |
| 7. | Российская национальная библиотека. | http://www.nlr.ru |
| 9. | Сайт МВД РФ | http://www.mvd.ru/ |
| 10. | Министерство юстиции Российской Федерации | http://www.minjust.ru |
| 11. | Сайт Следственного комитета РФ | http://sledcom.ru/ |
| 12. | Сайт Генеральной прокуратуры РФ | http://genproc.gov.ru/ |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

При проведении образовательного процесса по дисциплине необходимо наличие:

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)
- Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### *7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины*

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Эссе | Эссе должно отвечать следующим требованиям:<br>1. терминологический аппарат применяется корректно, отсутствует подмена одного термина другим; |

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| | | 2. мысли автора подкреплены доказательствами и примерами;<br>3. вступление и заключение фокусируют внимание на проблеме (во вступлении она ставится, в заключении - резюмируется мнение автора);<br>4. отсутствуют фактологические ошибки;<br>5. отсутствуют логические ошибки, в тексте прослеживается причинно-следственная связь.<br><br>**5 баллов –** эссе отвечает всем требованиям.<br>**4 балла –** эссе не отвечает одному требованию.<br>**3 балла** – эссе не отвечает двум требованиям.<br>**2 балла** – эссе не отвечает трем требованиям.<br>**1 балл** – эссе не отвечает четырем требованиям.<br>**0 баллов** – эссе полностью не отвечает требованиям. |
| 2. | Практикум по решению задач | Решение задания, выполненного в рамках практикума по решению задач, должно отвечать следующим требованиям:<br>1. терминологический аппарат применяется корректно, отсутствует подмена одного термина другим;<br>2. ответы на вопросы задания аргументированы ссылками на конкретные статьи нормативных правовых актов;<br>3. отсутствуют фактологические ошибки;<br>4. отсутствуют логические ошибки, в ответах на вопросы прослеживается причинно-следственная связь,<br>5. ответы на вопросы исчерпывающие и полные.<br><br>**5 баллов –** решение задачи отвечает всем требованиям.<br>**4 балла –** решение задачи не отвечает одному требованию.<br>**3 балла** – решение задачи не отвечает двум требованиям.<br>**2 балла** – решение задачи не отвечает трем требованиям.<br>**1 балл** – решение задачи не отвечает четырем требованиям.<br>**0 баллов** – решение задачи полностью не отвечает требованиям |
| 3. | Доклад | Текст доклада должен отвечать следующим требованиям:<br>1. терминологический аппарат применяется корректно, отсутствует подмена одного термина другим;<br>2. тезисы доклада подтверждаются примерами отечественной и (или) зарубежной правоприменительной практики;<br>3. автор доклада ссылается на нормативно-правовые акты;<br>4. отсутствуют логические ошибки, прослеживается причинно-следственная связь;<br>5. отсутствуют фактологические ошибки.<br><br>**3 балла –** доклад отвечает всем требованиям.<br>**2 балла –** доклад не отвечает одному требованию.<br>**1 балл** – доклад не отвечает двум требованиям.<br>**0 баллов** – доклад не отвечает трем и более требованиям.<br><br>Презентация должна отвечать следующим требованиям:<br>1. иллюстрации достаточные, но не чрезмерные и способствуют донесению до аудитории информации, напрямую относятся к теме доклада, не носят абстрактный |

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| | | характер;<br>2. содержание презентации коррелирует с текстом доклада.<br><br>**2 балла** – презентация отвечает всем требованиям.<br>**1 балл** – презентация отвечает 1 требованию<br>**0 баллов** – презентация полностью не отвечает требованиям. |
| 4. | Практическое домашнее задание | Решение задания, выполненного в рамках практикума по решению задач, должно отвечать следующим требованиям:<br>1. терминологический аппарат применяется корректно, отсутствует подмена одного термина другим;<br>2. ответы на вопросы задания аргументированы ссылками на конкретные статьи нормативных правовых актов;<br>3. отсутствуют фактологические ошибки;<br>4. отсутствуют логические ошибки, в ответах на вопросы прослеживается причинно-следственная связь,<br>5. ответы на вопросы исчерпывающие и полные.<br><br>**5 баллов –** решение задачи отвечает всем требованиям.<br>**4 балла –** решение задачи не отвечает одному требованию.<br>**3 балла** – решение задачи не отвечает двум требованиям.<br>**2 балла** – решение задачи не отвечает трем требованию.<br>**1 балл** – решение задачи не отвечает четырем требованиям.<br>**0 баллов** – решение задачи полностью не отвечает требованиям. |

## *Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости*

### *Типовые задания к практикумам по решениям задач*

***Практикум по решению задач № 1. Тема 7. Правовая охрана интеллектуальной собственностью в сфере рекламной и PR деятельности.***

**Задание 1**

Губернатором субъекта Российской Федерации подписано постановление об увеличении объема рекламы в радио - и телепрограммах, не зарегистрированных в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, до 30% эфирного времени. Оцените законность данного акта.

**Задание 2**

Газета-рекламораспространитель, опубликовавшая рекламу товара, подлежащего обязательной сертификации, без сопровождения ее пометкой установленной формы, получила от антимонопольного органа предписание о прекращении нарушения требования пункта 4 статьи 5 Федерального закона "О рекламе". Является ли правомерным такое предписание в данном случае?

***Практикум по решению задач № 2. Тема 8. Правовые основы защиты информации***

**Задание 1**

Прокуратура РФ внесла протест в газету «Спектр», в котором указывала на недопустимость выпуска в свет очередного номера газеты, в котором была опубликована статья, нарушающая авторское право гражданина Иванова, направившего в прокуратуру соответствующее заявление. Газета «Спектр», оспорил данный протест в суд, мотивировав его незаконность тем, что оно нарушает требования статьи Закона РФ «О средствах массовой информации», в соответствии с которой цензура в форме наложения запрета на распространение сообщений и материалов, а также их отдельных частей не допускается. По мнению газеты, поскольку указанная статья закона не содержит указание на то, что в отдельных случаях, предусмотренных законодательством, такой запрет может быть наложен, и, кроме того, повторяет норму Конституции РФ о недопустимости цензуры, то такая статья как более специальная норма (по сравнению с нормами законодательства о прокуратуре) и должна применяться в данном деле.

Какое решение должен вынести суд по заявлению газеты?

**Задание 2**

Гражданин Сидоров обратился с письмом в газету «Век» с просьбой прислать ему информацию о работе регионального комитета по поддержке сельского хозяйства. Не получив в течение 3 месяцев ответа, гражданин обратился в суд, мотивировав незаконность действий газеты ссылкой на статью Закона РФ о СМИ, в соответствии с которой «граждане имеют право на оперативное получение через средства массовой информации достоверных сведений о деятельности государственных органов».

Как будет решен данный спор?

***Практикум по решению задач № 3. Тема 9. Правовые основы рекламной деятельности.***

**Задание 1**

Крупный завод по производству алкоголя распространил информацию о своей продукции (водке крепостью 40%) на обычном информационном сайте. Разъясните, к кому предъявит претензии антимонопольный орган, и кто понесет ответственность за распространение незаконной рекламы.

**Задание 2**

Является ли вывеска с названием "Аптека", расположенная над входом в помещение аптеки, информационной вывеской?

***Практикум по решению задач № 4. Тема 10. Правовой статус субъектов рекламной деятельности.***

**Задание 1**

Является ли указатель, информирующий о местонахождении магазина, рекламой?

**Задание 2**

Рекламное агентство по заказу фирмы, занимающейся производством слабоалкогольной продукции, создало видеоролик, где девушка медленно пьет пиво из запотевшего бокала. Данная реклама не понравилась заказчику, поэтому он обратился к услугам другого агентства, которое сделало похожую рекламу, где другая девушка точно так же медленно пьет из запотевшего бокала пиво. В результате первое агентство обратилось в судебные органы с иском о нарушении своих авторских прав на данный ролик. Оцените правомочность данного иска.

## ***Типовые задания к практическому домашнему заданию***

***Практическое домашнее задание № 1. Тема 3. Общие и специальные требования к рекламе.***

**Задание 1**

Можно ли считать рекламой публикации о благотворительной деятельности коммерческих структур?

**Задание 2**

Рекламное агентство по заказу фирмы, занимающейся производством слабоалкогольной продукции, создало видеоролик, где девушка медленно пьет пиво из запотевшего бокала. Данная реклама не понравилась заказчику, поэтому он обратился к услугам другого агентства, которое сделало похожую рекламу, где другая девушка точно так же медленно пьет из запотевшего бокала пиво. В результате первое агентство обратилось в судебные органы с иском о нарушении своих авторских прав на данный ролик. Оцените правомочность данного иска.

***Практическое домашнее задание № 2. Тема 5. Гражданско-правовые отношения в сфере распространения информации. Договоры в сфере рекламы и PR.***

**Задание 1**

Организация планирует провести акцию по распространению рекламных значков. Лицо, которое их соберет, в обмен сможет получить какой-либо приз, например, бесплатно приобрести товар, реализуемый организацией. Каким образом законодательство регламентирует проведение таких рекламных кампаний?

**Задание 2**

Считаются ли поздравления клиентов организации с Новым годом и Рождеством в газете рекламными объявлениями?

***Практическое домашнее задание № 3. Тема 11. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе.***

**Задание № 1**

Можно ли считать рекламой публикации о благотворительной деятельности коммерческих структур? Ответ аргументируйте ссылками на нормы права.

**Задание № 2**

Является ли опубликование специализированным государственным унитарным предприятием по продаже государственного и муниципального имущества информации о приватизации данного имущества в адресно-телефонном справочнике МГТС рекламой? Ответ аргументируйте ссылками на нормы права.

***Практическое домашнее задание № 4. Тема 12. Правовое регулирование связей с общественностью***

**Задание № 9**

Является ли рекламой информация о подписных индексах журнала, стоимости подписки, банковских реквизитах, размещаемая редакцией журнала на его страницах, а также анонс следующего номера? Ответ аргументируйте ссылками на нормы права.

**Задание № 10**

Является ли рекламой опубликованная в печати информация с описанием комплекса упражнений, который демонстрирует инструктор спортивного клуба, с указанием адреса и телефона клуба? Ответ аргументируйте ссылками на нормы права.

***Примерные темы эссе:***

1. Проблема юридического определения связей с общественностью.
2. Связи с общественностью между информационным и маркетинговым правом.
3. Правовое регулирование рекламной деятельности.
4. Особенности законодательного регулирования политических компаний.
5. Защита чести, достоинства и деловой репутации юридическими средствами.
6. Актуальные проблемы законодательного регулирования рекламной деятельности в РФ.
7. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу.
8. Правовые аспекты контроля над медицинской рекламой.
9. Реклама вооружений и военной техники.
10. Государственный контроль в области рекламы.

***Примерные темы докладов:***

1. Авторское право в рекламе.
2. Правовое регулирование политической рекламы.
3. Саморегулирование рекламной деятельности.
4. Зарубежный опыт правового регулирования рекламной

деятельности.

5. Проблемы практического применения рекламного законодательства.

6. Оценка российской рекламы на предмет соответствия современному законодательству и нормам саморегулирования.

7. Нормативно-правовые акты, регулирующие рекламно-информационную деятельность в РФ.

8. Понятие и виды юридической ответственности правонарушения, совершенные на рекламно-информационном рынке РФ.

9. Особенности правового регулирования отношений, связанных с производством, распространением и размещением рекламной продукции.

10. Политическая реклама, законодательное регулирование.

### *7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации*

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета.

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:<br><br>Задание № 1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание № 2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>Задание № 3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале:<br>1 вопрос: 0-5;<br>2 вопрос: 0-5;<br>3 вопрос: 0-10<br><br>**Ответ на первый вопрос** билета должен отвечать следующим требованиям:<br>1. терминологический аппарат применяется корректно, отсутствует подмена одного термина другим;<br>2. тезисы подтверждаются примерами отечественной и (или) зарубежной правоприменительной практики;<br>3. обучающийся в ответе ссылается на нормативно-правовые акты;<br>4. отсутствуют логические ошибки, прослеживается причинно-следственная связь;<br>5. отсутствуют фактологические ошибки.<br>**5 баллов –** ответ отвечает всем требованиям.<br>**4 балла –** ответ не отвечает одному требованию.<br>**3 балла** – ответ не отвечает двум требованиям.<br>**2 балла** – ответ не отвечает трем требованиям.<br>**1 балл** – ответ не отвечает четырем требованиям.<br>**0 баллов** – ответ полностью не отвечает требованиям.<br><br>**Ответ на второй вопрос** билета должен отвечать следующим требованиям:<br>1. терминологический аппарат применяется корректно, отсутствует подмена одного термина другим;<br>2. тезисы подтверждаются примерами отечественной и (или) зарубежной правоприменительной практики;<br>3. обучающийся в ответе ссылается на нормативно-правовые акты;<br>4. отсутствуют логические ошибки, прослеживается причинно- |

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| | следственная связь;<br>5. отсутствуют фактологические ошибки.<br>**5 баллов –** ответ отвечает всем требованиям.<br>**4 балла –** ответ не отвечает одному требованию.<br>**3 балла** – ответ не отвечает двум требованиям.<br>**2 балла** – ответ не отвечает трем требованиям.<br>**1 балла** – ответ не отвечает четырем требованиям.<br>**0 баллов** – ответ полностью не отвечает требованиям.<br><br>**Ответ на третий вопрос** билета должен отвечать следующим требованиям:<br>1. терминологический аппарат применяется корректно, отсутствует подмена одного термина другим;<br>2. ответы на вопросы задания аргументированы ссылками на конкретные статьи нормативных правовых актов;<br>3. отсутствуют фактологические ошибки;<br>4. отсутствуют логические ошибки, в ответах на вопросы прослеживается причинно-следственная связь,<br>5. ответы на вопросы исчерпывающие и полные.<br>**10 баллов –** решение задачи отвечает всем требованиям.<br>**8 баллов –** решение задачи не отвечает одному требованию.<br>**6 баллов** – решение задачи не отвечает двум требованиям.<br>**4 балла** – решение задачи не отвечает трем требованиям.<br>**2 балла** – решение задачи не отвечает четырем требованиям.<br>**0 баллов** – решение задачи полностью не отвечает требованиям.<br><br>Итоговая оценка по дисциплине выставляется в зависимости от общей суммы баллов, набранных в рамках текущего контроля успеваемости и в рамках промежуточной аттестации:<br>**90 - 100 баллов –** отлично (A)<br>**80 - 89 баллов –** хорошо (B)<br>**70 - 79 баллов –** хорошо (C)<br>**50 - 69 –** удовлетворительно (D) |

## *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

### *Задания 1-го типа*

1. Предмет, цель и задачи в системе коммуникаций.
2. Понятие, принципы, система информационного права.
3. Правовое обеспечение рекламы.
4. Понятие политической рекламы.
5. Правовое регулирование договоров в сфере рекламы.
6. Понятия договора, сделки.
7. Понятие интеллектуальной собственности.
8. Правовое регулирование отношений, связанных с режимом коммерческой тайны.
9. Права и обязанности участников рекламной деятельности.
10. Нарушение субъектами требований законодательства о рекламе.
11. Рекламная деятельность в соответствии с законом «О рекламе».
12. Реклама как понятие и объект правового регулирования.

13. Понятие рекламного права и рекламного законодательства.

14. Объекты и субъекты авторского права в рекламе.

15. Понятие предвыборной агитации.

16. Обязательства в сфере рекламы.

17. Порядок заключения, изменения, расторжения договоров.

18. Охрана авторских прав на рекламные идеи и решения.

19. Правовое регулирование отношений в области связи и массовых коммуникаций.

20. Законодательное регулирование правоотношения субъектов рекламной деятельности.

21. Рекламная деятельность как коммерческая деятельность на профессиональной основе.

22. Ответственность за нарушение рекламного законодательства.

23. Законодательные акты, регламентирующие рекламную деятельность и связь с общественностью.

24. Правовые нормы, определяющие деятельность в сфере рекламы.

25. Законодательство в сфере правонарушений рекламной деятельности.

***Задания 2-го типа***

1. В чем заключается роль и место правовых, этических, религиозных, нравственных и социальных университетов в рекламной и информационной деятельности.

2. В чем заключаются задачи и основные принципы государственного регулирования рекламной и информационной деятельности.

3. В чем заключаются механизм государственного и правового обеспечения рекламной деятельности: понятие, состав, методы регулирования: правовые, экономические, административные, общественные.

4. Что говорит отечественное право о саморегулировании рекламной и информационной деятельности?

5. Каковы основные механизмы саморегулирования в рекламной и коммуникационной деятельности?

6. В чем особенность федерального закона РФ «О рекламе» его значение в регулировании рекламной деятельности.

7. Каковы цели и сфера применения Закона РФ «О рекламе», его основные положения.

8. В чем состоят ограничений и требований к рекламе отдельных видов товаров и услуг.

9. Какие нормативно-правовые акты регулируют сферу связей с общественностью?

10. В чем состоят положения и нормы федеральных законов, которые являются определяющими при осуществлении функций специалиста по PR в России.

11. В чем состоят системы законодательства о СМИ в России.

12. В чем заключаются особенности Федерального закона РФ «О средствах массовой информации»?

26. Какие права и обязанности журналиста должен учитывать специалист по связям с общественностью своей деятельности?

13. Приведите примеры нарушения прав журналистов со стороны пресс-служб.

14. В чем состоит деятельности Федерального антимонопольного органа по государственному контролю в области рекламно-информационной деятельности.

15. Каковы полномочия региональных и муниципальных органов по контролю над рекламой?

16. Какова роль и права ассоциаций участников рекламного процесса в организации саморегулирования рекламной деятельности?

17. В чем заключаются особенности Федерального закона РФ «О рекламе»?

18. Чем вызвана необходимость развития законодательной базы в области рекламы в России?

19. Является ли информация о вакансиях на предприятии, опубликованная в газете, рекламной информацией?

20. Какая реклама называется недобросовестной, недостоверной, неэтичной?

21. За что несет ответственность рекламодатель, производитель рекламы и распространитель рекламы?

22. На кого возложен контроль соблюдения законодательства РФ о рекламе?

23. Какие понятие и виды участников (субъектов) рекламной деятельности определяются в законодательстве.

24. Из чего состоит классификация: рекламодателя, производителя рекламы и распространителя рекламы.

25. В чем заключаются основные приемы и технологии связей с общественностью.

***Задания 3-го типа***

**Задание № 1.**

Является ли информация о вакансиях на предприятии, опубликованная в газете, рекламной информацией? Ответ аргументируйте ссылками на нормы права.

**Задание № 2**

Является ли "пилотный выпуск" журнала рекламой? Ответ аргументируйте ссылками на нормы права.

**Задание № 3**

Магазин находится в глубине квартала. В 200-х метрах непосредственно поставлен указатель, информирующий о магазине. Указатель выполнен и установлен сторонней организацией, занимающейся

изготовлением и установкой вывесок, указателей и т. д. Является ли данный указатель рекламой? Ответ аргументируйте ссылками на нормы права.

**Задание № 4**

Является ли рекламой опубликованная в печати информация с описанием комплекса упражнений, который демонстрирует инструктор спортивного клуба, с указанием адреса и телефона клуба? Ответ аргументируйте ссылками на нормы права.

**Задание № 5**

Является ли рекламой шеврон на форменной одежде охранника с изображением названия и логотипа предприятия? Ответ аргументируйте ссылками на нормы права.

**Задание № 6**

Является ли указатель, информирующий о местонахождении магазина, рекламой? Ответ аргументируйте ссылками на нормы права.

**Задание № 7**

Можно ли считать рекламой публикации о благотворительной деятельности коммерческих структур? Ответ аргументируйте ссылками на нормы права.

**Задание № 8**

Является ли опубликование специализированным государственным унитарным предприятием по продаже государственного и муниципального имущества информации о приватизации данного имущества в адресно-телефонном справочнике МГТС рекламой? Ответ аргументируйте ссылками на нормы права.

**Задание № 9**

Является ли рекламой информация о подписных индексах журнала, стоимости подписки, банковских реквизитах, размещаемая редакцией журнала на его страницах, а также анонс следующего номера? Ответ аргументируйте ссылками на нормы права.

**Задание № 10**

Является ли рекламой опубликованная в печати информация с описанием комплекса упражнений, который демонстрирует инструктор спортивного клуба, с указанием адреса и телефона клуба? Ответ аргументируйте ссылками на нормы права.

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Физическая культура и спорт»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

# СОДЕРЖАНИЕ

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ ..... 3

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ..... 5

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ..... 8

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 10

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 11

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 17

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ..... 20

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Физическая культура и спорт» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 N 512.

Дисциплина «Физическая культура и спорт» способствует закреплению у обучающихся знаний научно-практических основ физической культуры и здорового образа жизни, умений использовать средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни а также практического опыта использования средствам и методов укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования, ценностей физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы:**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 1 семестре.

**Цели и задачи дисциплины:**

***Цель изучения дисциплины*** - формирование у обучающихся необходимых компетенций для успешного освоения образовательной программы, в частности, физического воспитания обучающихся является формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

***Задачи изучения дисциплины:***

- сформировать знание и понимание социальной значимости физической культуры, её роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности;
- формировать знание научно-биологических, педагогических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;
- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;

- сформировать умения и практический опыт, обеспечивающие сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **выпускник должен знать** | **выпускник должен уметь** | **выпускник должен иметь практический опыт** | |
| Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности | **УК-7** | **УК-7.1** Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма и условий реализации профессиональной деятельности | Методы сохранения и укрепления физического здоровья в условиях полноценной социальной профессиональной деятельности; социально-гуманитарную роль физической культуры и спорта в развитии личности; роль физической культуры и принципы здорового образа жизни; влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек; способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности; правила и способы планирования индивидуальных занятий | - | - | Контактная работа:<br>Лекции<br>Практические занятия<br>Самостоятельная работа |

| Результаты освоения ООП | Код компете | Код и наименование | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине | | | Формы образовательной |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | различной целевой направленности. | | | |
| | | **УК-7.2** Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности | - | Организовывать режим времени, приводящий к здоровому образу жизни; использовать средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа; выполнять индивидуально подобранные комплексы оздоровительной и адаптивной (лечебной) физической культуры. | - | |
| | | **УК-7.3** Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности | - | - | Спортивной деятельности и физического самосовершенствования и самовоспитания; способностью к организации своей жизни в соответствие с социально-значимыми представлениями о здоровом образе жизни; методикой самостоятельных занятий | |

| Результаты освоения ООП | Код компете | Код и наименование | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине | | | Формы образовательной |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | самоконтроля за состоянием своего организма; методикой организации и проведения индивидуальн ого, коллективног о (семейного) отдыха и при участии в массовых спортивных соревнования х. | |

# 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| ***Очная форма*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1. Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке обучающегося.* | 2 | 2 | | | | | | | | 8 | Реферат /20<br>Реферат/20 |
| *Тема 2. Общая физическая и специальная подготовка в системе физического воспитания.* | | | | | | | | | | 8 | |
| *Тема 3. Спорт. Индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений.* | 2 | | | | | | | | | 8 | Реферат /20 |
| *Тема 4. Особенности занятий избранным видом спорта или системой физических упражнений.* | | | | | | | | | | 8 | |
| *Тема 5. Самоконтроль занимающихся физическими упражнениями и спортом.* | 2 | | | | | | | | | 8 | Реферат /20 |
| *Тема 6. Профессионально-прикладная физическая подготовка.* | | | | | | | | | | 8 | |
| *Тема 7. Физическая культура в профессиональной деятельности.* | 2 | | | | | | | | | 8 | Реферат /20 |
| *Тема 8. Профилактика профессиональных заболеваний и травматизма средствами физической культуры и спорта.* | | | | | | | | | | 6 | |

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| *Очная форма* | | | | | | | | | | | |
| **Всего:** | **8** | **2** | | | | | | | | **62** | **100** |
| **Контроль, час** | **0** | | | | | | | | | | **Зачёт** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **72** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **2** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке обучающегося.***

Физическая культура и спорт как социальные феномены общества. Современное состояние физической культуры и спорта. Федеральный закон «О физической культуре и спорте в Российской Федерации». Физическая культура личности. Основные положения и организация физического воспитания в высшем учебном заведении.

***Тема 2. Общая физическая и специальная подготовка в системе физического воспитания.***

Методические принципы физического воспитания. Методы физического воспитания. Основы обучения движениям. Основы совершенствования физических качеств. Формирование психических качеств в процессе физического воспитания.

Общая физическая подготовка. Цели, задачи ОФП. Специальная физическая подготовка. Спортивная подготовка, цели задачи. Формы занятий физическими упражнениями. Учебно-тренировочные занятия как основная форма обучения физическим упражнениям. Структура и направленность учебно-тренировочного занятия.

***Тема 3. Спорт. Индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений.***

Массовый спорт и спорт высших достижений, их цели задачи. Спортивная классификация. Студенческий спорт. Особенности организации и планирования спортивной подготовки в вузе. Спортивные соревнования как средство и метод общей, профессионально-прикладной, спортивной подготовки студентов. Система студенческих спортивных соревнований. Общественные студенческие спортивные организации. Олимпийские игры и Универсиады. Краткая психофизиологическая характеристика основных групп видов спорта и систем физических упражнений.

***Тема 4. Особенности занятий избранным видом спорта или системой физических упражнений.***

Характеристика особенностей воздействия данного вида спорта (системы физических упражнений) на физическое развитие и подготовленность, психические качества и свойства личности. Перспективное, текущее и оперативное планирование подготовки. Специальные зачетные требования и нормативы по годам (семестрам) обучения по избранному виду спорта или системе физических упражнений.

***Тема 5. Самоконтроль занимающихся физическими упражнениями и спортом.***

Диагностика и самодиагностика состояния организма при регулярных занятиях физическими упражнениями и спортом. Самоконтроль, его основные методы, показатели и дневник самоконтроля.

Использование методов стандартов, антропометрический индексов, номограмм функциональных проб, упражнений-тестов для оценки физического развития, телосложения, функционального состояния организма, физической подготовленности.

***Тема 6. Профессионально-прикладная физическая подготовка.***

Личная и социально-экономическая необходимость специальной психофизической подготовки человека к труду.

Основные факторы, определяющие ППФП будущего специалиста.

***Тема 7. Физическая культура в профессиональной деятельности.***

Производственная физическая культура. Влияние индивидуальных особенностей, географо-климатических условий и других факторов на содержание физической культуры работающих специалистов.

***Тема 8. Профилактика профессиональных заболеваний и травматизма средствами физической культуры и спорта.***

Профессиональные факторы, оказывающие негативное воздействие на состояние здоровья специалиста избранного профиля.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, семинары, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

***Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить

содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету с оценкой.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

***Методические указания для обучающихся при работе на семинаре***

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить реферат, доклад для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению (реферату), обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным рефератом, докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и рефератов, докладов одногруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь

подготовленный письменный доклад, реферат, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

*Работа с литературой (конспектирование)*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

*Реферат*

Подготовка рефератов направлена на развитие и закрепление у обучающихся навыков самостоятельного глубокого, творческого и

всестороннего анализа научной, методической и другой литературы по актуальным проблемам дисциплины; на выработку навыков и умений грамотно и убедительно излагать материал, четко формулировать теоретические обобщения, выводы и практические рекомендации.

Рефераты должны отвечать высоким квалификационным требованиям в отношении научности содержания и оформления.

Темы рефератов, как правило, посвящены рассмотрению одной проблемы. Объем реферата может быть от 12 до 15 страниц машинописного текста, отпечатанного через 1,5 интервала, а на компьютере через 1 интервал (список литературы и приложения в объем не входят).

Текстовая часть работы состоит из введения, основной части и заключения.

Во введении обучающийся кратко обосновывает актуальность избранной темы реферата, раскрывает конкретные цели и задачи, которые он собирается решить в ходе своего небольшого исследования.

В основной части подробно раскрывается содержание вопроса (вопросов) темы.

В заключении кратко должны быть сформулированы полученные результаты исследования и даны выводы. Кроме того, заключение может включать предложения автора, в том числе и по дальнейшему изучению заинтересовавшей его проблемы.

В список литературы (источников и литературы) обучающийся включает только те документы, которые он использовал при написании реферата.

В приложении (приложения) к реферату могут выноситься таблицы, графики, схемы и другие вспомогательные материалы, на которые имеются ссылки в тексте реферата.

### *Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины*

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоятельной работы | Формы текущего контроля |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке обучающегося.* | Деятельностная сущность физической культуры в различных сферах жизни. Ценности физической культуры. Физическая культура как учебная дисциплина высшего профессионального образования и целостного развития личности. Ценностные ориентации и отношение студентов к физической культуре | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка реферата | Реферат |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоятельной работы | Формы текущего контроля |
|---|---|---|---|
| | и спорту. | | |
| *Тема 2. Общая физическая и специальная подготовка в системе физического воспитания.* | Структура подготовленности спортсмена: техническая, физическая, тактическая, психическая подготовка. Зоны и интенсивность физических нагрузок. Значение мышечной релаксации Возможность и условия коррекции физического развития, телосложения, двигательной и функциональной подготовленности средствами физической культуры и спорта в студенческом возрасте | | |
| *Тема 3. Спорт. Индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений.* | Современные популярные системы физических упражнений. Мотивация и обоснование индивидуального выбора студентом вида спорта или системы физических упражнений для регулярных занятий. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка реферата | Реферат |
| *Тема 4. Особенности занятий избранным видом спорта или системой физических упражнений.* | Модельные характеристики спортсмена высокого класса. Определение цели и задач спортивной подготовки (или занятий системой физических упражнений) в условиях вуза. Возможные формы организации тренировки в вузе. Основные пути достижения необходимой структуры подготовленности занимающихся. Контроль за эффективностью | | |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоятельной работы | Формы текущего контроля |
|---|---|---|---|
| | тренировочных занятий. Специальные зачетные требования и нормативы по годам (семестрам) обучения по избранному виду спорта или системе физических упражнений. Календарь студенческих соревнований. Спортивная классификация и правила спортивных соревнований в избранном виде спорта. | | |
| *Тема 5. Самоконтроль занимающихся физическими упражнениями и спортом.* | Врачебный контроль, его содержание. Педагогический контроль, его содержание. Коррекция содержания и методики занятий физическими упражнениями и спортом по результатам показателей контроля. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка реферата | Реферат |
| *Тема 6. Профессионально-прикладная физическая подготовка.* | Профессионально-прикладная физическая подготовка (ППФП) – целенаправленное использование средств физической культуры для подготовки человека к конкретной трудовой деятельности. Определение понятия ППФП, ее цели, задачи, средства. Место ППФП в системе физического воспитания студентов. Факторы, определяющие конкретное содержание ППФП. Методика подбора средств ППФП. Организация, формы и средства ППФП студентов в вузе. Контроль за | | |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоятельной работы | Формы текущего контроля |
|---|---|---|---|
| | эффективностью профессионально-прикладной физической подготовленности студентов. | | |
| *Тема 7. Физическая культура в профессиональной деятельности.* | Производственная гимнастика. Особенности выбора форм, методов и средств физической культуры и спорта в рабочее и свободное время специалистов. Дополнительные средства повышения общей и профессиональной работоспособности. Роль будущих специалистов по внедрению физической культуры в производственном коллективе. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка реферата | Реферат |
| *Тема 8. Профилактика профессиональных заболеваний и травматизма средствами физической культуры и спорта.* | Физическая культура и спорт, как средство профилактики и борьбы с профессиональными заболеваниями. Средства и методы профилактики травматизма на производстве. | | |

# 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1. Евсеев, Ю.И. Физическая культура / Ю.И. Евсеев. – 9-е изд., стер. – Ростов-на-Дону : Издательство «Феникс», 2014. – 448 с. : табл. – (Высшее образование). – https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература:***

1. Третьякова, Н.В. Теория и методика оздоровительной физической культуры / Н.В. Третьякова, Т.В. Андрюхина, Е.В. Кетриш. – Москва : Спорт, 2016. – 281 с. : ил. – https://www.iprbookshop.ru

2. Солодков, А.С. Физиология человека: общая, спортивная, возрастная : [12+] / А.С. Солодков, Е.Б. Сологуб. – 7-е изд. – Москва : Спорт, 2017. – 621 с. : ил. – https://www.iprbookshop.ru

3.Витун, В.Г. Повышение адаптационных возможностей студентов средствами физической культуры / В.Г. Витун, Е.В. Витун ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». – Оренбург : ОГУ, 2015. – 103 с. : табл. – https://www.iprbookshop.ru

4. Чеснова, Е.Л. Физическая культура : [16+] / Е.Л. Чеснова. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 160 с. – https://www.iprbookshop.ru

5.Пушкина, В.Н. Формирование профессионально важных качеств студентов средствами физической культуры : [16+] / В.Н. Пушкина, И.В. Мищенко, А.Н. Зелянина ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова. – Архангельск : САФУ, 2014. – 124 с. : табл., схем., ил. – https://www.iprbookshop.ru

6. Физиологические технологии повышения работоспособности в физической культуре и спорте : [16+] / сост. И.Н. Калинина, С.Ю. Калинин ; Министерство спорта Российской Федерации, Сибирский государственный университет физической культуры и спорта и др. – Омск : Издательство СибГУФК, 2014. – 109 с. : схем., табл. – https://www.iprbookshop.ru

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № п/п | Наименование ресурса | Ссылка |
|---|---|---|
| 1. | Портал Министерства спорта РФ | https://www.minsport.gov.ru/ |
| 2. | Портал Департамента физической культуры и спорта г. Москвы | www.mossport.ru/ |
| 3. | Портал здорового образа жизни | http://www.rusmedserver.ru/ |
| 4. | Федеральная целевая программа "Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2016–2020 годы" | http://www.minsport.gov.ru/activities/federal-programs/ |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного**

**оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Спортивный зал**

*для проведения учебных занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации*

Основное оборудование:

стенка гимнастическая; перекладина деревянная навесная; канат для лазания; маты гимнастические; скамейки гимнастические; обручи гимнастические; скакалки; бревно гимнастическое напольное; палка гимнастическая пластмассовая; коврик для аэробики; эстафетные палочки; секундомер однокнопочный; мячи; канат для перетягивания велотренажёр; брусья навесные; гантели разборные; скамья атлетическая универсальная; скамья для пресса; стойка для штанги универсальная; брусья навесные универсальные; штанга тренировочная

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)

- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)
- Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Реферат | 20 – грамотное использование терминологии, свободное изложение рассматриваемой проблемы, логичность и обоснованность выводов;<br>10 – грамотное использование терминологии, частично верные суждения в рамках рассматриваемой темы, выводы недостаточно обоснованы;<br>5 - грамотное использование терминологии, способность видения существующей проблемы, необоснованность выводов, неполнота аргументации собственной точки зрения. |

***Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости***

***<u>Примерные темы рефератов</u>***

1. Основные требования к физической подготовленности в современных условиях.

2. Утренняя физическая зарядка (цель, задачи, продолжительность и возможные варианты).

3. Особенности физических упражнений в процессе учебной деятельности.

4. Самостоятельная физическая тренировка (цель, задачи и содержание).

5. Сила как физическое качество и методы ее развития

6. Выносливость как физическое качество и методы ее развития

7. Быстрота и методы ее развития

8. Ловкость (гибкость, координация) и методы ее развития

9. Самоконтроль в процессе выполнения физических упражнений.

10. Меры по предупреждению травматизма при выполнении физических упражнений.

## 7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Физическая культура и спорт» проводится в форме зачёта.

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя.<br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающегося принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>Задания №3 – задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале:<br>Задание 1: 0-30 баллов<br>Задание 2: 0-30 баллов<br>Задание 3: 0-40 баллов<br>**«Зачтено»**<br>**– 90-100** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>**– 70 -89** – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения заданий правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>**– 50 - 69** – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задание решено частично.<br>**«Не зачтено»**<br>**– менее 50** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены. |

### *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

***Задания 1-го типа***

1. Физическая культура и спорт как социальные феномены

общества.

2. Федеральный закон «О физической культуре и спорте в Российской Федерации».

3. Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов.

4. Цели и задачи физической культуры студентов.

5. Организационно-правовые и программно-нормативные основы физической культуры в вузе.

6. Организм человека как единая саморазвивающаяся и саморегулирующая биологическая система.

7. Воздействие природных и социально-экономических факторов на организм и жизнедеятельность человека.

8. Средства физической культуры и спорта в управлении совершенствованием функциональных возможностей организма в целях обеспечения умственной и физической деятельности.

9. Физиологические механизмы и закономерности совершенствования отдельных систем организма под воздействием направленной физической направленности физической тренировки.

10. Двигательная функция и повышение устойчивости организма человека к различным условиям внешней среды.

11. Здоровье человека как ценность и факторы, его определяющие.

12. Здоровый образ жизни и его составляющие. Личное отношение к здоровью как условие формирования здорового образа жизни.

13. Влияние вредных привычек на здоровье человека, использование биоуправления как способа отказа от них.

14. Основные требования к организации здорового образа жизни.

15. Физическое самовоспитание и самосовершенствование в здоровом образе жизни. Критерии эффективности здорового образа жизни.

16. Методы систематического наблюдения за состоянием здоровья, за физическим развитием, физической подготовкой и реакциями организма на физическую нагрузку в процессе занятий физической культурой.

17. Общая физическая подготовка. Цели, задачи ОФП.

18. Специальная физическая подготовка. Спортивная подготовка.

19. Структура подготовленности спортсмена: техническая, физическая, тактическая, психическая подготовка.

20. Интенсивность физических нагрузок. Зоны интенсивности нагрузок по частоте сердечных сокращений.

21. Понятие о функциональном состоянии организма студентов, методы его исследования и оценка.

22. Исследование функционального состояния сердечно - сосудистой системы в покое и оценка реакции на физическую нагрузку.

23. Исследование функционального состояния системы внешнего

дыхания.

24. Исследование функционального состояния нервной системы и нервно-мышечного аппарата.

25. Исследование функционального состояния опорно-двигательного аппарата.

***Задания 2-го типа***

1. Общие понятия, критерии и факторы здоровья.

2. Индивидуальное здоровье. Показатели индивидуального здоровья.

3. Физическое здоровье, психическое здоровье, социальное здоровье, профессиональное здоровье.

4. Методы исследования здоровья.

5. Значение физической культуры и физических упражнений для формирования телосложения и коррекции массы тела.

6. Понятие о физическом развитии человека, методы исследования физического развития.

7. Функциональное состояние. Физическая подготовленность и работоспособность.

8. Показатели состояния опорно-двигательного аппарата, исследование функций и работоспособности ОДА.

9. Показатели функций дыхательной системы, исследование функций внешнего дыхания.

10. Показатели функций сердечно-сосудистой системы, исследование реакций сердечно-сосудистой системы человека на физическую нагрузку.

11. Показатели состояния нервной системы, исследование функционального состояния нервной системы и нервно-мышечного аппарата.

12. Оценка уровня физической подготовленности.

13. Методические принципы физического воспитания. Принцип сознательности и активности. Принцип наглядности. Принцип доступности. Принцип систематичности. Принцип динамичности.

14. Методы физического воспитания. Метод регламентированного упражнения. Игровой метод. Соревновательный метод.

15. Основы обучения движениям. Этапы обучения движениям.

16. Воспитание выносливости, средства развития и тренировки выносливости.

17. Сила, понятие, виды. Средства развития силы, методы тренировки силы.

18. Гибкость, понятие, виды. Средства и методы развития гибкости.

19. Быстрота, понятие, виды. Средства для развития быстроты, методы тренировки быстроты.

20. Ловкость, понятие, средства и методы развития ловкости.

21. Определение понятия спорт. Основные этапы спортивной подготовки.

22. Особенности организации учебных занятий по видам спорта.

23. Спортивные соревнования как средство и метод обшей физической, профессионально-прикладной и спортивной подготовки.

24. Оздоровительные системы физических упражнений по выбору студентов.

25. Психофизиологическая характеристика интеллектуальной деятельности и учебного труда студента.

***Задания 3-го типа***

1. Оптимальное количество активных занятий физическими упражнениями для студентов в недельном цикле должно составлять:

а) 2-4 часа

б) 4-7 часов

в) 7-10 часов

2. Задачами комплекса УГГ являются:

а) вывести на более высокий уровень физическую подготовленность человека

б) полноценно включить организма в предстоящую работу

в) развить и совершенствовать выносливость

3. Упражнения, которые не следует включать в комплекс утренней гимнастики:

а) общеразвивающие

б) на гибкость

в) со значительным отягощением

4. Укажите вид упражнений, которые не входят в структуру комплекса утренней гимнастики:

а) для мышц верхних и нижних конечностей

б) бег на месте

в) прыжки в длину с разбега

5. Знания по составлению комплекса утренней гимнастики помогают составить:

а) программу развития физических качеств 34

б) комплекс производственной гимнастики

в) план спортивных мероприятий

6. Тренеров в Древней Греции называли:

а) мастерами

б) олимпиониками

в) гимнастами

7. В соответствии с Олимпийской хартией на Олимпийских играх страну представляет:

а) правительство страны

б) национальный олимпийский комитет

в) национальный олимпийский комитет

8.Основополагающие принципы современного олимпизма изложены в:

а) олимпийской клятве

б) положении об олимпийской солидарности

в) Олимпийской хартии

9. Пять олимпийских колец символизируют:

а) пять принципов олимпийского движения

б) основные цвета флагов стран-участниц Игр Олимпиады

в) союз континентов и встречу спортсменов на Олимпийских играх

10. Почему античные Олимпийские игры называли праздниками мира:

а) они отличались миролюбивым характером соревнований

б) в них принимали участие атлеты со всего мира

в) в период проведения игр прекращались войны

11. Формы занятий по физической культуре в вузе (перечислить, цель, задачи, средства и методы).

12. Дозирование нагрузки в самостоятельной физической тренировке (уровни физической нагрузки, объем и интенсивность нагрузки, уровни физической работоспособности, дозирование нагрузки по ЧСС).

13. Контроль физического состояния в самостоятельных занятиях (виды контроля, показатели самоконтроля, тесты для определения физической работоспособности и физического состояния).

14. Тесты определения уровня функциональной дееспособности организма и их характеристика

15. Самостоятельная физическая тренировка (цель, задачи, содержание, принципы организации).

16. Формы и содержание самостоятельных занятий (основные направления, основные формы и их характеристика).

17. Диагностика и самодиагностика состояния организма при регулярных занятиях физическими упражнениями и спортом. Виды диагностики.

18. Врачебный контроль как условие допуска к занятиям физической культурой и спортом, его содержание и периодичность.

19. Субъективные и объективные показатели самоконтроля.

20. Определение нагрузки по показателям пульса, жизненной емкости легких и частоте дыхания.

21. Оценка функциональной подготовленности организма. Функциональные пробы.

22. Возрастные особенности содержания занятий физической культурой.

21. Взаимосвязь между интенсивностью занятий и ЧСС.

22. Признаки чрезмерной нагрузки.

23. Профилактика профессиональных заболеваний и травматизма средствами физической культуры.

24. Микропауза активного отдыха.

25. Утренняя гигиеническая гимнастика.

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» (Общая физическая подготовка)

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

## Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ ..... 3

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ..... 5

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ..... 7

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 12

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 15

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 25

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ..... 27

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту (Общая физическая подготовка)» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 N 512.

Дисциплина «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту (Общая физическая подготовка)» охватывает круг вопросов, связанных с физической культурой, как частью общечеловеческой культуры, здоровым образом жизни и его основных составляющих, социально-биологическими основами адаптации организма человека к физической и умственной деятельности, подготовкой к самостоятельным занятиям физической культурой и спортом, возрастной физиологией, самоконтролем за физическим состоянием, психофизической основой физической культуры и спорта, гигиеной.

**Общая физическая подготовка (ОФП)** – это система занятий физическими упражнениями, которая направлена на развитие всех физических качеств (сила, выносливость, скорость, ловкость, гибкость) в их гармоничном сочетании. В основе общей физической подготовки может быть любой вид спорта или отдельный комплекс упражнений, допустим: гимнастика, бег, аэробика, единоборства, плавание, любые подвижные игры. Главное избежать узкой специализации и гипертрофированного развития только одного физического качества за счёт и в ущерб остальных.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 1-4 курсах в 1-7 семестрах.

**Цель и задачи дисциплины**

***Цель изучения дисциплины*** – формирование физической готовности обучающихся к успешной будущей профессиональной деятельности через развитие прикладных физических качеств, формирование прикладных двигательных умений и практического опыта, потребности в физическом совершенствовании и здоровом образе жизни.

***Задачи изучения дисциплины:***

- сформировать знания и умения, способствующие развитию и совершенствованию базовых силовых, скоростных и координационных качеств, общей и специальной выносливости, гибкости;

- сформировать практический опыт использования основных и прикладных двигательных упражнений;
- научиться обеспечивать оптимальный уровень двигательной активности в образовательной и повседневной деятельности;
- формирование уровня знаний, умений и практического опыта по укреплению здоровья, закаливанию организма, повышению его устойчивости к неблагоприятным факторам внешней среды, профессиональной и образовательной деятельности;
- научиться применять в практической деятельности и повседневной жизни знания о здоровом образе жизни.

**Особый порядок освоения дисциплины «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

- Для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов устанавливается особый порядок освоения дисциплины на основании соблюдения принципов здоровьесбережения и адаптивной физической культуры.
- Элективные курсы по физической культуре осуществляются с учетом вида и тяжести нарушений организма обучающегося с ограниченными возможностями здоровья и инвалида.
- Подвижные занятия в специальной медицинской группе проводятся профессорско-преподавательским составом, имеющим соответствующую подготовку.
- Выбор методов обучения, проведение текущего контроля успеваемости, промежуточной и итоговой аттестации осуществляется в каждом отдельном случае с учетом особенностей нарушений функций организма обучающихся, зафиксированных в справке бюро медико-социальной экспертизы.
- По личному заявлению обучающегося возможна разработка индивидуальных учебных планов и индивидуальных графиков для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов с учетом их особенностей и образовательных потребностей, а также увеличение срока их обучения, но не более чем на полгода.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **выпускник должен знать** | **выпускник должен уметь** | **выпускник должен иметь практический опыт** | |
| Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности | **УК-7** | **УК-7.1** Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма и условий реализации профессиональной деятельности | Методы сохранения и укрепления физического здоровья в условиях полноценной социальной профессиональной деятельности; социально-гуманитарную роль физической культуры и спорта в развитии личности; роль физической культуры и принципы здорового образа жизни; влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек; способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности; правила и способы планирования индивидуальных занятий различной целевой направленности. | | | Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа |
| | | **УК-7.2** Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения | | Организовывать режим времени, приводящий к здоровому образу жизни; использовать средства и методы физического | | |

| Результаты освоения ООП (содержание компетенций) | Код компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенций | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине | | | Формы образовательной деятельности |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | выпускник должен знать | выпускник должен уметь | выпускник должен иметь практический опыт | |
| | | работоспособности | | воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа; выполнять индивидуально подобранные комплексы оздоровительной и адаптивной (лечебной) физической культуры. | | |
| | | **УК-7.3** Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности | | | Спортивной деятельности и физического самосовершенствования и самовоспитания; способностью к организации своей жизни в соответствие с социально-значимыми представлениями о здоровом образе жизни; методикой самостоятельных занятий самоконтроля за состоянием своего организма; методикой организации и проведения индивидуального, коллективного (семейного) отдыха и при участии в массовых спортивных соревнованиях. | |

# 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| ***Очная форма*** | | | | | | | | | | | |
| ***1 семестр*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1. Методы оценки и развития общей выносливости* | 1 | 1 | | | | | | | | 12 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 2. Методы оценки и развития координации и ловкости* | 1 | | | | | | | | | 12 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 3. Методы оценки и развития силовых способностей* | 1 | 1 | | | | | | | | 12 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 4. Методы оценки и развития гибкости* | 1 | | | | | | | | | 12 | Дневник самоконтроля/20 Таблица «Определение степени физической нагрузки» /20 |
| **Всего:** | **4** | **2** | | | | | | | | **48** | **100** |
| **Контроль, час** | **0** | | | | | | | | | | **Зачёт** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **54** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **0** | | | | | | | | | | |
| ***2 семестр*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 5 Развитие силовых способностей* | 1 | 1 | | | | | | | | 12 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 6 Развитие гибкости* | | | | | | | | | | 12 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 7 Развитие координации и ловкости* | 1 | 1 | | | | | | | | 12 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 8 Развитие общей выносливости* | | | | | | | | | | 14 | Дневник самоконтроля/20 Таблица «Определение степени физической нагрузки» /20 |
| **Всего:** | **2** | **2** | | | | | | | | **50** | **100** |

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| ***Очная форма*** | | | | | | | | | | | |
| **Контроль, час** | **0** | | | | | | | | | | **Зачёт** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)/сем.** | **54** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)/сем.** | **0** | | | | | | | | | | |
| ***3 семестр*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 9 Развитие силовых способностей* | 1 | 1 | | | | | | | | 10 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 10 Развитие гибкости* | | | | | | | | | | 10 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 11 Развитие ловкости* | 1 | 1 | | | | | | | | 15 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 12 Развитие общей выносливости* | | | | | | | | | | 15 | Дневник самоконтроля/20 Таблица «Определение степени физической нагрузки» /20 |
| **Всего:** | **2** | **2** | | | | | | | | **50** | **100** |
| **Контроль, час** | **0** | | | | | | | | | | **Зачёт** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)/сем.** | **54** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **0** | | | | | | | | | | |
| ***4 семестр*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 13 Методика проведения учебно-тренировочного задания* | 1 | 1 | | | | | | | | 10 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 14 Развитие координации* | | | | | | | | | | 10 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 15 Развитие гибкости* | 1 | 1 | | | | | | | | 12 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 16 Развитие силовых способностей* | | | | | | | | | | 12 | Дневник самоконтроля/20 Таблица «Определение степени физической нагрузки» /20 |

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| ***Очная форма*** | | | | | | | | | | | |
| **Всего:** | **2** | **2** | | | | | | | | **44** | **100** |
| **Контроль, час** | **0** | | | | | | | | | | **Зачёт** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **48** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **0** | | | | | | | | | | |
| ***5 семестр*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 17 Развитие общей выносливости* | 1 | 1 | | | | | | | | 10 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 18 Развитие силовых способностей* | | | | | | | | | | 10 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 19 Развитие гибкости* | 1 | 1 | | | | | | | | 10 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 20 Дыхательные упражнения для снятия напряжения, расслабление, релаксация* | | | | | | | | | | 12 | Дневник самоконтроля/20 Таблица «Определение степени физической нагрузки» /20 |
| **Всего:** | **2** | **2** | | | | | | | | **42** | **100** |
| **Контроль, час** | **0** | | | | | | | | | | **Зачёт** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **46** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **0** | | | | | | | | | | |
| ***6 семестр*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 21 Совершенствование техники* | 1 | 1 | | | | | | | | 6 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 22 Совершенствование техники* | | | | | | | | | | 8 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 23 Развитие силовых способностей* | 1 | 1 | | | | | | | | 8 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 24 Развитие гибкости* | | | | | | | | | | 8 | Дневник самоконтроля/20 Таблица «Определение |

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| ***Очная форма*** | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | степени физической нагрузки» /20 |
| **Всего:** | **2** | **2** | | | | | | | | **30** | **100** |
| **Контроль, час** | **0** | | | | | | | | | | **Зачёт** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **34** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **0** | | | | | | | | | | |
| ***7 семестр*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 25. Развитие координационных способностей* | 1 | 1 | | | | | | | | 10 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 26 Развитие общей выносливости* | | | | | | | | | | 12 | Дневник самоконтроля/20 Таблица «Определение степени физической нагрузки» /20 |
| *Тема 27. Специальная физическая подготовка* | 1 | 1 | | | | | | | | 12 | Дневник самоконтроля/20 Таблица «Определение степени физической нагрузки» /20 |
| **Всего:** | **2** | **2** | | | | | | | | **34** | **100** |
| **Контроль, час** | **0** | | | | | | | | | | **Зачёт** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **38** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **0** | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| **Всего по дисциплине** | | | | | | | | | | | |
| **Всего:** | **16** | **14** | | | | | | | | **298** | **100*7** |
| **Контроль, час** | **0** | | | | | | | | | | **Зачёт*7** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **328** | | | | | | | | | | |

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| *Очная форма* | | | | | | | | | | | |
| Объем дисциплины (в зачетных единицах) | 0 | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Методы оценки и развития общей выносливости***

**Содержание темы.** Понятие, структура и содержание физического качества. Факторы и условия, детерминирующие проявление общей выносливости. Сенситивные периоды развития общей выносливости. Методы оценки выраженности общей выносливости (контрольные упражнения, тесты, сопоставительные таблицы). Средства и методы развития общей выносливости. Гендерные и возрастные особенности обучающихся, которые необходимо учитывать при составлении дифференцированных и индивидуальных программ развития общей выносливости.

***Тема 2. Методы оценки и развития координации и ловкости***

**Содержание темы.** Понятие, структура и содержание координации и ловкости. Факторы и условия, детерминирующие проявление координации и ловкости. Сенситивные периоды развития координации и ловкости. Методы оценки выраженности координации и ловкости (контрольные упражнения, тесты, сопоставительные таблицы). Средства и методы развития координации и ловкости. Гендерные и возрастные особенности обучающихся, которые необходимо учитывать при составлении дифференцированных и индивидуальных программ развития координации и ловкости.

***Тема 3. Методы оценки и развития силовых способностей***

**Содержание темы.** Понятие, структура и содержание силовых способностей. Факторы и условия, детерминирующие проявление силовых способностей. Сенситивные периоды развития силовых способностей. Методы оценки выраженности силовых способностей (контрольные упражнения, тесты, сопоставительные таблицы).

***Тема 4. Методы оценки и развития гибкости***

**Содержание темы.** Понятие, структура и содержание физического качества. Факторы и условия, детерминирующие проявление гибкости. Сенситивные периоды развития гибкости. Методы оценки выраженности гибкости (контрольные упражнения, тесты, сопоставительные таблицы).

***Тема 5. Развитие силовых способностей***

**Содержание темы.** Методы стандартного и переменного упражнения. Круговой метод. Упражнения для развития силовых способностей. Программа для развития силовых способностей. Средства и методы самоконтроля.

***Тема 6. Развитие гибкости***

**Содержание темы.** Методы стандартного и переменного упражнения. Круговой метод. Упражнения для развития гибкости. Программа для развития подвижности в суставах. Средства и методы самоконтроля.

***Тема 7. Развитие координации и ловкости.***

**Содержание темы.** Повторный, переменный, интервальный, смешанный методы тренировочной работы. Упражнения для развития координации и ловкости. Программа для развития координации и ловкости. Средства и методы самоконтроля**.**

***Тема 8. Развитие общей выносливости***

**Содержание темы.** Равномерный, переменный, кроссовый, смешанный методы тренировочной работы. Упражнения для развития общей выносливости. Программа для развития общей выносливости. Средства и методы самоконтроля**.**

***Тема 9. Развитие силовых способностей***

**Содержание темы.** Средства и методы развития силовых способностей. Гендерные и возрастные особенности обучающихся, которые необходимо учитывать при составлении дифференцированных и индивидуальных программ развития силовых способностей

***Тема 10. Развитие гибкости***

**Содержание темы.** Средства и методы развития гибкости. Гендерные и возрастные особенности обучающихся, которые необходимо учитывать при составлении дифференцированных и индивидуальных программ развития гибкости.

***Тема 11. Развитие ловкости***

**Содержание темы**. Подбор упражнений на учебно-тренировочных занятиях предусматривает совершенствование ранее изученных и обучение новым двигательным действиям, выполнение заданий с разной интенсивностью и иными интервалами отдыха. Прыжки через скакалку. Подсчёт частоты пульса после физического нагрузки и в состоянии покоя.

***Тема 12. Развитие общей выносливости***

**Содержание темы.** Подбор упражнений на учебно-тренировочных занятиях предусматривает совершенствование ранее изученных и обучение новым двигательным действиям, выполнение заданий с разной интенсивностью и иными интервалами отдыха, специфичными для развития общей выносливости.

***Тема 13. Методика проведения учебно-тренировочного задания***

**Содержание темы.** Подготовка мест занятий. Допуск к занятиям и спортивная форма. Техника безопасности на занятиях. Приемы первой помощи при травмах План-конспект занятия. Дозирование физической нагрузки у занимающихся. Цели и задачи занятия. Вводная часть занятия. Основная часть занятия. Заключительная часть занятия. Подведение итогов занятия. Приемы первой помощи при травмах.

***Тема 14. Развитие координации***

**Содержание темы.** Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития координации.

***Тема 15. Развитие гибкости***

**Содержание темы.** Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития гибкости.

***Тема 16. Развитие силовых способностей***

**Содержание темы.** Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития силовых способностей.

***Тема 17. Развитие общей выносливости***

**Содержание темы.** Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития общей выносливости

***Тема 18. Развитие силовых способностей***

**Содержание темы.** Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития силовых способностей.

***Тема 19. Развитие гибкости***

**Содержание темы.** Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития гибкости.

***Тема 20. Дыхательные упражнения для снятия напряжения, расслабление, релаксация***

**Содержание темы.** Комплекс релаксационных упражнений. Релаксация. Подвижные игры с незначительной психофизической нагрузкой.

***Тема 21. Совершенствование техники***

**Содержание темы.** Совершенствование техники релаксационных упражнений (ряд упражнений, направленных на совершенствование расслабляющих упражнений и развитие подвижности в суставах).

***Тема 22. Совершенствование техники***

Совершенствование техники выполнения заданий с разной интенсивностью и иными интервалами отдыха, специфичными для

развития общей выносливости.

***Тема 23. Развитие силовых способностей***

**Содержание темы.** Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития силовых способностей. Упражнения с использованием тренажёрных устройств. Упражнения для мышц рук и плечевого пояса; упражнения для мышц туловища; упражнения для мышц ног.

***Тема 24. Развитие гибкости***

**Содержание темы.** Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития гибкости.

***Тема 25. Развитие координационных способностей***

**Содержание темы.** Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития координационных способностей.

***Тема 26. Развитие общей выносливости***

***Содержание темы.*** Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития общей выносливости

***Тема 27. Специальная физическая подготовка (СФП)***

***Содержание темы.*** Организация спортивного двигательного действия. Специальная работоспособность обучаемого. Двигательные способности обучаемого. Общие основы методики СФП обучаемого. Практическая методика СФП. Программирование СФП.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, семинары, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

***Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции.***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к

зачету.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

***Методические указания для обучающихся при работе на семинаре***

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов одногруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть

письменно проработаны каждым обучающимся.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

*Работа с литературой (конспектирование)*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

1. Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

2. Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

3. Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

***Методические указания для обучающихся по ведению дневника самоконтроля***

Самоконтроль - это достаточно регулярное наблюдение за состоянием своего здоровья, необходимое для оптимизации физических и прочих нагрузок во время планового тренировочного процесса. Все параметры и характеристики заносятся в личный дневник.

Подробности рациона питания, специфических практик и процедур, применяемых, по собственной инициативе или по рекомендации и

назначению медицинского специалиста - необходимо документировать, с указанием подробностей, нужных для дальнейшего анализа истории и понимания причин возможных патологий. В сумме, синергетически, они могут резко менять состояние здоровья и существенно сказываться на спортивных результатах, вследствие сонастройки или, наоборот, разбалансировки систем организма.

В графе "примечаний и дополнительной информации" - обязательно указываются внутренние и внешние факторы, которые существенно влияют на состояние организма. Это, в первую очередь, текущее состояние геомагнитного поля ("магнитные бури") и экстремальные погодные условия, в виде перепадов атмосферного давления и температуры на улице.

***Пример ведения дневника самоконтроля (ОФП).***

| Показатели | Число, месяц, год, время дня | Примечание |
|---|---|---|
| Утренняя ортостатическая проба (ортопроба) | | |
| ЧСС (пульс) до и после занятий | | |
| Частота дыхания в минуту: до и после занятия | | |
| Потоотделение | | |
| Масса тела до и после тренировки | | |
| Самочувствие | | |
| Жизненная ёмкость легких | | |
| Кистевая динамометрия | | |
| Сон | | |
| Аппетит | | |
| Настроение | | |
| Болевые ощущения | | |
| Работоспособность | | |
| Желание тренироваться | | |
| Спортивные результаты | | |

***Методические указания для обучающихся по заполнению таблицы «Определение степени физической нагрузки по частоте пульса»***

**Как измерить пульс.** Лучевая артерия, где обычно измеряют

пульс, находится на внутренней части запястья, примерно на середине расстояние между его серединой и наружной стороной, соответствующей большому пальцу кисти. Положите на указанную область подушечки указательного и среднего пальцев, затем начните оказывать с нарастающей силой давление на эту зону, пока не появится ощущение пульсация. Посчитайте количество ударов пульса за 10 секунд, умножьте полученный результат на 6, конечное значение и есть частота пульса (сердечных сокращений) в одну минуту.Для людей, не имеющих серьёзных заболеваний сердца и не принимающих лекарственных препаратов, замедляющих частоту сердечных сокращений, величина максимально предельного уровня пульса определяется по формуле:

***220 - возраст.***

При наличии сердечных проблем необходимо консультироваться у кардиолога или рассчитывать максимальный пуль по формуле:

***200 - возраст.***

Целевая зона пульса при тренировках должна находиться в диапазоне 50-85% от максимально допустимого уровня. Занятия упражнениями в этих пределах будут гарантировать Вам отсутствие переутомления и поддержание хорошего состояния здоровья.

***Определение степени физической нагрузки по частоте пульса (уд./мин)***

| **Мощность работы** | **Частота пульса** | **Опасность перенапряжения** | **Тренировочный эффект** |
|---|---|---|---|
| Супермаксимальная | Более 187-189 | Высокая | Сомнительный |
| Максимальная | 175-188 | Повышенная | Отличный |
| Субмаксимальная | 153-175 | Нужна осторожность | Отличный |
| Большая | 128-153 | Нужна осторожность для нетренированных | Хороший |
| Средняя | 100-128 | Незначительная | Удовлетворительный |
| Легкая | 100 и менее | Отсутствует | Незначительный |

***Правила поведения для обучающихся, занимающихся физической культурой (далее - Правила поведения).***

При нахождении в спортивном зале занимающиеся обязаны соблюдать настоящие Правила поведения. График проведения занятий определяется расписанием занятий, утвержденным заведующим кафедрой.

*1. Общие требования безопасности*

К занятиям допускаются:

- занимающиеся, не имеющие медицинских противопоказаний для занятий физической культурой;
- прошедшие инструктаж по технике безопасности;
- одетые в спортивную одежду и обувь, соответствующие виду

занятий.

Занимающиеся обязаны соблюдать правила пожарной безопасности, знать места расположения первичных средств пожаротушения.

Занимающиеся должны знать место нахождения аптечки и уметь оказывать первую доврачебную помощь.

О каждом несчастном случае пострадавший или очевидец обязан немедленно сообщить преподавателю кафедры физической культуры.

Занимающимся запрещается без разрешения преподавателя подходить к имеющемуся во вспомогательных помещениях (раздевалки, душевые и т.п.) оборудованию и инвентарю и пользоваться им.

Занимающиеся, допустившие невыполнение или нарушение настоящих правил, привлекаются к дисциплинарной и материальной ответственности.

*2. Требования безопасности перед началом занятий*

Изучить содержание настоящих Правил. С разрешения преподавателя пройти в раздевалку, переодеться в спортивную форму (футболка, спортивные трусы, спортивная обувь на нескользкой подошве, не оставляющей следов на полу), не мешая соседям, аккуратно складывая свою одежду. С разрешения преподавателя пройти на легкоатлетический манеж. Разрешается брать с собой только вещи, необходимые для занятий. Не рекомендуется приступать к занятиям непосредственно после приема пищи. Запрещается приступать к занятиям при незаживших травмах и общем недомогании.

*3. Требования безопасности во время занятий*

Во время занятий занимающийся обязан:

- соблюдать настоящую инструкцию;
- неукоснительно выполнять все указания преподавателя, проводящего занятия;
- использовать спортивный инвентарь только с разрешения и под руководством преподавателя, проводящего занятия;
- выполнять упражнения с максимальной осторожностью, а при необходимости - со страховкой;
- работать только на том оборудовании, которое указано преподавателем;
- перед переходом к занятиям с использованием новых видов спортивного оборудования (инвентаря) и выполнением новых упражнений получить инструктаж по правилам использования данного вида оборудования.

Занимающимся запрещается:

- использовать неисправное оборудование;
- стоять близко от других занимающихся, выполняющих упражнения;
- самостоятельно осуществлять переход на другое оборудование;
- выполнять упражнения с гантелями и штангой с влажными

ладонями;

- выполнять любые действия без разрешения преподавателя кафедры физической культуры;

- использовать спортивное оборудование и инвентарь не по прямому назначению;

- производить самостоятельно разборку, сборку и ремонт оборудования;

- вносить в спортивный зал любые предметы без разрешения преподавателя, проводящего занятия.

*4. Требования безопасности в аварийных ситуациях*

При возникновении во время занятий болей в суставах, мышцах, возникновении кровотечения, а также при плохом самочувствии прекратить занятие и сообщить об этом преподавателю кафедры физической культуры.

При возникновении чрезвычайной ситуации (обнаружении неисправности оборудования, появлении посторонних запахов, задымлении, возгорании и т.п.) немедленно сообщить об этом преподавателю кафедры физической культуры и действовать в соответствии с его указаниями.

При получении травмы сообщить об этом преподавателю кафедры физической культуры.

При необходимости и возможности помочь преподавателю, проводящему занятия, оказать пострадавшему первую медицинскую помощь.

*5. Требования безопасности по окончании занятий*

Сдать использованное оборудование и инвентарь преподавателю кафедры физической культуры.

С разрешения преподавателя кафедры физической культуры, выйти из зала.

Принять душ, переодеться.

При обнаружении неисправности оборудования, системы вентиляции, работы сантехнических систем, нарушения целостности окон сообщить об этом преподавателю кафедры физической культуры.

## *Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины*

| **Наименование темы** | **Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение** | **Формы самостоят. работы** | **Форма текущего контроля** |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Методы оценки и развития общей выносливости* | Гендерные и возрастные особенности обучающихся, которые необходимо учитывать при составлении дифференцированных и индивидуальных | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка дневника самоконтроля | Дневник самоконтроля |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоят. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| | программ развития общей выносливости. | | |
| *Тема 2. Методы оценки и развития координации и ловкости* | Гендерные и возрастные особенности обучающихся, которые необходимо учитывать при составлении дифференцированных и индивидуальных программ развития координации и ловкости. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка дневника самоконтроля | Дневник самоконтроля |
| *Тема 3. Методы оценки и развития силовых способностей* | Методы оценки выраженности силовых способностей (контрольные упражнения, тесты, сопоставительные таблицы). | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка дневника самоконтроля | Дневник самоконтроля |
| *Тема 4. Методы оценки и развития гибкости* | Методы оценки выраженности гибкости (контрольные упражнения, тесты, сопоставительные таблицы). | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка дневника самоконтроля<br>Подготовка Таблицы «Определения степени физической нагрузки» | Дневник самоконтроля<br>Таблица «Определение степени физической нагрузки» |
| *Тема 5 Развитие силовых способностей* | Программа для развития силовых способностей. Средства и методы самоконтроля. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка дневника самоконтроля | Дневник самоконтроля |
| *Тема 6 Развитие гибкости* | Программа для развития подвижности в суставах. Средства и методы самоконтроля. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка дневника самоконтроля | Дневник самоконтроля |
| *Тема 7 Развитие координации и ловкости* | Программа для развития координации и ловкости. Средства и методы самоконтроля**.** | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка дневника самоконтроля | Дневник самоконтроля |
| *Тема 8 Развитие общей выносливости* | Программа для развития общей выносливости. Средства и методы самоконтроля**.** | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка дневника самоконтроля<br>Подготовка Таблицы «Определения степени физической нагрузки» | Дневник самоконтроля<br>Таблица «Определение степени физической нагрузки» |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоят. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| *Тема 9 Развитие силовых способностей* | Гендерные и возрастные особенности обучающихся, которые необходимо учитывать при составлении дифференцированных и индивидуальных программ развития силовых способностей | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка дневника самоконтроля | Дневник самоконтроля |
| *Тема 10 Развитие гибкости* | Гендерные и возрастные особенности обучающихся, которые необходимо учитывать при составлении дифференцированных и индивидуальных программ развития гибкости. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка дневника самоконтроля | Дневник самоконтроля |
| *Тема 11 Развитие ловкости* | Прыжки через скакалку. Подсчёт частоты пульса после физического нагрузки и в состоянии покоя. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка дневника самоконтроля | Дневник самоконтроля |
| *Тема 12 Развитие общей выносливости* | Подбор упражнений на учебно-тренировочных занятиях предусматривает совершенствование ранее изученных и обучение новым двигательным действиям, выполнение заданий с разной интенсивностью и иными интервалами отдыха, специфичными для развития общей выносливости. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка дневника самоконтроля<br>Подготовка Таблицы «Определения степени физической нагрузки» | Дневник самоконтроля<br>Таблица «Определение степени физической нагрузки» |
| *Тема 13 Методика проведения учебно-тренировочного задания* | Дозирование физической нагрузки у занимающихся. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка дневника самоконтроля | Дневник самоконтроля |
| *Тема 14 Развитие координации* | Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития координации | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка дневника самоконтроля | Дневник самоконтроля |
| *Тема 15 Развитие* | Дальнейшее | Работа с литературой, | Дневник самоконтроля |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоят. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| *гибкости* | совершенствование изученных упражнений для развития гибкости | включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка дневника самоконтроля | |
| *Тема 16 Развитие силовых способностей* | Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития силовых способностей | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка дневника самоконтроля<br>Подготовка Таблицы «Определения степени физической нагрузки» | Дневник самоконтроля<br>Таблица «Определение степени физической нагрузки» |
| *Тема 17 Развитие общей выносливости* | Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития общей выносливости | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка дневника самоконтроля | Дневник самоконтроля |
| *Тема 18 Развитие силовых способностей* | Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития силовых способностей. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка дневника самоконтроля | Дневник самоконтроля |
| *Тема 19 Развитие гибкости* | Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития гибкости. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка дневника самоконтроля | Дневник самоконтроля |
| *Тема 20 Дыхательные упражнения для снятия напряжения, расслабление, релаксация* | Релаксация. Подвижные игры с незначительной психофизической нагрузкой. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка дневника самоконтроля<br>Подготовка Таблицы «Определения степени физической нагрузки» | Дневник самоконтроля<br>Таблица «Определение степени физической нагрузки» |
| *Тема 21 Совершенствование техники* | Совершенствование техники релаксационных упражнений (ряд упражнений, направленных на совершенствование расслабляющих упражнений и развитие подвижности в суставах). | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка дневника самоконтроля | Дневник самоконтроля |
| *Тема 22 Совершенствование техники* | Совершенствование техники выполнения заданий с разной интенсивностью и | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet | Дневник самоконтроля |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоят. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| | иными интервалами отдыха, специфичными для развития общей выносливости. | Подготовка дневника самоконтроля | |
| *Тема 23 Развитие силовых способностей* | Упражнения для мышц рук и плечевого пояса; упражнения для мышц туловища; упражнения для мышц ног. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка дневника самоконтроля | Дневник самоконтроля |
| *Тема 24 Развитие гибкости* | Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития гибкости. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка дневника самоконтроля<br>Подготовка Таблицы «Определения степени физической нагрузки» | Дневник самоконтроля<br>Таблица «Определение степени физической нагрузки» |
| *Тема 25. Развитие координационных способностей* | Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития координационных способностей. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка дневника самоконтроля | Дневник самоконтроля |
| *Тема 26 Развитие общей выносливости* | Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития общей выносливости | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка дневника самоконтроля<br>Подготовка Таблицы «Определения степени физической нагрузки» | Дневник самоконтроля<br>Таблица «Определение степени физической нагрузки» |
| *Тема 27. Специальная физическая подготовка* | Двигательные способности обучаемого. Общие основы методики СФП обучаемого. Практическая методика СФП. Программирование СФП. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка дневника самоконтроля<br>Подготовка Таблицы «Определения степени физической нагрузки» | Дневник самоконтроля<br>Таблица «Определение степени физической нагрузки» |

# 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литратура:***

1. Чеснова, Е.Л. Физическая культура : [16+] / Е.Л. Чеснова. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 160 с. – https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература***:

1. Николаев, В.С. Двигательная активность и здоровье человека: теоретико-методические основы оздоровительной физической тренировки : [16+] / В.С. Николаев, А.А. Щанкин. – 2-е изд., стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 81 с. : ил. – https://www.iprbookshop.ru

2. Физическая культура и физическая подготовка / И.С. Барчуков, Ю.Н. Назаров, В.Я. Кикоть и др. ; ред. В.Я. Кикоть, И.С. Барчуков. – Москва : Юнити, 2015. – 432 с. – https://www.iprbookshop.ru

3. Витун, В.Г. Повышение адаптационных возможностей студентов средствами физической культуры / В.Г. Витун, Е.В. Витун ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». – Оренбург : ОГУ, 2015. – 103 с. : табл. – https://www.iprbookshop.ru

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № п/п | Наименование ресурса | Ссылка |
|---|---|---|
| 1. | Портал Министерства спорта РФ | http://government.ru/department/60/events/ |
| 2. | Портал Департамента физической культуры и спорта г. Москвы | https://www.mos.ru/moskomsport/ |
| 3. | Портал здорового образа жизни | http://www.rusmedserver.ru/ |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Спортивный зал**

*для проведения учебных занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации*

Основное оборудование:

стенка гимнастическая; перекладина деревянная навесная; канат для лазания; маты гимнастические; скамейки гимнастические; обручи гимнастические; скакалки; бревно гимнастическое напольное; палка гимнастическая пластмассовая; коврик для аэробики; эстафетные палочки; секундомер однокнопочный; мячи; канат для перетягивания велотренажёр; брусья навесные; гантели разборные; скамья атлетическая универсальная; скамья для пресса; стойка для штанги универсальная; брусья навесные универсальные; штанга тренировочная

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)
- Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

# 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

## 7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1 | Дневник самоконтроля | 20- таблица оформлена полностью по всем показателям в соответствии с заданной периодичностью<br>10- таблица оформлена не полностью по всем показателям в соответствии с заданной периодичностью |
| 2 | Таблица «Определение степени физической нагрузки» | 20- таблица оформлена полностью по всем показателям в соответствии с заданной периодичностью<br>10- таблица оформлена не полностью по всем показателям в соответствии с заданной периодичностью |

### *Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости*

***Примерные упражнения для самостоятельного выполнения***

**ОБЩАЯ ФИЗИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА**

*1. Общеразвивающие упражнения без предметов*

• упражнения для мышц шеи и плечевого пояса;

• упражнения для мышц рук и плечевого пояса;

• упражнения для мышц туловища;

• упражнения для мышц ног и подвижности в тазообедренных суставах;

• упражнения общего воздействия.

*2. Упражнения с использованием тренажёрных устройств (силовой комплекс, велотренажер, скамья для жима лежа)*

• упражнения для мышц рук и плечевого пояса;

• упражнения для мышц туловища;

• упражнения для мышц ног.

*3. Упражнения с гантелями.*

Упражнения для бицепсов.

Сгибания рук с гантелями (стоя, сидя). Хват снизу, сверху.

Попеременное сгибание рук с гантелями сидя.

Упражнения для трицепсов

Жим гантели из-за головы одной рукой.

Жим гантели из-за головы двумя руками.Разгибание руки назад в наклоне.

Разгибание рук с гантелями в локтевых суставах в наклоне.

Упражнения для мышц плечевого пояса

Жим гантелей от плеча с разным положением кистей (вперёд, параллельно).

Подъем гантелей вперед.

Разведение рук с гантелями в стороны (стоя).

Разведение рук с гантелями в стороны (стоя в наклоне).

Упражнения для грудных мышц

Жим гантелей лежа.

Разведение рук с гантелями лежа на скамейке.

Отведение выпрямленных рук назад, лежа на скамейке.

Упражнения для мышц спины

Тяга гантелей к поясу в наклоне.

Имитация рубки дров с гантелями в руках.

Наклоны с гантелями (ноги на ширине плеч, гантели в опущенных руках).

Отведение гантелей назад-вверх в наклоне (имитация гребка) с задержкой в верхней позиции

на 1-2 с.

Упражнения для мышц брюшного пресса

Подъемы туловища из положения лёжа, руки с гантелями за головой, ступни закреплены.

Упражнения для мышц ног

Приседания, руки с гантелями у плеч или опущены вниз.

Выпады с гантелями.

Подъемы на носки. Гантели в опущенных руках или у плеч.

*Методические указания. Гантели позволяют выполнять упражнения на почти все группы мышц без дополнительного оборудования. Следует выполнять от трех до пяти подходов при выполнении одного упражнения, повторяя движения до 10-12 раз. Систематические упражнения с гантелями повышают выносливость, увеличивают силу мышц, улучшают ловкость и быстроту. В конце занятий обязательно выполнять упражнения на расслабление мышц.*

*4. Упражнения с гирями. Комплекс упражнений.*

Лежа спиной на скамейке, гири у плеч: сгибание и разгибание рук.

Стоя, гиря в опущенной руке: круговые движения гирей вперед и назад.

Тяга гири двумя руками к подбородку стоя.

Жим гири стоя. Тяга гири одной рукой в наклоне.

Поднятие гири на бицепс.

Стоя гири у плеч: слегка согнув ноги в коленях и резко выпрямляя их, вытолкнуть гири вверх на прямые руки.

Стоя гири у плеч: выпад ногой вперед, выталкивая гири вверх на выпрямленные руки.

Наклоны с гирей в сторону (упражнение для развития косых мышц спины).

Наклоны с гирей вперед (гиря на спине).

Приседания с гирей на плечах.

Подъемы на носках ног. Гиря перед собой в опущенных руках.

*Методические указания. Количество повторений каждого упражнения не менее 5-6, но не более 15-16. Упражнения с гирями способствуют развитию мышечной системы, развивают, укрепляют костно-мышечного аппарат (особенно укрепляют запястья и локтевые уставы), а также благоприятно воздействуют на сердечно-сосудистую систему. В конце занятий выполняются упражнения на расслабление* мышц.

## 7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится с 1 по 7 семестр в форме зачета в каждом семестре.

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| Зачет представляет собой выполнение обучающимся основного медицинского отделения тестов общей физической подготовки, специальной физической и технической подготовки по ОФП<br>Обучающиеся, отнесенные по состоянию здоровья к подготовительному и специальному медицинским отделениям, включая лиц с ограниченными возможностями здоровья, выполняют только те контрольные нормативы, которые доступны им по состоянию здоровья | **«Зачтено»**<br>**90-100**– регулярное посещение занятий (90-100% посещаемость) (в случае пропуска по болезни необходима справка из медицинского учреждения), успешная сдача контрольных нормативов (тестов), занятие в спортивной секции; участие в спортивно-массовых мероприятиях<br>**70 -89**– посещение занятий (80-90% посещаемость) (в случае пропуска по болезни необходима справка из медицинского учреждения), сдача контрольных нормативов (тестов)<br>**50-69 -** посещение занятий (70-80% посещаемость) (в случае пропуска по болезни необходима справка из медицинского учреждения); сдача контрольных нормативов (тестов)<br>**«Не зачтено»**<br>**менее 50**– посещение занятий (менее 70% посещаемость) (в случае пропуска по болезни необходима справка из медицинского учреждения), пропуск занятий без уважительной причины, неудовлетворительная сдача контрольных нормативов (тестов) |

***Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся***

## КОНТРОЛЬНЫЕ ТЕСТЫ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ОСНОВНОЙ И СПЕЦИАЛЬНОЙ МЕДИЦИНСКИХ ГРУПП

| № теста | Наименование упражнений-тестов | Оценка в баллах | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **10** | **9** | **8** | **7** | **6** |
| **МУЖЧИНЫ** | | | | | | |
| **ОФП** | | | | | | |
| 1. | Модифицированный тест Купера (индекс). | более 880 | 879-781 | 780-681 | 680-580 | менее 580 |
| 2. | Наклоны туловища (см). | +8 +10 | +3 +5 | 0 0 | -5 -5 | <-5 <-5 |
| 3. | Наклон туловища из положения сидя и стоя. | | | | | |
| 4. | Подтягивание на перекладине. ОТОФП (к-во раз). | 15 | 12 | 9 | 7 | 5 |
| 5. | Сгибание и разгибание рук в упоре на брусьях (к-во раз). | 15 | 12 | 9 | 7 | 5 |
| 6. | Приседания на одной ноге, без опоры о стенку (к-во раз). | 10 | 8 | 6 | 5 | 4 |
| 7. | Поднимание ног (к-во раз). | 10 | 7 | 5 | 3 | 2 |
| 8. | Комбинированное силовое упражнение (к-во серий). | 12 | 10 | 8 | 6 | 5 |
| 9. | Прыжки в длину с места (см). | 250 | 240 | 230 | 223 | 215 |
| 10. | Атлетическая подготовка. Поднимание гири 24 кг (рывок), весовые категории:<br>до 70 кг<br>св. 70 кг | <br>38<br>44 | <br>34 40 | <br>30 36 | <br>26<br>32 | <br>22<br>28 |
| 11. | Статическое силовое упражнение (мин, сек). | 3.00 | 2.40 | 2.10 | 1.40 | 1.20 |
| 12. | Ведение баскетбольного мяча по сигналам флажка, свистка (сек). | 11,8 | 12,4 | 13,2 | 13,4 | 13,8 |
| 13. | Удержание равновесия (сек). | 28 | 24 | 20 | 16 | 12 |
| 14. | Комплекс упражнений для исправления осанки. | | | | | |
| 15. | Комплексное силовое упражнение (к-во раз). | 44 50 | 36 46 | 32 42 | 28 40 | 24 38 |
| **ЖЕНЩИНЫ** | | | | | | |
| **1. Общая физическая подготовка** | | | | | | |
| 16. | Модифицированный тест Купера (индекс). | более 670 | 670-591 | 590-511 | 510-430 | менее 430 |
| 17. | Наклоны туловища (см). | +8 +10 | +3 +5 | 0 0 | -5 -5 | <-5 <-5 |
| 18. | Наклон туловища из положения сидя и стоя. | ) | | | | |
| 19. | Поднимание туловища из положения лежа на спине. ОТОФП (к-во раз). | 60 | 50 | 40 | 30 | 20 |
| 20. | Сгибание и разгибание рук в упоре лежа с колен (отжимание) - к-во раз. | 30 40 | 25 35 | 20 30 | 17 25 | 15 20 |

| № теста | Наименование упражнений-тестов | Оценка в баллах | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **10** | **9** | **8** | **7** | **6** |
| 21. | Приседания на одной ноге, опора о стенку (к-во раз). | 8<br>12 | 6 10 | 5 8 | 4 6 | 3 5 |
| 22. | Шейпинг. Комплекс упражнений. | | | | | |
| 23. | Прогибание туловища назад (к-во раз). | 30 | 25 | 20 | 15 | 12 |
| 24. | Ведение баскетбольного мяча по сигналам флажка, свистка (сек). | 13,4 | 14,0 | 14,6 | 15,4 | 15,8 |
| 25. | Комплекс упражнений для исправления осанки. | | | | | |
| 26. | Удержание равновесия (сек). | 26 | 22 | 18 | 14 | 10 |
| 27. | Комплексное силовое упражнение (к-во раз). | 34 38 | 30 36 | 28 34 | 26<br>32 | 24 30 |

| **2. СПЕЦИАЛЬНЫЕ МЕДИЦИНСКИЕ ГРУППЫ** | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **№ теста** | **Наименование упражнений-тестов** | **Семестр** | **Оценка в баллах** | | | | |
| | | | **10** | **9** | **8** | **7** | **6** |
| **МУЖЧИНЫ** | | | | | | | |
| **1. Общая физическая подготовка** | | | | | | | |
| 1.1. Общая выносливость | | | | | | | |
| 1. | Проба Руфье | 1-6 | 0-5 | 5,1-10 | 10,1.-15 | 15,1-20 | Более 20 |
| 1.2. Гибкость | | | | | | | |
| 2. | Наклоны туловища (см). | 1<br>2<br>3<br>4-6 | +5<br>+6<br>+8<br>+ 10 | +3<br>+4<br>+5<br>+5 | 0<br>0<br>0<br>0 | -5<br>-5<br>-5<br>-5 | <-5<br><-5<br><-5<br><-5 |
| 1.3. Сила и силовая выносливость | | | | | | | |
| 3. | Подтягивание на перекладине (к-во раз) | 1<br>2<br>3<br>4<br>5 -6 | 15<br>15<br>15<br>15<br>15 | 5<br>6<br>7<br>8<br>9 | 3<br>4<br>5<br>6<br>7 | 2<br>3<br>4<br>5<br>6 | 1<br>2<br>3<br>4<br>5 |
| 4. | Сгибание и разгибание рук в упоре лежа с колен (отжимание) - к-во раз | 1,2<br>3-6 | 30<br>40 | 25<br>35 | 20<br>30 | 15<br>20 | 10<br>20 |
| 5. | Приседания на одной ноге, без опоры о стенку (к-во раз) | 1,2<br>3 | 7<br>9 | 5<br>7 | 3<br>5 | 2<br>3 | 1<br>2 |
| 6. | Поднимание ног (к-во раз) | 2 | 6 | 5 | 3 | 2 | 1 |
| **2. Спортивно-техническая подготовка** | | | | | | | |
| 7. | Поднимание гири 16 кг (рывок)<br>Весовые категории:<br>до 70 кг<br>свыше 70 кг | <br><br>1,2<br>1,2 | <br><br>16<br>20 | <br><br>14<br>16 | <br><br>10<br>12 | <br><br>6<br>8 | <br><br>4<br>6 |
| 3. Профессионально-прикладная физическая подготовка и жизненно-необходимые умения и навыки | | | | | | | |
| 3.1. Статическая выносливость мышц спины и ног | | | | | | | |
| 8. | Статическое силовое упражнение (мин, сек). | 4-6 | 2,30 | 2,00 | 1,30 | 1,00 | 0,40 |

| 2. СПЕЦИАЛЬНЫЕ МЕДИЦИНСКИЕ ГРУППЫ | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| № теста | Наименование упражнений-тестов | Семестр | Оценка в баллах | | | | |
| | | | 10 | 9 | 8 | 7 | 6 |
| 3.2. Устойчивость внимания и подвижность нервных процессов, быстрота зрительного различения | | | | | | | |
| 9. | Ведение баскетбольного мяча по сигналам | 3-5 | 13,0 | 13,8 | 14,6 | 15,2 | 15,8 |
| 3.3. Координация, точность движений и мышечных усилий | | | | | | | |
| 3.4. Устойчивость прямостояния и формирование правильной осанки | | | | | | | |
| 10. | Комплекс упражнений для исправления осанки. | 4-6 | Приложение 2 (Методические рекомендации) | | | | |
| 11. | Удержание равновесия (сек). | 4-6 | 26 | 22 | 16 | 12 | 10 |
| 3.5. Тесты специально-прикладной физической подготовки | | | | | | | |
| 12. | Комплексное силовое упражнение (к-во раз). | 1,2<br>3-6 | 32<br>38 | 30<br>36 | 28<br>32 | 26<br>30 | 24<br>28 |
| **ЖЕНЩИНЫ** | | | | | | | |
| **1. Общая физическая подготовка** | | | | | | | |
| 1.1. Общая выносливость | | | | | | | |
| 13. | Проба Руфье | 1-6 | 0-5 | 5,1-10 | 10,1.-15 | 15,1-20 | Более 20 |
| | 1.2. Гибкость | | | | | | |
| 14. | Наклоны туловища (см). | 1<br>2<br>3<br>4-6 | +5<br>+6<br>+8<br>+ 10 | +3<br>+4<br>+5<br>+5 | 0<br>0<br>0<br>0 | -5<br>-5<br>-5<br>-5 | <-5<br><-5<br><-5<br><-5 |
| 1.3. Сила и силовая выносливость | | | | | | | |
| 15. | Поднимание туловища из положения лежа на спине (к-во раз) | 1<br>2<br>3<br>4<br>5-6 | 60<br>60<br>60<br>60<br>60 | 25<br>30<br>35<br>40<br>43 | 20<br>20<br>30<br>35<br>40 | 15<br>18<br>25<br>30<br>35 | 10<br>15<br>20<br>25<br>30 |
| 16. | Сгибание и разгибание рук в упоре лежа с колен (к-во раз) | 1,2<br>3-6 | 20<br>25 | 15<br>20 | 10<br>15 | 8<br>12 | 7<br>10 |
| 17. | Приседания на одной ноге, опора о стенку (к-во раз) | 1,2<br>3-6 | 8<br>10 | 4<br>8 | 3<br>6 | 2<br>4 | 1<br>2 |
| 18. | Подтягивание лежа (- к-во раз | 2,4 | 12 | 10 | 8 | 6 | 4 |
| **2. Спортивно-техническая подготовка** | | | | | | | |
| 19. | Шейпинг. Комплекс упражнений (упрощенный) | 1,2 | Приложение 2 (Методические рекомендации) | | | | |
| 20. | Волейбол. Подачи по зонам (7 подач) | 3,4 | 3 | 2 | 1 | 0 | - |
| 21. | Баскетбол. Бросок в корзину (10 бросков) | 5,6 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |
| **3. Профессионально-прикладная физическая подготовка и жизненно-необходимые умения и навыки** | | | | | | | |
| 3.1. Статическая выносливость мышц спины и ног | | | | | | | |
| 22. | Прогибание туловища назад (к-во раз) | 4-6 | 20 | 15 | 12 | 10 | 8 |
| 3.2. Устойчивость внимания и подвижность нервных процессов, быстрота зрительного | | | | | | | |

| 2. СПЕЦИАЛЬНЫЕ МЕДИЦИНСКИЕ ГРУППЫ | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **№ теста** | **Наименование упражнений-тестов** | **Семестр** | **Оценка в баллах** | | | | |
| | | | **10** | **9** | **8** | **7** | **6** |
| различения | | | | | | | |
| 23. | Ведение баскетбольного мяча по сигналам флажком(сек). | 3-5 | 14,6 | 15,4 | 15,8 | 16,2 | 16,8 |
| 3.4. Устойчивость прямостояния и формирование правильной осанки | | | | | | | |
| 24. | Комплекс упражнений для исправления осанки. | 4-6 | Приложение 2 (Методические рекомендации) | | | | |
| 25. | Удержание равновесия (сек). | 4-6 | 26 | 22 | 16 | 12 | 10 |
| 3.5. Тесты специально-прикладной физической подготовки | | | | | | | |
| 26. | Комплексное силовое упражнение (к-во раз). | 1,2<br>3-6 | 28<br>34 | 26<br>28 | 24<br>26 | 23<br>24 | 22<br>22 |
| 27. | Челночный бег 4х10 м (сек). | 1-6 | 11,4 | 11,8 | 12,2 | 12,6 | 12,8 |
| 3.6. Тесты для оценки жизненно-необходимых умений и навыков | | | | | | | |
| 28. | Плавание 50 м (мин., сек). | 1-4 | 1,04 | 1,24 | 1,34 | б/вр | - |
| 29. | Плавание 100 м (мин, сек). | 1-4 | 2,30 | 3,00 | 3,20 | б/вр | - |

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» (Аэробика)

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

# СОДЕРЖАНИЕ

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ ..... 3

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ..... 5

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ..... 8

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 13

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 15

6. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 22

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ..... 24

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» (Аэробика) составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 N 512.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с физической культурой, как частью общечеловеческой культуры, здоровым образом жизни и его основных составляющих, социально-биологическими основами адаптации организма человека к физической и умственной деятельности, подготовкой к самостоятельным занятиям физической культурой и спортом, возрастной физиологией, самоконтролем за физическим состоянием, психофизической основой физической культуры и спорта, гигиеной.

Аэробика - это гимнастика, состоящая из аэробных упражнений под ритмичную музыку, которая помогает следить за ритмом выполнения упражнений.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в состав обязательной части Блока 1.

Дисциплина изучается на 1-4 курсах в 1-7 семестрах.

**Цель и задачи дисциплины**

***Целью*** изучения дисциплины «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» является формирование физической готовности обучающихся к успешной будущей профессиональной деятельности через развитие прикладных физических качеств, формирование прикладных двигательных умений и навыков, потребности в физическом совершенствовании и здоровом образе жизни.

***Задачи изучения дисциплины:***

- развитие и совершенствование базовых силовых, скоростных и координационных качеств, общей и специальной выносливости, гибкости;
- формирование основных и прикладных двигательных навыков;
- обеспечение оптимального уровня двигательной активности в образовательной и повседневной деятельности;
- укрепление здоровья, закаливание организма, повышение его устойчивости к неблагоприятным факторам внешней среды, профессиональной и образовательной деятельности;

- формирование здорового образа жизни.

**Особый порядок освоения дисциплины «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов** Для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов устанавливается особый порядок освоения указанных дисциплин (модулей) на основании соблюдения принципов здоровьесбережения и адаптивной физической культуры.

Элективные курсы по физической культуре осуществляются с учетом вида и тяжести нарушений организма обучающегося с ограниченными возможностями здоровья и инвалида.

Выбор методов обучения, проведение текущего контроля успеваемости, промежуточной и итоговой аттестации осуществляется в каждом отдельном случае с учетом особенностей нарушений функций организма обучающихся, зафиксированных в справке бюро медико-социальной экспертизы.

По личному заявлению обучающегося возможна разработка индивидуальных учебных планов и индивидуальных графиков для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов с учетом их особенностей и образовательных потребностей, а также увеличение срока их обучения, но не более чем на полгода.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **выпускник должен знать** | **выпускник должен уметь** | **выпускник должен иметь практический опыт** | |
| Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности | **УК-7** | **УК-7.1** Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма и условий реализации профессиональной деятельности | Методы сохранения и укрепления физического здоровья в условиях полноценной социальной профессиональной деятельности; социально-гуманитарную роль физической культуры и спорта в развитии личности; роль физической культуры и принципы здорового образа жизни; влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек; способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности; правила и способы планирования индивидуальных занятий различной целевой | - | - | Контактная работа:<br>Лекции<br>Практические занятия<br>Самостоятельная работа |

| Результаты освоения ООП | Код компет | Код и наименование | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине | | | Формы образовательной |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | направленности. | | | |
| | | **УК-7.2** Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности | - | Организовывать режим времени, приводящий к здоровому образу жизни; использовать средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа; выполнять индивидуально подобранные комплексы оздоровительной и адаптивной (лечебной) физической культуры. | - | |
| | | **УК-7.3** Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности | - | - | Спортивной деятельности и физического самосовершенствования и самовоспитания; способностью к организации своей жизни в соответствие с социально-значимыми представлениями о здоровом образе жизни; методикой самостоятельных занятий самоконтроля за состоянием своего организма; методикой организации и проведения | |

| Результаты освоения ООП | Код компет | Код и наименование | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине | | | Формы образовательной |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | индивидуального, коллективного (семейного) отдыха и при участии в массовых спортивных соревнованиях. | |

# 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ/балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической полготовки | | |
| ***Очная форма*** | | | | | | | | | | | |
| ***1 семестр*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1. Специальная физическая подготовка* | 2 | 1 | | | | | | | | 12 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 2 Обучение технике* | | | | | | | | | | 12 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 3 Обучение технике* | 2 | 1 | | | | | | | | 12 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 4 Обучение технике* | | | | | | | | | | 12 | Дневник самоконтроля/20 Таблица «Определение степени физической нагрузки» /20 |
| **Всего:/сем.** | **4** | **2** | | | | | | | | **48** | **100** |
| **Контроль, час/сем.** | **-** | | | | | | | | | | **Зачет** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)/сем.** | **54** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)/сем.** | **0** | | | | | | | | | | |
| ***2 семестр*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 5 Обучение технике* | 1 | 1 | | | | | | | | 10 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 6 Обучение технике* | | | | | | | | | | 10 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 7 Обучение техники* | 1 | 1 | | | | | | | | 15 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 8 Обучение технике* | | | | | | | | | | 15 | Дневник самоконтроля/20 Таблица «Определение степени физической нагрузки» /20 |
| **Всего:/сем.** | **2** | **2** | | | | | | | | **50** | **100** |

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ/балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической полготовки | | |
| **Контроль, час/сем.** | **-** | | | | | | | | | | **Зачет** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)/сем.** | **54** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)/сем.** | **0** | | | | | | | | | | |
| ***3 семестр*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 9. Развитие общей выносливости* | 1 | 1 | | | | | | | | 10 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 10. Обучение технике повышения тонуса и укрепления мышц свода стопы и мышц голени* | | | | | | | | | | 10 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 11. Обучение технике* | 1 | 1 | | | | | | | | 15 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 12. Обучение технике* | | | | | | | | | | 15 | Дневник самоконтроля/20 Таблица «Определение степени физической нагрузки» /20 |
| **Всего:/сем.** | **2** | **2** | | | | | | | | **50** | **100** |
| **Контроль, час/сем.** | **-** | | | | | | | | | | **Зачет** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)/сем.** | **54** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)/сем.** | **0** | | | | | | | | | | |
| ***4 семестр*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 13. Методика* | 1 | 1 | | | | | | | | 10 | Дневник самоконтроля/20 |

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ/балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической полготовки | | |
| *проведения учебно-тренировочного задания* | | | | | | | | | | | |
| *Тема 14 Развитие координации* | | | | | | | | | | 10 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 15 Развитие гибкости* | 1 | 1 | | | | | | | | 12 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 16 Специальная физическая подготовка* | | | | | | | | | | 12 | Дневник самоконтроля/20 Таблица «Определение степени физической нагрузки» /20 |
| **Всего:/сем.** | **2** | **2** | | | | | | | | **44** | **100** |
| **Контроль, час/сем.** | **-** | | | | | | | | | | **Зачет** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)/сем.** | **48** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)/сем.** | **0** | | | | | | | | | | |
| ***5 семестр*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 17 Аэробика с элементами восточных единоборств* | 1 | 1 | | | | | | | | 10 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 18 Пилатес. Элементы йоги* | | | | | | | | | | 10 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 19 Развитие гибкости* | 1 | 1 | | | | | | | | 10 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 20 Дыхательные упражнения для снятия напряжения,* | | | | | | | | | | 12 | Дневник самоконтроля/20 Таблица «Определение степени |

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ/балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической полготовки | | |
| *расслабление, релаксация* | | | | | | | | | | | физической нагрузки» /20 |
| **Всего:/сем.** | **2** | **2** | | | | | | | | **42** | **100** |
| **Контроль, час/сем.** | **-** | | | | | | | | | | **Зачет** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)/сем.** | **46** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)/сем.** | **0** | | | | | | | | | | |
| ***6 семестр*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 21. Совершенствование техники* | 1 | 1 | | | | | | | | 6 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 22. Совершенствование техники* | | | | | | | | | | 8 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 23. Фитбол — аэробика.* | 1 | 1 | | | | | | | | 8 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 24 Развитие гибкости* | | | | | | | | | | 8 | Дневник самоконтроля/20 Таблица «Определение степени физической нагрузки» /20 |
| **Всего:/сем.** | **2** | **2** | | | | | | | | **30** | **100** |
| **Контроль, час/сем.** | **-** | | | | | | | | | | **Зачет** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)/сем.** | **34** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)/сем.** | **0** | | | | | | | | | | |
| ***7 семестр*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 25. Развитие координационных способностей* | 1 | 1 | | | | | | | | 10 | Дневник самоконтроля/20 |
| *Тема 26* | | | | | | | | | | 12 | Дневник |

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ/балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической полготовки | | |
| *Развитие общей выносливости* | | | | | | | | | | | самоконтроля/20 Таблица «Определение степени физической нагрузки» /20 |
| *Тема 27. Специальная физическая подготовка* | 1 | 1 | | | | | | | | 12 | Дневник самоконтроля/20 Таблица «Определение степени физической нагрузки» /20 |
| **Всего:/сем.** | **2** | **2** | | | | | | | | **34** | **100** |
| **Контроль, час/сем.** | **-** | | | | | | | | | | **Зачет** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)/сем.** | **38** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)/сем.** | **0** | | | | | | | | | | |
| **Всего по дисциплине** | | | | | | | | | | | |
| **Всего:** | **16** | **14** | | | | | | | | **298** | **100*7** |
| **Контроль, час** | **-** | | | | | | | | | | **Зачет*7** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **328** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | - | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Специальная физическая подготовка***

Организация и проведение общеразвивающих, специальных упражнений на уроке аэробики. Обучение технике аэробики. Совершенствование техники аэробики.

***Тема 2. Обучение технике***

Организация и проведение общеразвивающих, специальных упражнений на уроке аэробики. Обучение технике обычная ходьба– марш**.**

***Тема 3. Обучение технике***

Ходьба ноги врозь– ноги вместе (Straddle– стрэдл).

V-шаг (V-Step– ви-степ).

***Тема 4. Обучение технике***

Обучение технике стретчинга Совершенствование техники шагов.

***Тема 5. Обучение технике***

Обучение технике степ-аэробики.

***Тема 6. Обучение технике***

Обучение технике степ-аэробики.

***Тема 7. Обучение технике***

Обучение технике степ-аэробики.

***Тема 8. Обучение технике***

Обучение технике степ-аэробики.

***Тема 9. Развитие общей выносливости***

Равномерный, переменный, смешанный методы тренировочной работы. Упражнения для развития общей выносливости. Программа для развития общей выносливости. Средства и методы самоконтроля**.**

***Тема 10. Обучение технике повышения тонуса и укрепления мышц свода стопы и мышц голени***

Упражнения для укрепления мышц стопы: ходьба на месте; стоя, руки на поясе, левая нога на носке, правая на пятке, смена положения ног; «ходьба по колючкам» (ходьба с «поджатыми» пальцами); чередование ходьбы на носках и пятках; исходное положение, сидя на полу: поочередный подъем правой и левой стопы; сидя, колени сомкнуты, стопы развернуты, подъем наружных краев стоп, постепенно сближая стопы и увеличивая время напряжения мышц; давить большим

пальцем правой стопы на опору, поднимая мизинец и пятку; стопы сомкнуты, подъем внутренних краев стоп; «гусеница», «прожорливая гусеница», «сытая гусеница», «черепаший ход».

***Тема 11. Обучение технике***

Обучение технике степ-аэробики.

***Тема 12. Обучение технике***

Основы черлидинга

***Тема 13. Методика проведения учебно-тренировочного задания***

Подготовка мест занятий. Допуск к занятиям и спортивная форма. Техника безопасности на занятиях. Приемы первой помощи при травмах План-конспект занятия. Дозирование физической нагрузки у занимающихся. Цели и задачи занятия. Водная часть занятия. Основная часть занятия. Заключительная часть занятия. Подведение итогов занятия. Приемы первой помощи при травмах.

***Тема 14. Развитие координации***

Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития координации.

***Тема 15. Развитие гибкости***

Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития гибкости.

***Тема 16. Специальная физическая подготовка***

Обучении техники черлидинга

***Тема 17. Аэробика с элементами восточных единоборств***

Упражнения и движения восточных единоборств — тайбо, карате, бокс (начальный уровень). Снятие стресса, повышение тонуса, регулирование работы сердца, повышение гибкости и координации, тренировка дыхательной системы

***Тема 18. Пилатес. Элементы йоги***

Разучивание техники дыхания при выполнении элементов оздоровительной йоги. Упражнения на релаксацию.

***Тема 19. Развитие гибкости***

Совершенствование техники черлидинга.

***Тема 20. Дыхательные упражнения для снятия напряжения, расслабление, релаксация***

Комплекс упражнений для мышц спины. Упражнения на релаксацию.

***Тема 21. Совершенствование техники***

Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для снятия напряжения, расслабления и релаксации.

***Тема 22. Совершенствование техники***

Отработка выполнения связки степ-аэробики. Развитие общей выносливости

***Тема 23. Фитбол — аэробика.***

Упражнения с набивными мячами. Упражнения на осанку. пражнения с мячом. Комплекс упражнений для ног. Упражнения с мячом.

***Тема 24. Развитие гибкости***

Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития гибкости.

***Тема 25. Развитие координационных способностей***

Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития координационных способностей.

***Тема 26. Развитие общей выносливости***

Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития общей выносливости

***Тема 27. Специальная физическая подготовка***

Совершенствование техники упражнений общего воздействия. Совершенствование техники интенсивных упражнений в устойчивом ритме (под музыку) с движениями руками, туловищем, ногами; упражнения танцевального характера. Совершенствование техники упражнений на силу, выносливость, координацию движения. Совершенствование техники упражнений комплексов на развитие гибкости и растяжки.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекции, семинары, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

Методические указания для обучающихся при работе над

конспектом лекций во время проведения лекции.

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

***Методические указания для обучающихся при работе на семинаре***

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов одногруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях

является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

***Методические указания для обучающихся по ведению дневника самоконтроля***

Самоконтроль - это достаточно регулярное наблюдение за состоянием своего здоровья, необходимое для оптимизации физических и прочих нагрузок во время планового тренировочного процесса. Все параметры и характеристики заносятся в личный дневник.

Подробности рациона питания, специфических практик и процедур, применяемых, по собственной инициативе или по рекомендации и назначению медицинского специалиста - необходимо документировать, с указанием подробностей, нужных для дальнейшего анализа истории и понимания причин возможных патологий. В сумме, синергетически, они могут резко менять состояние здоровья и существенно сказываться на спортивных результатах, вследствие сонастройки или, наоборот, разбалансировки систем организма.

В графе "примечаний и дополнительной информации" - обязательно указываются внутренние и внешние факторы, которые существенно влияют на состояние организма. Это, в первую очередь, текущее состояние геомагнитного поля ("магнитные бури") и экстремальные погодные условия, в виде перепадов атмосферного давления и температуры на улице.

***Пример ведения дневника самоконтроля (ОФП).***

| **Показатели** | **Число, месяц, год, время дня** | **Примечание** |
|---|---|---|
| Утренняя ортостатическая проба (ортопроба) | | |
| ЧСС (пульс) до и после занятий | | |
| Частота дыхания в минуту: до и после занятия | | |
| Потоотделение | | |
| Масса тела до и после тренировки | | |

| Показатели | Число, месяц, год, время дня | Примечание |
|---|---|---|
| Самочувствие | | |
| Жизненная ёмкость легких | | |
| Кистевая динамометрия | | |
| Сон | | |
| Аппетит | | |
| Настроение | | |
| Болевые ощущения | | |
| Работоспособность | | |
| Желание тренироваться | | |
| Спортивные результаты | | |

## *Пример ведения дневника самоконтроля (аэробика)*

| № п/п | Показатели самоконтроля | Дата наблюдения и состояние (оценка) | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | … | 31 |
| 1. | Самочувствие и настроение | | | | | | | | | |
| 2. | Аппетит | | | | | | | | | |
| 3. | Сон | | | | | | | | | |
| 4. | Работоспособность | | | | | | | | | |
| 5. | Болевые ощущения | | | | | | | | | |
| 6. | Желание заниматься физическими | | | | | | | | | |
| | упражнениями | | | | | | | | | |
| 7. | Частота пульса в 1 мин: | | | | | | | | | |
| | а) утром после сна в положении | | | | | | | | | |
| | лежа | | | | | | | | | |
| | б) до занятий физическими | | | | | | | | | |
| | упражнениями | | | | | | | | | |
| | в) сразу же после окончания | | | | | | | | | |
| | занятий | | | | | | | | | |
| | г) через 5 мин после окончания | | | | | | | | | |
| | занятий | | | | | | | | | |
| 8. | Частота дыхания в 1 мин: | | | | | | | | | |
| | а) до занятий | | | | | | | | | |
| | б) после занятий | | | | | | | | | |
| 9. | Жизненная емкостьлегких | | | | | | | | | |
| 10. | Артериальное давление | | | | | | | | | |
| | а) до занятий | | | | | | | | | |
| | б) после занятий | | | | | | | | | |

| № п/п | Показатели самоконтроля | Дата наблюдения и состояние (оценка) | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | … | 31 |
| 11. | Масса тела (кг) | | | | | | | | | |
| 12. | Результаты функциональных проб: | | | | | | | | | |
| | а*) | | | | | | | | | |
| | б*) | | | | | | | | | |
| | в*) | | | | | | | | | |
| 13. | Результаты в контрольных | | | | | | | | | |
| | упражнениях (тестах): | | | | | | | | | |
| | а*) | | | | | | | | | |
| | б*) | | | | | | | | | |
| | в*) | | | | | | | | | |

* Выбираются самими занимающимися оздоровительной физической культурой

***Методические указания для обучающихся по заполнению таблицы «Определение степени физической нагрузки по частоте пульса»***

**Как измерить пульс.** Лучевая артерия, где обычно измеряют пульс, находится на внутренней части запястья, примерно на середине расстояние между его серединой и наружной стороной, соответствующей большому пальцу кисти. Положите на указанную область подушечки указательного и среднего пальцев, затем начните оказывать с нарастающей силой давление на эту зону, пока не появится ощущение пульсация. Посчитайте количество ударов пульса за 10 секунд, умножьте полученный результат на 6, конечное значение и есть частота пульса (сердечных сокращений) в одну минуту. Для людей, не имеющих серьёзных заболеваний сердца и не принимающих лекарственных препаратов, замедляющих частоту сердечных сокращений, величина максимально предельного уровня пульса определяется по формуле:

***220 - возраст.***

При наличии сердечных проблем необходимо консультироваться у кардиолога или рассчитывать максимальный пуль по формуле:

***200 - возраст.***

Целевая зона пульса при тренировках должна находиться в диапазоне 50-85% от максимально допустимого уровня. Занятия упражнениями в этих пределах будут гарантировать Вам отсутствие переутомления и поддержание хорошего состояния здоровья.

***Определение степени физической нагрузки по частоте пульса (уд./мин)***

| Мощность работы | Частота пульса | Опасность перенапряжения | Тренировочный эффект |
|---|---|---|---|
| Супермакси-мальная | Более 187-189 | Высокая | Сомнительный |
| Максимальная | 175-188 | Повышенная | Отличный |
| Субмаксимальная | 153-175 | Нужна осторожность | Отличный |
| Большая | 128-153 | Нужна осторожность для нетренированных | Хороший |
| Средняя | 100-128 | Незначительная | Удовлетворительный |
| Легкая | 100 и менее | Отсутствует | Незначительный |

***Правила поведения для обучающихся, занимающихся физической культурой (далее - Правила поведения).***

При нахождении в спортивном зале занимающиеся обязаны соблюдать настоящие Правила поведения. График проведения занятий определяется расписанием занятий, утвержденным заведующим кафедрой.

*1. Общие требования безопасности*

К занятиям допускаются:

- занимающиеся, не имеющие медицинских противопоказаний для занятий физической культурой;
- прошедшие инструктаж по технике безопасности;
- одетые в спортивную одежду и обувь, соответствующие виду занятий.

Занимающиеся обязаны соблюдать правила пожарной безопасности, знать места расположения первичных средств пожаротушения.

Занимающиеся должны знать место нахождения аптечки и уметь оказывать первую доврачебную помощь.

О каждом несчастном случае пострадавший или очевидец обязан немедленно сообщить преподавателю кафедры физической культуры.

Занимающимся запрещается без разрешения преподавателя подходить к имеющемуся во вспомогательных помещениях (раздевалки, душевые и т.п.) оборудованию и инвентарю и пользоваться им.

Занимающиеся, допустившие невыполнение или нарушение настоящих правил, привлекаются к дисциплинарной и материальной ответственности.

*2. Требования безопасности перед началом занятий*

Изучить содержание настоящих Правил. С разрешения преподавателя пройти в раздевалку, переодеться в спортивную форму (футболка, спортивные трусы, спортивная обувь на нескользкой подошве, не оставляющей следов на полу), не мешая соседям, аккуратно складывая свою одежду. С разрешения преподавателя пройти на легкоатлетический манеж. Разрешается брать с собой только вещи,

необходимые для занятий. Не рекомендуется приступать к занятиям непосредственно после приема пищи. Запрещается приступать к занятиям при незаживших травмах и общем недомогании.

*3. Требования безопасности во время занятий*

Во время занятий занимающийся обязан:

- соблюдать настоящую инструкцию;
- неукоснительно выполнять все указания преподавателя, проводящего занятия;
- использовать спортивный инвентарь только с разрешения и под руководством преподавателя, проводящего занятия;
- выполнять упражнения с максимальной осторожностью, а при необходимости - со страховкой;
- работать только на том оборудовании, которое указано преподавателем;
- перед переходом к занятиям с использованием новых видов спортивного оборудования (инвентаря) и выполнением новых упражнений получить инструктаж по правилам использования данного вида оборудования.

Занимающимся запрещается:

- использовать неисправное оборудование;
- стоять близко от других занимающихся, выполняющих упражнения;
- самостоятельно осуществлять переход на другое оборудование;
- выполнять упражнения с гантелями и штангой с влажными ладонями;
- выполнять любые действия без разрешения преподавателя кафедры физической культуры;
- использовать спортивное оборудование и инвентарь не по прямому назначению;
- производить самостоятельно разборку, сборку и ремонт оборудования;
- вносить в спортивный зал любые предметы без разрешения преподавателя, проводящего занятия.

*4. Требования безопасности в аварийных ситуациях*

При возникновении во время занятий болей в суставах, мышцах, возникновении кровотечения, а также при плохом самочувствии прекратить занятие и сообщить об этом преподавателю кафедры физической культуры.

При возникновении чрезвычайной ситуации (обнаружении неисправности оборудования, появлении посторонних запахов, задымлении, возгорании и т.п.) немедленно сообщить об этом преподавателю кафедры физической культуры и действовать в соответствии с его указаниями.

При получении травмы сообщить об этом преподавателю кафедры

физической культуры.

При необходимости и возможности помочь преподавателю, проводящему занятия, оказать пострадавшему первую медицинскую помощь.

*5. Требования безопасности по окончании занятий*

Сдать использованное оборудование и инвентарь преподавателю кафедры физической культуры.

С разрешения преподавателя кафедры физической культуры, выйти из зала.

Принять душ, переодеться.

При обнаружении неисправности оборудования, системы вентиляции, работы сантехнических систем, нарушения целостности окон сообщить об этом преподавателю кафедры физической культуры.

## 6. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1.Чеснова Е.Л. Физическая культура: [16+] / Е.Л. Чеснова. – Москва Директ-Медиа, 2013. – 160 с. – https://www.iprbookshop.ru

2. Физическая культура : учебное пособие для вузов / Е. В. Конеева [и др.] ; под редакцией Е. В. Конеевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 599 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12033-2. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература:***

1.Черкасова И.В. Аэробика: [16+] / И.В. Черкасова. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 98 с.: ил. – https://www.iprbookshop.ru

2.Методические основы фитнес-аэробики: учебно-методическое пособие: [16+] / М.З. Федосеева, С.А. Лебедева, Т.А. Иващенко, Д.Н. Давиденко; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола: ПГТУ, 2018. – 56 с.: ил. – https://www.iprbookshop.ru

3. Письменский, И. А. Физическая культура : учебник для вузов / И. А. Письменский, Ю. Н. Аллянов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 450 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14056-9. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru.

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № п/п | Наименование ресурса | Ссылка |
|---|---|---|
| 1. | Портал Министерства спорта РФ | http://government.ru/department/60/events/ |
| 2. | Портал Департамента физической культуры и спорта г. Москвы | https://www.mos.ru/moskomsport/ |
| 3. | Портал здорового образа жизни | http://www.rusmedserver.ru/ |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Спортивный зал**

*для проведения учебных занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации*

Основное оборудование:

стенка гимнастическая; перекладина деревянная навесная; канат для лазания; маты гимнастические; скамейки гимнастические; обручи гимнастические; скакалки; бревно гимнастическое напольное; палка гимнастическая пластмассовая; коврик для аэробики; эстафетные палочки; секундомер однокнопочный; мячи; канат для перетягивания велотренажёр; брусья навесные; гантели разборные; скамья атлетическая универсальная; скамья для пресса; стойка для штанги универсальная; брусья навесные универсальные; штанга тренировочная

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

### 6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные

**профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

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

При проведении образовательного процесса по дисциплине необходимо наличие:

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)
- Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1 | Дневник самоконтроля | 20- таблица оформлена полностью по всем показателям в соответствии с заданной периодичностью<br>10- таблица оформлена не полностью по всем показателям в соответствии с заданной периодичностью |
| 2 | Таблица «Определение степени физической нагрузки» | 20- таблица оформлена полностью по всем показателям в соответствии с заданной периодичностью<br>10- таблица оформлена не полностью по всем показателям в соответствии с заданной периодичностью |

## *Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости*

## ***Примерные упражнения для самостоятельного выполнения***

### *АЭРОБИКА*

| Часть урока | Направленность и продолжительность части урока | Основные упражнения | Указания |
|---|---|---|---|
| **Подготовительная** | 1. Разминка<br>1.1. Разогревание (Warm up)<br>Продолжительность подготовитель ной части урока<br>от 5 до 10 мин | Повороты головы, наклоны, круговые движения плечами, выставление ноги на носок, движения стопой | Рекомендуется использовать низкий или средний темп движений, с небольшой амплитудой. Упражнения на координацию и усиление кровотока выполнять в среднем темпе с увеличением амплитуды |
| | 1.2. Стретчинг — упражнения на гибкость (Stretching) | Полуприсяды, выпады, движения туловищем, варианты шагов на месте и с перемещениями в сочетании с движениями руками, растягивание мышц голени, передней и задней поверхности бедра, поясницы | Выполнять в медленном и среднем темпе в положении стоя, с опорой руками о бедра, без использования махов и пружинящих движений |
| **Основная** | 2. Аэробная часть (Aerobics)<br>Продолжительность | Базовые элементы и усложнения | Разучивание танцевальных соединений в среднем темпе на месте |

| Часть урока | Направленность и продолжительность части урока | Основные упражнения | Указания |
|---|---|---|---|
| | от 20 до 40 мин 2.1. Аэробная разминка (3-10 мин) | движений, варианты ходьбы с движениями руками | и с передвижениями в разных направлениях |
| | 2.2.«Аэробный ПИК» (рекомендуется не менее 15—20 мин) | Танцевальные комбинации аэробных шагов и их вариантов, бег, прыжки в сочетании с движениями руками | Выполнение сочетаний - «блоков» упражнений на месте и с перемещениями в разных направлениях, увеличение нагрузки за счет координационной сложности, амплитуды и интенсивности движений |
| | 2.3. Первая аэробная «заминка» (2-5 мин) | Базовые движения, варианты ходьбы с уменьшающейся амплитудой движений руками, амплитудные движения руками, сгибания и разгибания туловища с опорой руками о бедра | Уменьшение амплитуды перемещений, темпа движений. Движения выполняются в стойке ноги врозь, выпаде, полуприсяде, сочетаются с дыханием, темп движений замедляется |
| | 3. Упражнения на полу (Floor work) — «фитнесс» (5-10 мин)<br>3.1. Упражнения для мышц туловища | В положении лежа упражнения на силу и силовую выносливость мышц брюшного пресса и спины | Выполнять от 1 до 3 серий по 10- 16 повторений движений. Методы выполнения упражнений и длительность пауз между сериями зависят от уровня подготовленности занимающихся |
| | 3.2. Упражнения для мышц бедра | В положении лежа упражнения на силу и силовую выносливость приводящих и отводящих мышц бедра | Можно использовать упражнения с утяжелителями с амортизаторами, на тренажерах |
| | 3.3. Упражнения для мышц рук и плечевого пояса | Варианты сгибания и разгибания рук в разных исходных | |

| Часть урока | Направленность и продолжительность части урока | Основные упражнения | Указания |
|---|---|---|---|
| | | положениях | |
| **Заключительная** | 4. Вторая «заминка» «остывание». Снижение) нагрузки (Cool down) (2-5 мин) 4.1. Глубокий стретч Упражнения на гибкость, общая «заминка» | Растягивание мышц передней, задней и внутренней поверхностей бедра, голени, мышц груди, рук и плечевого пояса | В разных исходных положениях, медленно, с фиксацией поз и последующим расслаблением |

## 7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» (Аэробика) проводится в форме зачетов в каждом семестре с 1 по 7 семестр.

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| Зачет представляет собой выполнение обучающимся основного медицинского отделения тестов общей физической подготовки, специальной физической и технической подготовки по аэробике<br>Обучающиеся, отнесенные по состоянию здоровья к подготовительному и специальному медицинским отделениям, включая лиц с ограниченными возможностями здоровья, выполняют только те контрольные нормативы, которые доступны им по состоянию здоровья | **«Зачтено»**<br>**90-100**– регулярное посещение занятий (90-100% посещаемость) (в случае пропуска по болезни необходима справка из медицинского учреждения), успешная сдача контрольных нормативов (тестов), занятие в спортивной секции; участие в спортивно-массовых мероприятиях<br>**70 -89**– посещение занятий (80-90% посещаемость) (в случае пропуска по болезни необходима справка из медицинского учреждения), сдача контрольных нормативов (тестов)<br>**50-69 -** посещение занятий (70-80% посещаемость) (в случае пропуска по болезни необходима справка из медицинского учреждения); сдача контрольных нормативов (тестов)<br>**«Не зачтено»**<br>**менее 50**– посещение занятий (менее 70% посещаемость) (в случае пропуска по болезни необходима справка из медицинского учреждения), пропуск занятий без уважительной причины, неудовлетворительная сдача контрольных нормативов (тестов) |

### *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

### *Типовые требования к зачету по аэробике*

1.Методическая практика проведение разминки на занятиях по аэробике: подготовительная часть урока включает в себя разминку аэробной направленности продолжительностью 10-15 мин, посвящена общему разогреву организма, подготовке к напряженной и интенсивной работе. Как правило, здесь используются упражнения с изолированной работой различных звеньев тела, одновременные, разнонаправленные и поочередные движения конечностями, движения туловищем, а также умеренное растягивание мышц и связок.

2. Комбинация на координацию: выполнение V-Step по квадрату (4 круга) с изменением положений рук на 8 счетов

3. Аэробная комбинация из базовых элементов в Hi impact (4 раза) без изменения направления из 6 элементов, с изменением направления из 8 базовых

4. Студенты самостоятельно составляют танцевальную композицию с изменением положения в различных частях тела, выполняемых в сочетании с поворотами на основе базовых шагов, композиционно связанных в единый комплекс. В упражнении должны чередоваться трудные и простые движения и соединения, выполнять их свободно, без напряжения и выразительно. Длительность танцевальной комбинации не менее 8 восьмерок ,16 восьмерок.

Оценивается демонстрация двигательных способностей исполнителя, умение владеть и управлять своим телом, своими движениями.

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Бренд-коммуникации»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

## Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ ..... 3

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ..... 5

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ..... 7

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 9

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 12

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 23

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ..... 25

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Бренд-коммуникации» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512.

Дисциплина «Бренд-коммуникации» имеет большое значение для подготовки специалистов рекламы и связей с общественностью. Актуальность и практическая значимость изучения данного курса определяются в частности, важностью разнообразных концепций, научных подходов и наработанных в международной и российской практике технологий разработки и развития брендов, активно применяемых в компаниях и коммуникационных агентствах в качестве одного из ключевых направлений развития современного маркетинга и маркетинговых коммуникаций; признанной и постоянно растущей ролью брендов как нематериальных активов компаний, участвующих в их капитализации. Недостаточным вниманием, уделяемым исследованию, анализу и развитию брендов и архитектур марочных портфелей со стороны ряда отечественных компаний и фирм; слабой осведомленностью компаний о новых направлениях развития брендов, появляющихся прежде всего в зарубежной (но отчасти и в российской) научной и практически ориентированной литературе. В рамках данной дисциплины изучаются следующие основные проблемы: современные концепции брендинга; стратегии брендинга; типы брендируемых объектов и типы брендов на различных иерархических уровнях; портфель брендов компании, архитектура и роли брендов; разработка платформы бренда и системы идентификаторов бренда; формирование капитала бренда и развитие бренда во времени; особенности брендинга на различных рынках; частные торговые марки как особый тип брендов, их конкуренция с брендами производителей; оценка капитала и стоимости бренда.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1.

Дисциплина изучается на 1 курсе во 2 семестре.

**Цель и задачи дисциплины**

***Цель изучения дисциплины*** – формирование у обучающихся необходимых компетенций для успешного применения инструментов брендинга в профессиональной сфере.

***Задачи изучения дисциплины***:

- формирование и развитие ключевых компетенций студентов в

области управления брендами, т.е. выработка у студентов профессионального взгляда, знаний научной и практической направленности и базовых навыков по созданию и управлению брендами как важнейшими стратегическими нематериальными активами компаний, что позволит им разрабатывать конкурентноспособные и охраноспособные торговые марки, определять их позиционирование и идентичность, управлять их развитием с учетом маркетинговых и бизнес-стратегий фирмы, а также формировать, проводить аудит и оптимизировать портфели брендов компаний;

- сформировать знания о понятийном аппарате, основных концепциях и моделях брендинга; основных типах и источниках маркетинговых данных для формирования и разработки брендов, принципах разработки концепции бренда, позиционирования и его идентичности;
- научиться применять знания портфелей брендов для решения аналитических практических задач; разрабатывать концепции позиционирования бренда и обосновывать принятые решения;
- получить практический опыт описания идентичности существующего бренда на основе нескольких современных моделей; оценки охраноспособности и уникальности идентификаторов брендов; анализа здоровья и потребительского капитала брендов; навыками влияния различных маркетинговых стимулов на восприятие брендов и поведение потребителей в отношении брендов.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **знать** | **уметь** | **иметь практический опыт** | |
| Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного канала | ПК-1 | ПК-1.1 использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта | понятийный аппарат, основные концепции и модели брендинга | использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и реализации коммуникационного продукта | описания идентичности существующего бренда на основе нескольких современных моделей; Методами интегрированных маркетинговых коммуникаций в рекламе и PR. | Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа |
| | | ПК-1.2 принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта | основные типы и источники маркетинговых данных для формирования и разработки брендов | применять знания портфелей брендов для решения аналитических практических задач | оценки охраноспособности и уникальности идентификаторов брендов; анализа здоровья и потребительского капитала брендов; | |
| | | ПК-1.3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами | принципы разработки концепции бренда, позиционирования и его идентичности | разрабатывать концепции позиционирования бренда и обосновывать принятые решения | анализа влияния различных маркетинговых стимулов на восприятие брендов и поведение потребителей в отношении брендов | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Способен разрабатывать, реализовывать и продвигать индивидуальный и (или) коллективный проект в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", анализировать результаты работы по реализации проекта | ПК-5 | ПК-5.1 готовит основные документы по разработке и сопровождению проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | основные документы по разработке и сопровождению проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | подготавливать документы по разработке и сопровождению проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | работы с формами и методами формирования вербально и визуальной части коммуникативных технологий | |
| | | ПК-5.2 реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связи с общественностью и применяет их при разработке индивидуальных и (или) коллективных проект в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | типовые алгоритмы проектов и кампаний | реализовывать типовые алгоритмы проектов и применять их при разработке индивидуальных и (или) коллективных проектов в сфере брендинга для оптимизации управления | продвижения проектов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | |

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической | | |
| ***2 семестр*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1. Современные концепции брендинга в современной академической и бизнес-сферах. Типы брендов и особенности их разработки* | 5 | 4 | | | | | | | | 8 | Доклад-презентация /25 |
| *Тема 2. Аналитические исследования в брендинге: целевые аудитории, анализы продукта, конкурентные анализы, аналитика рынков* | 5 | | | 7 | | | | | | 7 | кейс-задания / 15 |
| *Тема 3. Стратегия брендинга: архитектурное строительство (платформа, пирамида, архитектура)* | 4 | | | 7 | | | | | | 7 | кейс-задания / 15 |
| *Тема 4. Разработка системы идентификаторов бренда (атрибуты, айдентика)* | 4 | | | 7 | | | | | | 7 | кейс-задания / 15 |
| *Тема 5. Формирование капитала бренда и развитие бренда во времени: управленческие решения. Оценка стоимости бренда* | 4 | | | 7 | | | | | | 7 | кейс-задания / 15 |
| *Тема 6. Маркетинговые коммуникации брендов* | 4 | | | 7 | | | | | | 7 | кейс-задания / 15 |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Всего:** | **26** | **4** | | **35** | | | | | | **43** | **100** |
| Контроль, час | **0** | | | | | | | | | | **Зачет** |
| Объем дисциплины (в академических часах) | **108** | | | | | | | | | | |
| Объем дисциплины (в зачетных единицах) | **3** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Современные концепции брендинга в современной академической и бизнес-сферах. Типы брендов и особенности их разработки.***

Концепция маркетинга XXI века. Изменение роли брендинга в компании в маркетинговых концепциях XXI века. Бизнес, маркетинг и брендинг. Понятие бренда. Соотношение понятий бренд, торговая марка, товарный знак. Идентичность бренда. Содержание бренда как коммуникационный процесс. Символы потребления. Отношение потребителя и бренда. Бренд на рынках b-to-c и b-to-b, значимость бренда для различных типов рынков. Традиционная и современные концепции брендинга (Д. Аакера, Т. Гэда, Ж.-Н. Капферера, М. Линдстрома, К Робертса, Дж. Гранта и др.). Брендинг как наиболее эффективная стратегия бизнеса на высоко конкурентных рынках. Место и роль бренда в стратегии компании. Ставка на бренд-лидерство и синергию. Бренд-ориентированная компания: принципы построения. Кто и как должен заниматься в компании брендингом. Брендинг и функции бренд-менеджера в компании в традиционной концепции и в концепции бренд-лидерства. Управленческие взаимосвязи с другими сотрудниками и руководством компании. Необходимость внутреннего брендинга для эффективной реализации концепции и стратегии бренда. Типы брендов по типу продукта. Типы брендов по рынку. Основные брендируемые объекты и типы брендов (компания-производитель, торговая компания, ассортиментная линейка, охватывающая разные товарные категории, товар одной товарной категории, компонент/ингредиент/составляющая, сопровождающая товар услуга). Перенос понятия «бренд» на другие объекты: люди, города, территории, страны, идеи и инициативы и др. Различные схемы взаимоотношения брендов одной компании. Дом брендов и брендированный дом: преимущества и недостатки различных подходов к брендированию. Корпоративные бренды, особенности их взаимодействия с товарными брендами. Самостоятельные товарные бренды и зонтичные (ассортиментные) бренды. Узкие и широкие зонтики. Суббренды: функции и особенности их использования. Бренд-торговая сеть. Развитие собственных товарных брендов торговой сети (частный марки). Портфель бренда и архитектура бренда: соотношение понятий. Роли брендов. Роли брендов в портфеле: стратегический бренд, запускающий бренд, «серебряная пуля», «дойная корова». Роли брендов в контекстах товарного рынка, основные типы соотношений: «поддерживающий бренд – основной бренд»; «родительский бренд – суббренды»; «основной бренд – его брендированная выгода»; кобрендинг (совместный брендинг). Особенности разработки брендов услуг, территорий и личностей. Особенности разработки b2g и b2e брендов.

***Тема 2. Аналитические исследования в брендинге: целевые аудитории, анализы продукта, конкурентные анализы, аналитика рынков***

Основные типы исследований в брендинге. Отличие брендинговых исследований от маркетинговых. Стратегический анализ и маркетинговый аудит (внутренний и внешний аудит). Сегментирование рынка как основа разработки сильного бренда (цели, этапы и переменные сегментирования). Исследования рынка: источники, методики, интерпретация. Исследования аудиторий бренда: определение «целевые аудитории», методы определения таких аудиторий (сегментация по географический, демографический, психографический и поведенческим критериям), референты группы, стейкхолдеры. Типы покупателей, потребительское поведение, мотивы. Конкретные анализы в брендинге: методики, определение критериев конкуренции, конкуренты первого и второго порядка, «продукты-заменители», визуальное представление результатов анализа, карта позиционирования брендов. Анализы продукта (объекта брендинга): SWOT, PESTEL, мультиатрибутивный, сбор информации для различных видов анализов, методы экспертных оценок. Результаты аналитического этапа брендинга: формирование заключения о сущности будущего бренда, поиск соответствующих референсов. Побуждающая роль различных типов брендов и ее учет при выработке решений по Брендингу. Структура портфеля брендов, основные параметры: группировка по значимым характеристикам, иерархическое дерево, ассортимент. Понятие стратегии брендинга при работе с портфелем брендов. Основные типы стратегий брендинга: особенности, принципы выбора. Концепция стратегий брендинга А. Штребингера.

***Тема 3. Стратегия брендинга: архитектурное строительство (платформа, пирамида, архитектура)***

Моделирование потребительского инсайта. Выбор целевого сегмента, составление «профиля» целевого сегмента. Принципы разработки и составляющие эффективной платформы бренда. Идентичность бренда. Позиционирование бренда. Методы разработки позиционирования бренда. Типичные ошибки при разработке бренда. Модели планирования идентичности бренда (Модель Д. Аакера, модель пирамиды бренда, призмы бренда Капферера, платформы бренла Y&R, ключ бренда Unileveri др.). Построение системы идентичности бренда по Аакеру: сущность бренда, стержневая идентичность, расширенная идентичность. Бренд как продукт, бренд как организация, бренд как личность, бренд как символ. Предложение ценности (функциональные выгоды, эмоциональные выгоды, выгоды самовыражения). Надежность бренда в глазах потребителей. Система реализации идентичности бренда. Проработка идентичности. Позиция бренда, программы

создания бренда. Моделирование сущности бренда и бренд-имиджа: обзор западных систем. Построение пирамиды бренда и mood board (эмоциональной карты бренда) для корпоративных и товарных брендов. Преимущества, выгоды, ценности и индивидуальность товарного бренда. Видение, миссия, ценности корпоративного бренда. Другие формы презентации бренд-имиджа.

***Тема 4. Разработка системы идентификаторов бренда (атрибуты, айдентика)***

Понятие атрибута бренда. Виды атрибутов бренда. Внешняя и внутренняя атрибутика. Группы атрибутов. Имя бренда. Фирменный знак, логотип, фирменный стиль и фирменная символика, музыкальное оформление, голос и др. Знак идентификации как инструмент брендинга. Взаимосвязь роли бренда в марочном портфеле с типом знака идентификации. Понятие сильного коммерческого знака (названия, изобразительного знака). Маркетинговые, лингвистические и юридические критерии сильного знака идентификации. Классы МКТУ. Применение данной классификации для анализа различных типов товарных знаков. Этапы разработки знаков идентификации как атрибутов бренда. Исследовательский этап. Брифование задания на разработку идентификаторов бренда. Этап генерации креативных решений. Экспертная оценка разработанных вариантов и первичный отбор. Предварительное тестирование вариантов и второй этап отбора. Подготовка обоснования для заказчика. Проверка отобранных вариантов на уникальность. Разработка легенды бренда.

***Тема 5. Формирование капитала бренда и развитие бренда во времени: управленческие решения. Оценка стоимости бренда***

Жизненный цикл товара и жизненный цикл бренда. Развитие бренда во времени. Стратегические задачи управления брендом. Понятие капитала бренда. Развитие бренда в контексте построения отношений с потребителями. Понятие капитала бренда. Осведомленность, интерес, знакомство, доверие, лояльность, дружба, приверженность. Развитие бренда во времени и управление лояльностью потребителей. Типы лояльности. Основные методы формирования лояльности бренду. Степень лояльности потребителей бренду и причины переключения потребителей на другие марки. Развитие бренда в контексте товарных категорий: растяжение и расширение бренда – преимущества и риски. Что предпочтительнее в определенных случаях? Имидж бренда в ситуациях его расширения и растяжения. Способы корректировки и "реанимации" бренда: рестайлинг, «ревиталайзинг», репозиционирование, ребрендинг, слияние брендов. Кобрендинг, его преимущества и ограничения. Аудит бренда: внешний, внутренний, комплексный. Исследования и исследовательские данные, используемые при аудите бренда. Бренд-трекинг. Изучение развития

брендов и оценки их капитала на основе методик BrandDynamics, Brand Asset Valuator Y&R, BRANDZ и др. Аудит марочного портфеля и архитектуры бренда. Портфельный анализ брендов: современные подходы и концепции (McKinsey, GE/ McKinsey, Shell, MCC, концепция Н. Кумар и др.). Бренды как нематериальные активы компании, способствующие ее капитализации и увеличению стоимости. Создание бренда как инвестиционный проект. Метод DCF: преимущества и ограничения. Метод реальных опционов. Брендинг как реальный многоэтапный опцион. Кривая спроса для бренда по сравнению с немарочным товаром. Денежные потоки с учетом и без учета затрат на брендинг. Стоимость инвестиций в брендинг. Методы оценки стоимости бренда Interbrand и BrandFinance. Оценка стоимости крупнейших мировых брендов: основные данные и тенденции в составе top-20 и top-100. Причины существенного расхождения оценки стоимости брендов разных компаний.

***Тема 6. Маркетинговые коммуникации брендов***

Медиапланирование: медиаанализ, использование программ для медиааналитики, формирование медиаплана, виды медиапланов, работа с медиапланами. Выбор каналов коммуникации для бренда: особенности коммуникации на разных рынках, виды каналов, вербальные и невербальные средства в преломлении брендинга, оценка эффективности каналов. Разработка визуальных элементов под различные носители: виды носителей, особенности работы с различными видами носителей, мокапы, адаптация визуальных коммуникаций. Копирайтинг: неосновные копирайтинговые форму в брендинге: ключевые фразы, синопсис. Последующая работа с малыми копирайтинговыми формами: слоганы для кампаний, эхо-фразы.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, семинары, ситуационный практикум, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

***Методические указания для обучающихся при работе во время проведения лекции***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило,

теоретического характера.

Во время лекции следует обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Во время лекции можно делать пометки для лучшей систематизации материала и дополнения имеющихся источников информации по теме лекции.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Лекция не заменяет собой учебник, лекция направлена на общее раскрытие темы, проблемы, выделение главных существенных аспектов, на которые следует обратить внимание. Лектор указывает пути, которым нужно следовать, для достижения глубокого понимания изучаемой темы. Главной целью лекции является – донести сущность поставленной в теме проблемы. Лекция требует от слушателя большой самостоятельной работы. Во время лекции можно фиксировать основные этапы развития мысли лектора, выводы и обобщения. Фиксация полезна для последующего запоминания, а также для дальнейшей работы с рекомендуемой литературой и информацией, справочниками и иными документами.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

– знакомит с новым учебным материалом;
– разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
– систематизирует учебный материал;
– ориентирует в учебном процессе.

С этой целью нужно:

– внимательно прочитать материал предыдущей лекции;
– ознакомиться с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
– записать возможные вопросы, непонятные или спорные моменты, ответы на которые спросить у лектора на лекции по материалу изученной лекции;
– постараться уяснить место изучаемой темы в подготовке;
– узнать тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора или материалам рабочей программы дисциплины) и зафиксировать информацию, которая есть по данному вопросу.

***Методические указания для обучающихся при работе на***

***семинаре***

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

*Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа* заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Начиная подготовку к занятию семинарского типа, необходимо ознакомится с тематикой занятия и вопросами, выносимыми на обсуждение, прочитать соответствующие разделы лекционного материала, разделы учебной и научной литературы, чтобы получить общее представление о предметной области изучаемой темы. Затем следует поработать с дополнительной литературой, подготовить ответы на вопросы, что позволит систематизировать информацию, содержащуюся в учебной и научной литературе, а также будет способствовать превращению чтения в активный процесс, активизируя, наряду со зрительной, и моторную память.

При подготовке к занятию семинарского типа выделяют следующие этапы работы:

– изучение лекционного материала, учебников, рекомендованной литературы и источников;

– знакомство с хрестоматией (сборником документов), отбор материала, содержащего сведения, относящиеся к раскрываемому вопросу;

– составление плана раскрытия вопроса;

– составление ответа.

*Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа* включает несколько моментов:

– консультирование студентов преподавателями с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;

– самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики;

*Обработка, обобщение* полученных результатов работы проводиться обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет в виде презентации. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку презентация

сдается преподавателю путем размещения в электронной информационно-образовательной среде. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой работе/практическому заданию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

В ходе выполнения заданий необходимо следовать инструкциям и методическим указаниям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

***Методические указания для обучающихся по подготовке доклада-презентации***

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию.

Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.

2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).

3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.

4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.

5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.

6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).

7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

- готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия

и инициалы выступающего;

- план сообщения;
- краткие выводы из всего сказанного;
- список использованных источников.

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);
- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

*Структура выступления.*

Вступление должно содержать:

- название, сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- живую интересную форму изложения;
- акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

***Методические указания для обучающихся для подготовки к***

***выполнению кейс-заданий***

Кейс-задания - основной элемент метода case-study, который относится к неигровым имитационным активным методам обучения. Метод case-study или метод конкретных ситуаций (от английского case – случай, ситуация) представляет собой метод активного проблемноситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (выполнения кейс-заданий).

Кейсы наглядно демонстрируют, как на практике применяется теоретический материал. Метод case-study – инструмент, позволяющий применить теоретические знания к решению практических задач. С помощью этого метода студенты имеют возможность проявить и совершенствовать аналитические и оценочные навыки, научиться работать в команде, находить наиболее рациональное решение поставленной проблемы.

Решение кейса представляет собой продукт самостоятельной индивидуальной или групповой работы студентов. Работа с кейсом осуществляется поэтапно:

Первый этап – знакомство с текстом кейса, изложенной в нем ситуацией, ее особенностями.

Второй этап – выявление фактов, указывающих на проблему(ы), выделение основной проблемы (основных проблем), выделение факторов и персоналий, которые могут реально воздействовать.

Третий этап – выстраивание иерархии проблем (выделение главной и второстепенных), выбор проблемы, которую необходимо будет решить.

Четвертый этап – генерация вариантов решения проблемы. Возможно проведение «мозгового штурма».

Пятый этап – оценка каждого альтернативного решения и анализ последствий принятия того или иного решения.

Шестой этап – принятие окончательного решения по кейсу, например, перечня действий или последовательности действий.

Седьмой этап – презентация индивидуальных или групповых решений и общее обсуждение.

Восьмой этап - подведение итогов в учебной группе под руководством преподавателя.

Ознакомление студентов с текстом кейса и последующий анализ кейса может осуществляться заранее (за несколько дней до его обсуждения) как самостоятельная работа студентов. Обсуждение небольших кейсов может быть включено в учебный процесс, и студенты могут знакомиться с ними непосредственно на занятиях. Общая схема работы с кейсом на этапе анализа может быть представлена следующим образом: в первую очередь следует выявить ключевые проблемы кейса и понять, какие именно из представленных данных важны для решения; войти в ситуационный контекст кейса, определить, кто его главные действующие лица, отобрать информацию необходимую для анализа,

понять, какие трудности могут возникнуть при решении задачи.

Максимальная польза из работы над кейсами будет извлечена в том случае, если студенты при предварительном знакомстве с ними будут придерживаться систематического подхода к их анализу, основные шаги которого представлены ниже.

1. Выпишите из соответствующих разделов учебной дисциплины ключевые идеи, для того чтобы освежить в памяти теоретические концепции и подходы, которые Вам предстоит использовать при анализе кейса.

2. Бегло прочтите кейс, чтобы составить о нем общее представление.

3. Внимательно прочтите вопросы к кейсу и убедитесь в том, что Вы хорошо поняли, что Вас просят сделать.

4. Вновь прочтите текст кейса, внимательно фиксируя все факторы или проблемы, имеющие отношение к поставленным вопросам.

5. Продумайте, какие идеи и концепции соотносятся с проблемами, которые Вам предлагается рассмотреть при работе с кейсом.

Для успешного анализа кейсов следует придерживаться ряда принципов:

используйте знания, полученные в процессе лекционного курса;

внимательно читайте кейс для ознакомления с имеющейся информацией, не торопитесь с выводами;

не смешивайте предположения с фактами.

При проведении письменного анализа кейса помните, что основное требование, предъявляемое к нему, – краткость.

Презентация, или представление результатов анализа кейса, выступает очень важным элементом метода. При этом в case-study используются два вида презентаций: устная (публичная) и письменный отчет-презентация.

Публичная (устная) презентация предполагает представление решений кейса группе. Устная презентация требует навыков публичного выступления, умения кратко, но четко и полно изложить информацию, убедительно обосновать предлагаемое решение, корректно отвечать на критику и возражения. Одним из преимуществ публичной (устной) презентации является ее гибкость. Выступающий может откликаться на изменения окружающей обстановки, адаптировать свой стиль и материал, чувствуя настроение аудитории.

Письменный отчет-презентация требует проявления таких качеств, как умение подготовить текст, точно и аккуратно составить отчет, не допустить ошибки в расчетах и т.д. Подготовка письменного анализа кейса аналогична подготовке устного, с той разницей, что письменные отчеты-презентации обычно более структурированы и детализированы. Основное правило письменного анализа кейса заключается в том, чтобы избегать простого повторения информации из

текста, информация должна быть представлена в переработанном виде. Самым важным при этом является собственный анализ представленного материала, его соответствующая интерпретация и сделанные предложения. Письменный отчет – презентация может сдаваться по истечении некоторого времени после устной презентации, что позволяет более тщательно проанализировать всю информацию, полученную в ходе дискуссии.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

*Работа с литературой (конспектирование)*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, её объем по курсу «Брендинг» определяется учебным

планом.

При самостоятельной работе студенты руководствуются методическими рекомендациями по дисциплине при минимальном участии преподавателя.

***Методические указания для обучающихся по участию в проведении ситуационного практикума, аналитического задания.***

Ситуационный практикум (кейс) является одной из форм интерактивного практического занятия, целью которого является приобретение обучающимся умений командной работы навыков выработки решений в профессиональной области, развитие коммуникативных и творческих способностей в процессе выявления особенностей будущей профессиональной деятельности на основе анализа обучаемыми заданий, сформированных на основе практических ситуаций.

Прежде чем приступать к участию в ситуационном практикуме, обучающемуся необходимо:

- заранее, в процессе самостоятельной работы ознакомиться со сценарием практикума и необходимой литературой, рекомендованной программой курса;

- получить от преподавателя информацию о содержании кейса, информирует о форме предоставления результатов, сроках выполнения кейса и критериях оценки действий участников;

При выполнении задания необходимо:

- получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы и принять участие в делении учебной группы на мини-группы и в выборах лидера мини-группы;

- участвовать в формировании отчета по выполнению кейса в своей мини-группе;

- участвовать в обсуждении отчетов мини-групп.

По итогам проведения ситуационного практикума, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю

***Методические указания для обучающихся по участию в проведении ситуационного практикума***

Ситуационный практикум (кейс) является одной из форм интерактивного практического занятия, целью которого является приобретение обучающимся умений командной работы навыков выработки решений в профессиональной области, развитие коммуникативных и творческих способностей в процессе выявления особенностей будущей профессиональной деятельности на основе анализа обучаемыми заданий, сформированных на основе практических ситуаций.

Прежде чем приступать к участию в ситуационном практикуме, обучающемуся необходимо:

- заранее, в процессе самостоятельной работы ознакомиться со

сценарием практикума и необходимой литературой, рекомендованной программой курса;

- получить от преподавателя информацию о содержании кейса, информирует о форме предоставления результатов, сроках выполнения кейса и критериях оценки действий участников;

При выполнении задания необходимо:

- получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы и принять участие в делении учебной группы на мини-группы и в выборах лидера мини-группы;

- участвовать в формировании отчета по выполнению кейса в своей мини-группе;

- участвовать в обсуждении отчетов мини-групп.

По итогам проведения ситуационного практикума, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю.

***Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины***

| **Наименование темы** | **Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение** | **Формы самостоят. работы** | **Форма текущего контроля** |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Современные концепции брендинга в современной академической и бизнес-сферах. Типы брендов и особенности их разработки* | Кто и как должен заниматься в компании брендингом. Брендинг и функции бренд-менеджера в компании в традиционной концепции и в концепции бренд-лидерства. Управленческие взаимосвязи с другими сотрудниками и руководством компании. Необходимость внутреннего брендинга для эффективной реализации концепции и стратегии бренда. | Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка презентации доклада | Выступление с презентацией доклада на семинаре |
| *Тема 2. Аналитические исследования в брендинге: целевые аудитории, анализы продукта, конкурентные анализы, аналитика рынков* | Структура портфеля брендов, основные параметры: группировка по значимым характеристикам, иерархическое дерево, ассортимент. Понятие стратегии брендинга при работе с портфелем брендов. Основные типы стратегий брендинга: особенности, принципы выбора. Концепция стратегий брендинга А. Штребингера. | Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка презентации кейс-задания | Презентация кейс-задания на семинаре |
| *Тема 3. Стратегия брендинга: архитектурное строительство* | Моделирование сущности бренда и бренд-имиджа: обзор западных систем. Построение пирамиды бренда и mood | Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно- | Презентация кейс-задания на семинаре |

| | | | |
|---|---|---|---|
| *(платформа, пирамида, архитектура)* | board (эмоциональной карты бренда) для корпоративных и товарных брендов. Преимущества, выгоды, ценности и индивидуальность товарного бренда. Видение, миссия, ценности корпоративного бренда. Другие формы презентации бренд-имиджа. | коммуникационной сети «Интернет» Подготовка презентации кейс-задания | |
| *Тема 4. Разработка системы идентификаторов бренда (атрибуты, айдентика)* | Этапы разработки знаков идентификации как атрибутов бренда. Исследовательский этап. Брифование задания на разработку идентификаторов бренда. Этап генерации креативных решений. Экспертная оценка разработанных вариантов и первичный отбор. Предварительное тестирование вариантов и второй этап отбора. Подготовка обоснования для заказчика. Проверка отобранных вариантов на уникальность. Разработка легенды бренда. | Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка презентации кейс-задания | Презентация кейс-задания на семинаре |
| *Тема 5. Формирование капитала бренда и развитие бренда во времени: управленческие решения. Оценка стоимости бренда* | Изучение развития брендов и оценки их капитала на основе методик BrandDynamics, Brand Asset Valuator Y&R, BRANDZ и др. Аудит марочного портфеля и архитектуры бренда. Портфельный анализ брендов: современные подходы и концепции (McKinsey, GE/ McKinsey, Shell, MCC, концепция Н. Кумар и др.) | Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка презентации кейс-задания | Презентация кейс-задания на семинаре |
| *Тема 6. Маркетинговые коммуникации брендов* | Разработка визуальных элементов под различные носители: виды носителей, особенности работы с различными видами носителей, мокапы, адаптация визуальных коммуникаций. | Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка презентации кейс-задания | Презентация кейс-задания на семинаре |

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. Рожков, И. Я. Брендинг : учебник для бакалавров / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 331 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3284-3. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература***

1. Беквит Г. Без раздумий: скрытые силы, заставляющие нас покупать / Г. Беквит ; ред. Н. Нарциссова ; пер. М. Десятова. – 2-е изд. – Москва : Альпина Паблишер, 2017. – 231 с. – https://www.iprbookshop.ru

2. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № п/п | Наименование ресурса | Ссылка |
|---|---|---|
| 1 | Российская ассоциация маркетинга | http://www.ram.ru |
| 2 | Гильдия маркетологов | http://www.marketologi.ru |
| 3 | Энциклопедия маркетинга | http://www.marketing.spb.ru |
| 4 | Маркетолог | http://www.marketolog.ru |
| 5 | Бизнес-портал aup.ru: менеджмент и маркетинг в бизнесе | http://www.aup.ru |
| 6 | Библиотека маркетолога // электронный каталог | http://www.marketing.spb.ru/lib-research/all_methods.htm |
| 7 | Официальный сайт Института социально-политических исследований РАН | www.isprras.ru |
| 8 | Официальный сайт всероссийского центра изучения общественного мнения | www.wciom.ru |

| № п/п | Наименование ресурса | Ссылка |
|---|---|---|
| 9 | Официальный сайт Аналитического цента Юрия Левады «Левада-центр» | www.levada.ru |
| 10 | Институт научной информации по общественным наукам | http://www.inion.ru/ |
| 11 | Российская государственная библиотека// электронный каталог | http://www.rsl.ru/ru/s97/s339/ |
| 12 | Национальная электронная библиотека | http://www.rusneb.ru |
| 13 | Библиотека маркетолога // электронный каталог | http://www.marketing.spb.ru/lib-research/all_methods.htm |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

***лицензионное программное обеспечение:***

• Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;

• Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;

• Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);

• Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);

• ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

• 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)

• OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)

• PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)

• GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)

• Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)

• Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

• Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

• Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

• Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

• Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)

• Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### *7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины*

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Доклад-презентация | **1. Содержательная часть (максимум 8 баллов):**<br>7-8 – четко сформулирована цель, полноценна раскрыта тема, логично выстроено содержание, проработана требуемая литература, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы; |

| | | |
|---|---|---|
| | | 4-6 – полноценно раскрыта тема, несколько нарушена логика изложения, проработана основная литература без дополнительных источников, сделаны выводы без четкой аргументации, частично даны ответы на поставленные вопросы;<br>1-3 – тема раскрыта не в полной мере, при подготовке использовались только интернет-ресурсы, отсутствуют самостоятельные выводы, представленные выводы слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы.<br>**2. Выступление (максимум 9 баллов):**<br>7-9 – четкое, эмоциональное изложение, включающее вступление, основную часть, аргументированные выводы, без чтения текста, развернутые ответы на вопросы слушателей;<br>4-6 – четкое изложение доклада, некоторые сложности в коммуникации при изложении информации, без чтения текста доклада, краткие ответы на вопросы без развернутой аргументации<br>1-3 – прочтение доклада по слайдам, листу или гаджету.<br>**3. Презентация (максимум 8 баллов):**<br>7-8 – презентация на корпоративном шаблоне, включает титульный лист, содержание, цель и задачи, основную часть, выводы и список литературы; содержит схемы, таблицы графики, диаграммы и другой визуальный материал, текст на слайдах в виде основных выводов;<br>4-6 – презентация на корпоративной шаблоне, не все обязательные слайды присутствуют в презентации (титульный лист, содержание, цель и задачи, основную часть, выводы и список литературы), много текстового материала;<br>1-3 – не использован корпоративный шаблон, нет списка литературы (целей и задач), на слайдах только текст.<br>**Итого максимально 25 баллов** |
| 2. | Кейс-задание | **1. Содержательная часть (максимум 9 баллов):**<br>7-9 – четко сформулирована цель задания, полноценно раскрыты вопросы кейса, логично выстроено содержание, проработана требуемая литература, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны необходимые доказательства для подкрепления выводов;<br>4-6 – полноценно раскрыты вопросы кейса, несколько нарушена логика изложения, проработана основная литература без дополнительных источников, сделаны выводы без четкой аргументации, частично дана доказательная аргументация сделанных выводов;<br>1-3 – ответы на вопросы кейса раскрыты не в полной мере, при подготовке использовались только интернет-ресурсы, отсутствуют самостоятельные выводы, представленные выводы слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы.<br>**2. Выступление (максимум 6 баллов):**<br>5-6 – четкое, эмоциональное изложение, включающее вступление, основную часть, аргументированные выводы, без чтения текста, развернутые ответы на вопросы слушателей;<br>3-4 – четкое изложение доклада, некоторые сложности в коммуникации при изложении информации, без чтения текста доклада, краткие ответы на вопросы без развернутой аргументации<br>1-2 – прочтение доклада по слайдам, листу или гаджету.<br>**Итого максимально 15 баллов** |

## *Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости*

***<u>Типовые задания к практическим занятиям</u>***

***Практическое задание № 1***

**Форма практического задания: доклад-презентация**

1. Анализ эффективности использования корпоративных торговых марок для продвижения компании и её продукции.

2. Онлайновые коммуникации бренда.

3. Признаки и тесты определения ослабления бренда (на примере сферы услуг или любой другой сферы деятельности).

4. Использование проективных методик при определении позиционирования бренда.

5. Брендинг в банковской сфере.

6. Психосемантические методы в исследованиях бренда.

7. Бренд как стратегия.

8. Позиционирование и коммуникации бренда.

9. Легенды брендинга. Что общего между маркетингом и мифологией.

10. Восприятие бренда покупателями.

11. Эффективность управления корпоративным брендом в сфере торговли.

12. Сравнительный анализ позиций корпоративного бренда в сфере услуг.

13. Специфика «нетоварного брендинга» в образовании и культуре.

14. Влияние потребителей на концепцию и развитие лидирующих брендов.

15. Анализ методики стоимостной оценки марочного капитала на примере конкретного бренда.

16. Управление капиталом бренда.

17. Методики и проблемы исследования на стадии разработки и конкуренции корпоративных и продуктовых марок.

18. Брендрейдинг  и брендканнибализм.

19. Нематериальные активы брендинга.

20. Нефинансовые инструменты брендинга.

21. Бренд-мужчина и бренд-женщина: характеристика отличительных особенностей (гендерный подход в брендинге).

22. Ребрендинг, рестайлинг и репозиционирование бренда.

23. Стратегии брендов по Дж.Трауту.

24. Конструирование бренда 5LP (Five Level Positioning)

25. Анализ ошибок в креативных технологиях и коммуникациях при создании новых брендов.

26. Аспекты брендинга в B2B-секторе.

27. Оценка и мониторинг эффективности рекламной кампании бренда.

28. История промышленного бренда (по выбору).

29. Архитектура бренда.

30. Документирование (паспортизация) бренда.

31. Характеристика марочных стратегий.

32. Управление портфелем брендов.

33. Реанимация (оздоровление) бренда.

34. Self-брендинг (персональный брендинг).

35. Технология Brand Mapping (создание карты восприятия бренда).

36. Социальная ответственность бренда.

***Практическое задание № 2-6***

**Форма практического задания: практическое задание (кейс)**

**Примеры кейс-заданий**

**Кейс-задание 1: Burberry: только вперед!**

Burberry сегодня – самая инновационная компания в мире цифровых технологий на люксовом рынке. Пережив несколько кризисов, Burberry в XXI веке определяет свою позицию на рынке следующим образом:

**Britishness** (дословно: «британскость») – очень сильные ассоциации с английской культурой и наследием. В рекламных кампаниях предпочитают использовать британских моделей, используют говорящие названия для своих парфюмерных линий (например, Brit, Body, The Beat, Weekend).

**Authentic outerwear heritage** – наследие, представленное аутентичной верхней одеждой. В Burberry настаивают, что именно здесь был изобретен тренч, ставшей иконическим продуктом компании.

**Historic icons: the trench coat, trademark check and Prorsum knight logo** – вошедшие в историю знаковые продукты и элементы, среди которых тренч, фирменная клетка, использующаяся как принципиальный идентификатор бренда и логотип компании с изображением рыцаря (prorsum на латыни означает «вперед»).

**Democratic luxury positioning** – очень демократичное позиционирование себя как роскоши и возможность взаимодействовать с потребителями с любым доходом.

**Innovation and intuition** – инновации и интуиция, которые позволяют компании осуществлять в реальности самые неожиданные креативные решения.

**Кейс-задание 2: Lady Dior**

История этой культовой сумки начинается в 1995 г., когда на Сезанновском благотворительном ужине в парижском Пти-Пале, который спонсировался Домом Dior в пользу Great Osmond Hospital, г-жа Бернадетта Ширак (жена президента Французской Республики) в качестве подарка вручила ее леди Диане Спенсер, возглавлявшей тогда попечительский совет этой больницы.

Изначально Дом Dior собирался выпускать эту сумку из простроченной ткани. Однако за одну ночь, после того как первая леди Франции сделала свой выбор в ее пользу, по указанию Бернара Арно

(владелец конгломерата LVMH, куда входит Dior) модель сумки изготовили из кожи.

Влиятельная французская журналистка Жани Саме *(Janie Samet)* предложила Бернару Данильон де Казелла, занимавшемуся пиаром модного дома, назвать эту сумку Lady Dior по созвучию с именем принцессы Дианы. Так и было сделано! [Самэ, 2010, 215].

Lady Dior украшена узором каннаж *(Cannage pattern)*, которым вручную простегана вся кожаная внешняя поверхность сумки. К ручке этой сумки традиционно прикрепляются брелоки *(charms)*, по буквам повторяющие название Дома: «D. I. O. R.». В зависимости от основного цвета сумки, эти буквы выполняются из посеребренного или позолоченного металла.

В 2009 г. по инициативе Джона Гальяно – креативного директора Дома Dior, начались съемки 4-х мини-фильмов, посвященных этой легендарной сумке, которые закончились в 2011 г. Все мини-фильмы снимались известными режиссерами и стали сенсацией не только в модном мире, но и мире большого кино.

Все декорации, костюмы и аксессуары для этих фильмов изготавливались Домом Dior, в некоторых сценах показаны (помимо сумки Lady Dior) прототипы новых продуктов, которых у Dior никогда ранее не существовало (например, карандаш в кожаном футляре, фляжка для спиртного или портсигар), что вызвало большое волнение и желание их немедленно купить у фанатов бренда.

Был открыт специальный сайт: ladydior.com (к сожалению, перестал существовать в 2011 г.), где можно было прочитать историю создания фильмов, рассмотреть весьма сложные костюмы главной героини и, самое главное - посмотреть и скачать сами фильмы.

***Задание по кейсам:*** Используя данные кейса подготовьте доклад-презентацию об истории создания известного бренда. Бренд выбирается студентом самостоятельно.

**Кейс 3. Ассортимент бренда «Домик в деревне»**

В 2002 г. ассортимент брендового товара «Домик в деревне» составлял семь видов товара (стерилизованное и топленое молоко, кефир, ряженка, сливки, сметана, творог, сливочное масло) и имел 19 товарных единиц (SKU). В 2006 г. к семи видам товара добавилась простокваша.

В 2015 г. бренд «Домик в деревне» существует в виде 11 видов товара (кефир, кефирный продукт, сметана, творог, масло, снежок, молоко, свежий сыр, простокваша, ряженка и сливки), представленных в виде 52 товарных единиц (рис. 3.7).

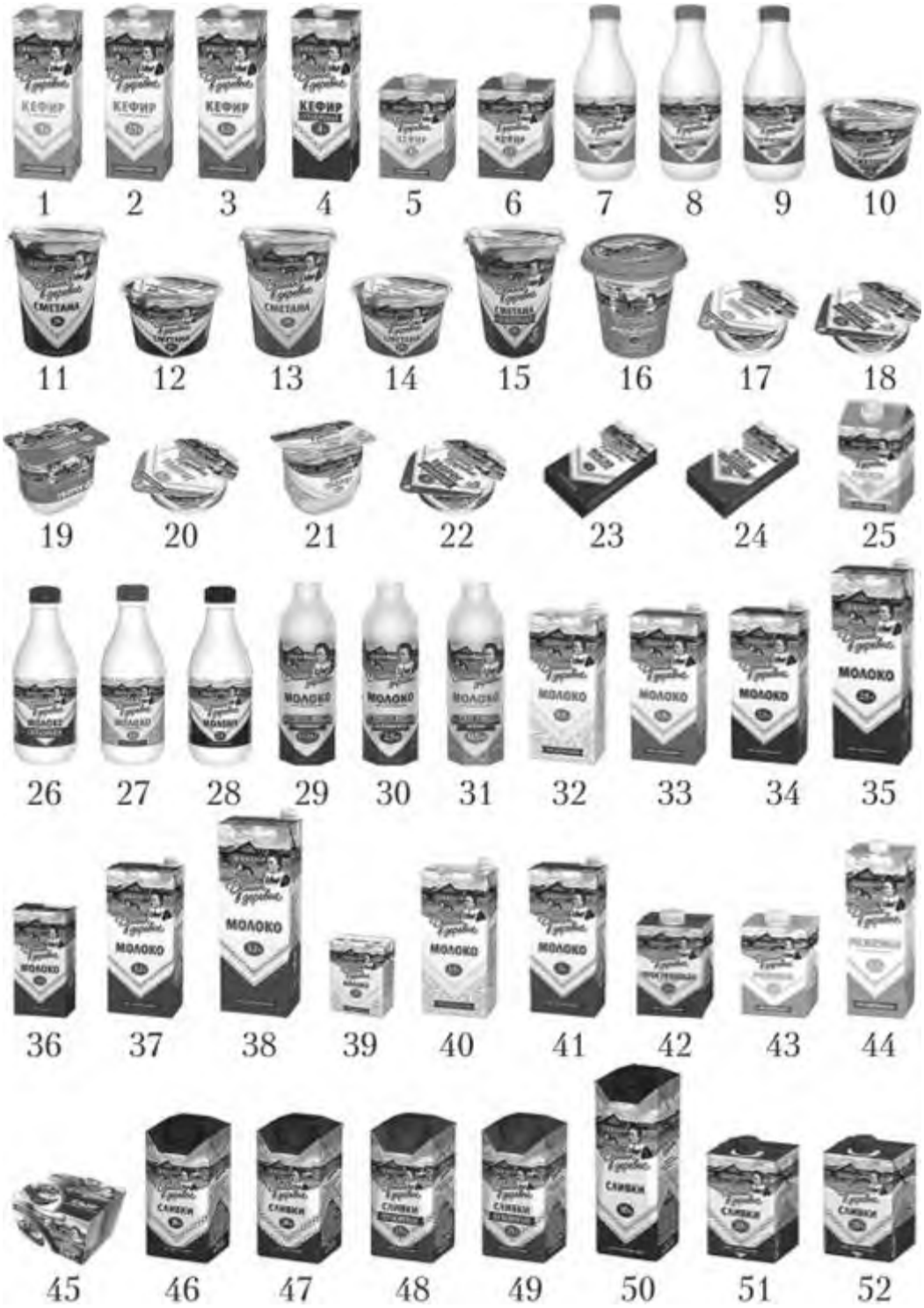



*Рис. 3.7.* **Полный ассортимент бренда «Домик в деревне»**

Ассортимент бренда «Домик в деревне» включает следующие продукты.

- 1. Кефир из живой закваски 1% (1000 г).
- 2. Кефир из живой закваски 2,5% (1000 г).
- 3. Кефир из живой закваски 3,2% (1000 г).
- 4. Кефир отборный 4% (1000 г).
- 5. Кефир из живой закваски 1% (515 г).

- 6. Кефир из живой закваски 3,2% (515 г).
- 7. Кефирный 1% (930 г).
- 8. Кефирный 2,5% (930 г).
- 9. Кефирный 3,2% (930 г).
- 10. Сметана деревенская отборная 25% (180 г).
- 11. Сметана 20% (400 г).
- 12. Сметана 20% (180 г).
- 13. Сметана 15% (400 г).
- 14. Сметана 15% (180 г).
- 15. Сметана деревенская отборная 25% (400 г).
- 16. Зерненый творог 5% (350 г).
- 17. Традиционный творог 0,2% (340 г).
- 18. Творог деревенский отборный 9% (340 г).
- 19. Творог мягкий 5,5% (250 г).
- 20. Традиционный творог 0,2% (170 г).
- 21. Творог мягкий 0,1% (250 г).
- 22. Творог деревенский отборный 9% (170 г).
- 23. Масло сливочное 72,5% (180 г).
- 24. Масло деревенское отборное 82,5% (180 г).
- 25. Снежок из натуральной закваски 2,5%.
- 26. Молоко деревенское отборное (пастеризованное) 3,7—4,5% (950 мл).
- 27. Молоко топленое (пастеризованное) 3,2% (950 мл).
- 28. Молоко деревенское отборное (пастеризованное) 2,5% (950 мл).
- 29. Молоко высшего сорта отборное (ультрапастеризованное) 3,7—4,5% (950 мл).
- 30. Молоко высшего сорта деревенское (ультрапастеризованное) 2,5% (950 мл).
- 31. Молоко высшего сорта легкое (ультрапастеризованное) 0,5% (950 мл).
- 32. Молоко (ультрапастеризованное) 0,5% (950 г).
- 33. Молоко (ультрапастеризованное) 1,5% (950 г).
- 34. Молоко (ультрапастеризованное) 2,5% (950 г).
- 35. Молоко (ультрапастеризованное) 2,5% (1450 г).

- 36. Молоко (ультрапастеризованное) 3,2% (500 г).
- 37. Молоко (ультрапастеризованное) 3,2% (950 г).
- 38. Молоко (ультрапастеризованное) 3,2% (1450 г).
- 39. Молоко (ультрапастеризованное) 3,5% (200 г).
- 40. Молоко (ультрапастеризованное) 3,5% (950 г).
- 41. Молоко (ультрапастеризованное) 6% (950 г).
- 42. Простокваша на особой закваске 3,5% (515 г).
- 43. Ряженка 100% натуральная 3,2% (515 г).
- 44. Ряженка 100% натуральная 3,2% (1000 г).
- 45. Сыр деревенский свежий 14%.
- 46. Сливки 10% (480,750 и 200 г).
- 47. Сливки 20% (480 г).
- 48. Сливки деревенские отборные 25% (480 г).
- 49. Сливки для взбивания 33% (480 г).
- 50. Сливки 10% (750 г).
- 51. Сливки 20% (200 г).
- 52. Сливки 10% (200 г).

*Вопросы для обсуждения*

- 1. Считаете ли вы ассортимент молочной продукции «Домик в деревне» оптимальным? Что вы рекомендуете: сделать ассортимент более широким, более узким или оставить без изменения? К чему может привести сужение ассортимента? К чему может привести расширение ассортимента? Обоснуйте свои ответы.
- 2. На каких принципах основано включение вида товара в ассортимент?
- 3. Почему в обозначении вида товара (позиции 7—9) используется прилагательное «Кефирный», а не существительное?
- 4. Какие функции выполняет словосочетание «деревенское отборное», добавленное к названию продукта?

**Кейс. 4. Пять ценовых сегментов портфеля брендов «Балтика»**

На рисунке представлен портфель брендов пивоваренной компании «Балтика: разделенный по ценовым сегментам.




*Рис.* **Структура брендов пивоваренной компании «Балтика» по ценовым сегментам**

*Задания по кейсу*

- 1. Изучите дополнительную литературу по кейсу и информацию в открытых источниках по тематике кейса. Сколько всего ценовых сегментов в пивоваренной компании «Балтика»? По каким принципам определялись эти сегменты?
- 2. Считаете ли вы такое разделение на ценовые сегменты оптимальным для пивоваренной компании «Балтика»? Кратко охарактеризуйте потребителей брендов в каждом ценовом сегменте. Чем отличается разделение ценовых сегментов компании «Балтика» на суперпремиальный, премиальный, среднеценовой, экономичный и дешевый от традиционной классификации: «high-end», «high», «middle», «low» и «low-end»? Обоснуйте свой ответ.
- 3. Как распределен портфель брендов по ценовым сегментам? Считаете ли вы такое распределение оптимальным для компании «Балтика»? Что общего между брендами в одном ценовом сегменте? Также обоснуйте свой ответ.

**Кейс-задание 5:** «Разработка бренда для нового сервиса доставки продуктов»




**Персональная продуктовая ячейка**

Продуктоматы — новый тренд в food-ритейле, который пришёл и в Россию. Компания FreshShelf — это интернет-сервис по доставке продуктов. Он объединяет магазины крафтовых продуктов, фермерские хозяйства и так далее. Сервис позволяет клиенту забрать продукты в подъезде своего дома или в офисе в любое удобное время.

Как это работает: как только заказ доставлен в food-терминал FreshShelf, клиенту приходит SMS-уведомление с кодом доступа к ячейке. Терминалы оборудованы экранами, на которых вводится код доступа. Также сервис FreshShelf предоставляет услуги химчистки по той же схеме — человек оставляет и получает одежду в терминале.

Ячейки FreshShelf оснащены холодильниками и сохраняют продукты свежими до прихода заказчика.

Сейчас установлено около 20 food-терминалов компании в Москве. В ближайших планах активное расширение сети. Однако у сервиса отсутствовал брендинг, терминалы представляли собой комплексы белых ящиков с экранами. Поэтому жильцы дома или сотрудники бизнес-центров не понимали их назначения и не проявляли к сервису никакого интереса.



Компания FreshShelf обратилась к нам с задачей создать целостный узнаваемый бренд. Нужно было привлечь внимание потенциальных клиентов, сформировать внешний вид самого терминала, в том числе как объекта интерьера, вписать его в окружающую среду, отразить в брендинге идею свежести, экологичности, фермерства, вызвать доверие не только у потенциальных клиентов, но и партнёров, которые могут подключиться к системе.

**Природный модуль**

В работе команда «Репина Брендинг» отталкивалась от структуры самого объекта брендинга. Food-терминалы состоят из модулей и могут иметь различную конфигурацию: например, некоторые терминалы содержат ячейки для химчистки, товаров для дома и так далее. С точки зрения дизайна перед нами стояла нетривиальная задача — объединить эстетику продуктового супермаркета и digital-проекта, соблюсти баланс между аппетитом и технологиями.

**Устройство внутри дома**

Мы начали работу с изучения косвенных конкурентов и мирового опыта. Далее мы вывели основную идею позиционирования: «Новый гаджет внутри дома».

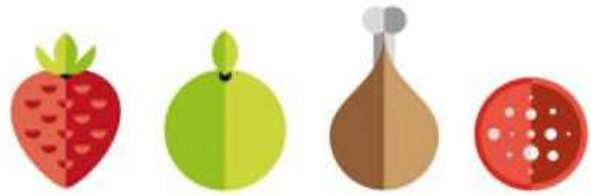
Затем мы определили основные характеристик бренда:

- Модульный.
- Эстетичный.
- Удобный.
- Динамичный.

**Аппетитный ар-деко**

Изначально мы понимали, что нам необходимо проработать модульность в дизайне, и без иконографики продуктов здесь не обойтись. Мы начали с проработки стиля иконографики, соединили

продукты с интерьерной эстетикой. Получили забавные паттерны, которые могут растягиваться на любой размер. В сочетании с древесными оттенками они отражали экоголичность. Но нам не хватало смыслов.

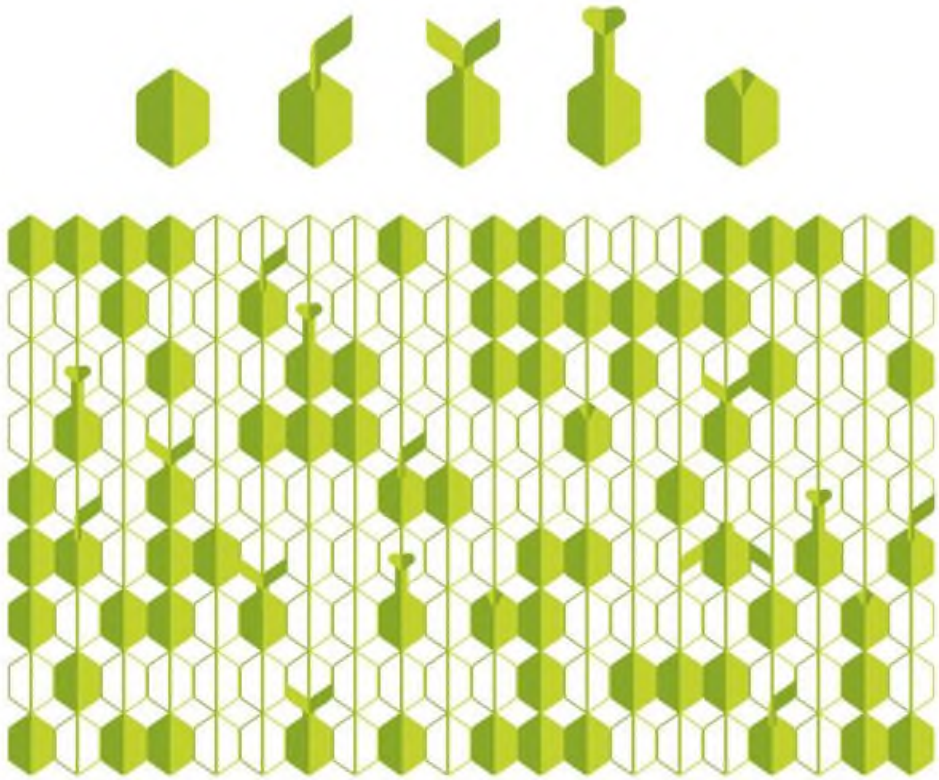




**Технология свежести**

Мы решили отразить тему ячеек, соединить образ терминала со свежестью. Получился логотип в виде листика и ячейки. Далее тему ячеек мы обыграли в паттерне, который выглядит, как соты. В этой концепции нам не хватило гибкости и аппетита. Однако идея листика и заложенной в нём первой буквы названия нам понравилась.

Fresh Shelf

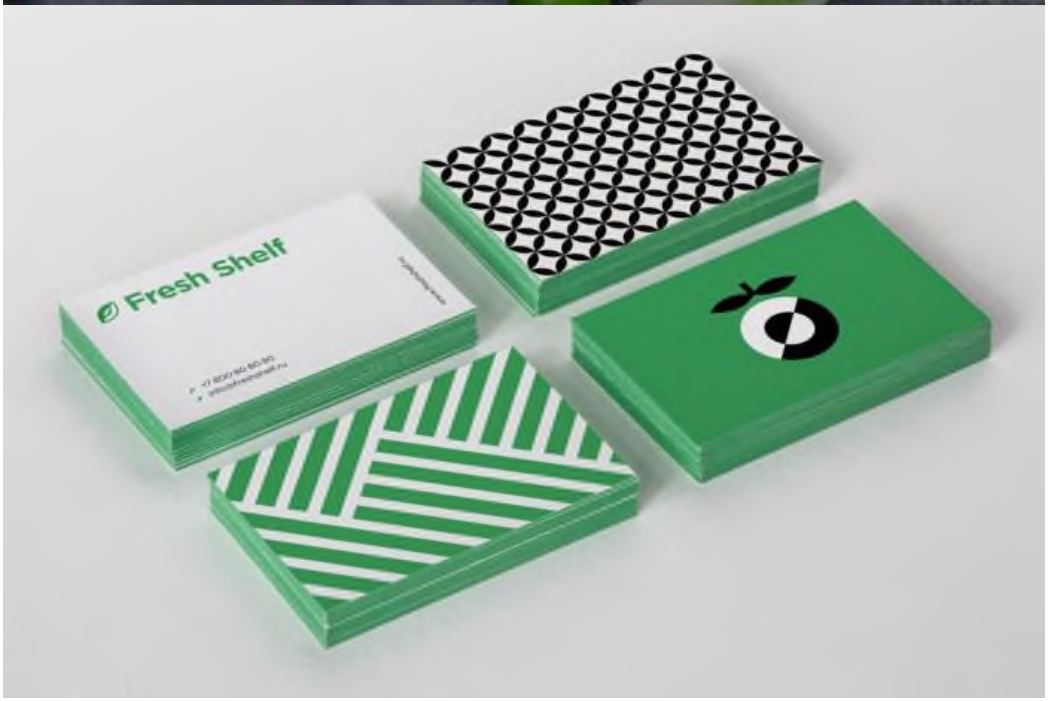


**Свежесть 24 часа**

Мы разработали иконки, которые символизируют день и ночь, намекая, что сервис круглосуточный. Они имеют более гибкую и узнаваемую структуру.

В иконках мы использовали форму листа, которая легла в основу логотипа и паттерна. Мы поняли, что модульность не должна быть скучной, и разработали систему, по которой каждая ячейка брендируется по-своему.


Fresh Shelf


Fresh Shelf







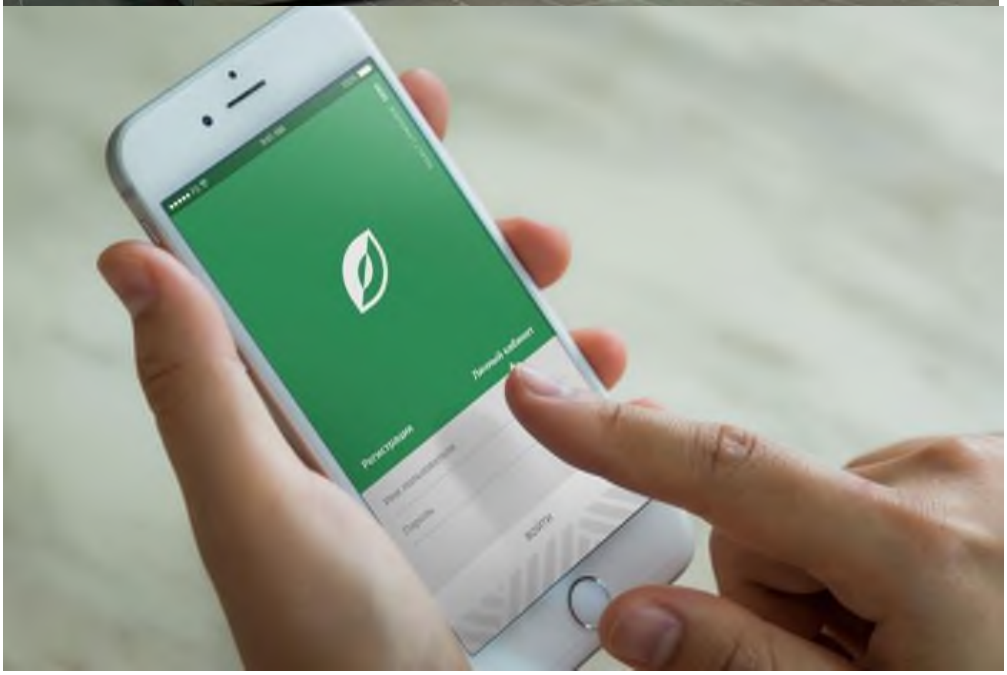
Когда система была разработана, мы приступили непосредственно к оформлению терминалов. Было принято решение производить их из тёмного дерева холодного оттенка в сочетании с сочным зелёным, чтобы подчеркнуть экологичность и создать своеобразный фермерский уголок, который органично впишется в любой интерьер.

Большинство постоматов обклеиваются плёнкой. Это выглядит дёшево. Мы предложили другой формат нанесения — глянцевые таблички, которые прочно крепятся на болты. Мы проработали разные модификации терминалов. Все элементы сочетаются в любом варианте и размере, что позволяет менять конфигурацию блоков-ячеек без потери смысла.

Продукты


Fresh Shelf
Fresh Shelf



***Задание по кейсу.*** Используя данные кейса приведите пример разработки визуального образа бренда. Бренд выбирается студентом самостоятельно.

**Кейс-задание 6: Разработка бренда отечественного вина «Свиристель»**

Российский производитель вина - Группа компаний «Легенда Крыма» - совместно с Высшей Школой Брендинга представил бренд отечественного вина для сегмента масс-маркет. О том, как магистранты ВШБ разработали и вывели на рынок новую торговую марку - в материале Sostav.

Винный производитель, импортер, дистрибьютор и ритейлер ГК

«Легенда Крыма» работает на рынке более чем 20. В его портфеле - более 300 Га собственных виноградников в Крыму, собственная ТМ «Легенда Крыма», розничная сеть магазинов «Страна Вина». Ежегодно входит в ТОП-10 импортеров тихих вин и ТОП-5 импортеров игристых вин. В планах на ближайшие 3 года — постройка в Крыму современного винного предприятия полного цикла.

**Продукт**

Продукт, для которого магистранты Высшей Школы Брендинга должны были разработать стратегию и дизайн – это тихое качественное вино на каждый день, произведенное на современном заводе в Тамани (Россия). Ценовой сегмент — 230 руб. на полке. Название «Свиристель» было изначально придумано заказчиком.

**Конкуренты**

Изучение конкурентной среды – важный этап создания бренда. Проектная группа Высшей Школы Брендинга выработала общую методологию, которая заключалась в анализе полок в ключевых торговых сетях, в последующем определении основных конкурентов, анализе каждого на основе дизайна этикетки и коммуникаций бренда.

Критерии по отбору конкурентов строились на основе цены, географии производства (Россия, Крым), доступности в большинстве сетей, а главное с учетом существующего позиционирования. В связи со сложившейся ситуацией в стране к моменту запуска разрабатываемого бренда, вина иностранного производства не будут иметь возможности конкурировать по ценовому признаку.

Итак, к конкурентам были отнесены следующие бренды: Fanagoria NR, Винникoff, Крымский погребок, Легенда Крыма, Satera, Кубань вино, Арбатское, Душа Монаха, Ласковые сети, Исповедь грешницы, Геленджик, Inkerman, Русский Азов — Меотида, AZOV, Солнечная долина, Даманские вина.

**Карта позиционирования**




*Арбатское Вино — ностальгия по советским временам*

*Душа монаха – русскость через православие, верность древним традициям*
*Ласковые сети – нежность, любовь и чувственность*
*Исповедь грешницы – вино, словно ночная фея*

**Выводы**

Проанализировав обещания брендов конкурентов, проектная группа выделила следующие ниши:

1) Ощущение ностальгии
2) Традиционность
3) География производства
4) Религиозность

Группа отметила, что никто из конкурентов не предложил современного прочтения русской, этнической темы в оформлении продукта.

**Тенденции рынка**

- Патриотические настроения населения
- Возможное разрешение на ТВ-рекламу
- Минимализм в упаковке вина
- Обучение покупателей критериям выбора вина на понятном языке.

**Портрет потребителя**

В процессе формирования портрета потребителя, проектная группа Высшей Школы Брендинга использовала комплексную методологию изучения целевой аудитории: анализ аналитической информации, экспертные интервью, моделирование по структурно-динамическому профайлингу, глубинные интервью…

По итогам этапа было выявлено ядро целевой аудитории (явный представитель) – это земная, простая женщина, с традиционными ценностями: семья, забота о близких, общение с подругами, любовь к Родине…

**Ключевые модели потребления вина:**

1. Все как у людей: «не стыдно на стол поставить»
2. Женские посиделки «посидеть с подругами, выпить вкусненького»

С какими трудностями сталкивается такой потребитель?

Сложность выбора среди большого количества предложений на полке, когда нет критериев по выбору вина. Потребитель хочет, чтобы вино было простым и понятным, «своим». Оно должно легко идентифицироваться на полке среди других позиций и обладать оригинальным вкусом. Для покупателя также важна близкая сердцу эстетика бренда.

**Главный вывод** в процессе изучения потребителя: в отечественной рознице нет качественного вина в низком ценовом сегменте до 230 руб., которое было бы стать своим, близким для душевных «посиделок с подругами».

**Платформа бренда «Свиристель»**

Суть бренда: вино для душевного общения.




**Ценности бренда:**

1. Единение, общность
2. Простота и понятность
3. Следование русским традициям
4. Современность

**Метафора бренда:** вино «Свиристель» — подружка-собеседница, три девицы под окном.



**Стиль бренда:** новое русское, народный промысел (глиняные свиристелки).

**Видение будущего:** бренд №1 в категории российское вино масс-маркет.



Ассортиментная линейка представлена винами: красное полусладкое, белое полусладкое, красное сухое, белое сухое, красное полусухое, белое полусухое.




**Результаты**

Самое приятное чувство, это когда результат своей работы можно увидеть на полках. Бренд вина «Свиристель», который был разработан к открытой защите проектов в Высшей Школе Брендинга, занял уверенную позицию в розничных сетях центрального федерального округа и в множестве регионов России. Эффективность проекта подтвердили значительные повторные продажи в первые две недели после выхода бренда на прилавок.

Не малую роль в успехе бренда, сыграли визуальные и вербальные атрибуты: заметная оригинальная лента на горлышке бутылки (значительная дифференциация на нижней полке), нарядный и «свой» характер графических элементов, а так же демократичный и образовательный текст описания продукта.

***Задания к кейсу:***

1. Как Вы оцениваете дизайн бутылки?
2. Что особенного в дизайне товара по сравнению с конкурентами?
3. Заметили бы Вы данный товар на полке?
4. Как Вы оцениваете стратегию маркетинговых коммуникаций с целевой аудиторией?
5. Охарактеризуйте целевую аудиторию продукта.

**Кейс-задание 7: Брендинг**

**Брендинг для начинающих предпринимателей: ликбез и кейсы**

Мы часто слышим слово “бренд”, но что это значит, чем отличается от компании/торговой марки и что дает предпринимателю? Для начала разберемся со значением понятий.

**Бренд** — комплекс представлений, ассоциаций и ценностных ориентиров в сознании потребителя.
Или:
**Бренд** — последовательный набор функциональных, эмоциональных, психологических и социальных обещаний целевому потребителю, которые являются для него уникальными, значимыми и наилучшим образом отвечают его потребностям.
**Брендинг** — искусство поиска, уточнения смыслов и их переведения в точные образы для увеличения прибыли бизнеса.
**Бренд-дизайн** — проектная деятельность по созданию индивидуальной, визуальной среды бренда, отражающей основные ценностные и эмоциональные характеристики продукта или услуги в средствах коммуникации.

**Зачем нужен брендинг**

Многие соотносят термин “бренд” с крупными компаниями, а нужен ли брендинг начинающему предпринимателю?

— У меня очень маленькая компания, зачем мне беспокоиться о брендинге и дизайне? Это ведь не вопрос выживания. — Хороший брендинг помогает продать товар.

Ваш брендинг должен развиваться вместе с компанией, независимо от “возраста” бизнеса.

*Брендинг выполняет 4 основные функции:*

- увеличение узнаваемости;
- привлечение прибыли;
- повышение конкурентоспособности;
- коммуникация с потребителем (через визуальную составляющую).




Чем выше конкуренция, тем хитрее нужно показывать преимущества. Главное — не переусердствовать с информацией об уникальности товара. Потребитель может воспринять не более 5-ти призывов.

Помните, если человек не видит отличий одного продукта от другого, то он с легкостью переключится с одного производителя на другого, чтобы этого не происходило вам нужно выстроить уникальные черты своего бренда и эстетично их преподнести.

**Как превратить компанию в бренд**

Нужно понять, что представляет из себя ваша целевая аудитория. Из портрета потребителя формируются ценности и образы, которые должен нести бренд, чтобы стать успешным и востребованным.

Домохозяек цепляет один дизайн, для офисного планктона нужен совсем другой, для людей творческих профессий — третий. Всё зависит от восприятия, образа жизни, ментальных установок.

Чтобы привлечь целевую аудиторию современные компании рассказывают истории о потребителях через товары, освещая основные боли и потребности человека.

***Бренд — это не логотип и не торговая марка.*** *В фундаменте бренда всегда лежит крутая идея, графические атрибуты лишь инструменты визуальной коммуникации с потребителем. Т.е. важно определить, какие ценности вы хотите донести до целевой аудитории, какие обещания вы даете клиентам и какими путями будете их выполнять.*

Торговая марка, упакованная в графический дизайн становится брендом в тот момент, когда помещается в сознание потребителя.

*Существует 3 шага к созданию бренда:*

- Изучаем целевую аудиторию (читать находим боль);
- Анализируем наш продукт/компанию/объект (отличия, недостатки, свойства, ценности);
- Строим бренд (используя доступные методы, подходы и концепции).

**Разбор полетов**

Есть такой бренд — Братья Чебурашкины. (Классное название, правда же?).

Брендинг тесно переплетен с неймингом. Ведь, не зря существует выражение: “Как корабль назовешь, так он и поплывет”. Создание образа о продукте/компании в голове потребителя начинается с названия и подкрепляется визуальными образами.

Компания занимается производством фермерских молочных продуктов.

Целевая аудитория бренда “Братья Чебурашкины” – это требовательные потребители, которым важно настоящее качество во всем – от продукта до дизайна.




Упаковка бренда «Братья Чебурашкины» получила золотую и серебряную награды на фестивале рекламы “Каннские львы”. Основатели компании, которые действительно носят такую фамилию, столкнулись с противодействием владельца прав на Чебурашку Григория Успенского. Важно было создать такую упаковку, которая не напоминала бы о герое мультфильма, но была бы узнаваемой. Для этого дизайнеры использовали стилизованные буквы старославянского алфавита. Образное решение выдвигает продукт вперёд даже в затяжной кризис.




Еще один запоминающейся молочный бренд — Молочная Культура.

Бренд пропагандирует технологию “бережной пастеризации” и делает ставку на стильную упаковку, которую не только приятно держать в руках, но можно запостить в инстаграм.






Слоган:

*Уникальная запатентованная упаковка с носиком. Пейте молоко, не только дома, но и на улице, в машине или офисе!*

Это продукция для требовательных, но занятых людей, ведущих активный образ жизни, находящихся постоянно в движении. Потребитель покупает не просто молоко, а стиль жизни.

Изначально “Молочная культура” продвигалась только в соц. сетях. В 2015 году появились первые публикации у блогеров, в это же время компания попадает в рейтинг самых удачных российских брендов по версии Forbes, как новинок потребительских товаров.

Эти бренды нашли свой сегмент. Создали эффектный дизайн — визуальная составляющая обладает огромной властью над сознанием — 86% информации человек воспринимает через глаза. Обеспечивая стабильное качество, подкрепленное интересной идеей бренды получают возможность продавать свой продукт по более высокой цене, чем их конкуренты.

Бренд влияет на три аспекта:



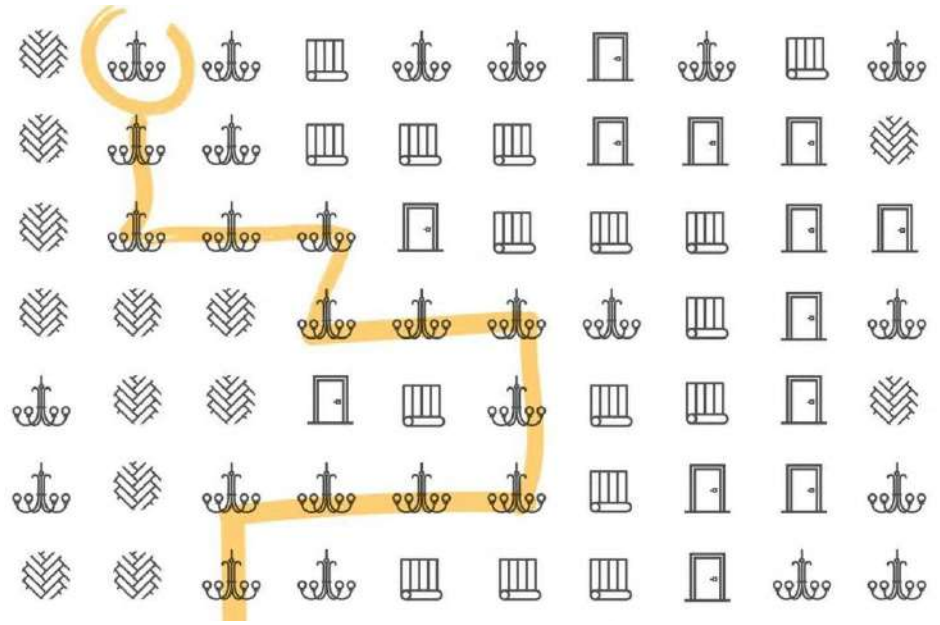

**Бизнес** — бренд должен генерить доход я владельцев бизнеса;
**Люди —** бренд должен вдохновлять людей на какие-то свершения, тогда они вступают в коммуникацию с брендом, становятся “адвокатами” бренда. Это позволяет увеличивать продажи и в то же время влиять на **общество** (любой бренд, который имеет значение в обществе становится успешным).

**Примеры брендинга**

Нейминг и брендинг сети магазинов Ramonta, специализирующихся на продаже товаров для интерьера и ремонта. Представили Ramonta как персонального стилиста, который помогает сформировать индивидуальный интерьер и привнести в дом уют.
В основе стиля — простая и легкая коммуникация, показывающая, что Ramonta заботится о каждом клиенте и помогает выбрать нужное среди огромного количества товаров.


Ramonta
Ramonta
Ramonta
Ramonta


ramonta брапаркетламинат
брасветильникиобоигвозди
дрелькирпичицементмолот
дверилюстрыпаркетламинат
брасветильникиобоигвозди
дрелькирпичицементмолот
дверилюстрыпаркетламинат
брасветильникиобоигвозди
дрелькирпичицементмолот
Ramonta
Директор направления
Константин
Константинопольский
konstantinopolsky@ramonta.ru
8 (931) 308-33-33
г. Санкт-Петербург,
ул. Достоевского,
д. 19/21
8 (812) 670-25-85
ramonta брапаркетламинат
брасветильникиобоигвозди
дрелькирпичицементмолот
дверилюстрыпаркетламинат
брасветильникиобоигвозди
дрелькирпичицементмолот
дверилюстрыпаркетламинат
брасветильникиобоигвозди
дрелькирпичицементмолот



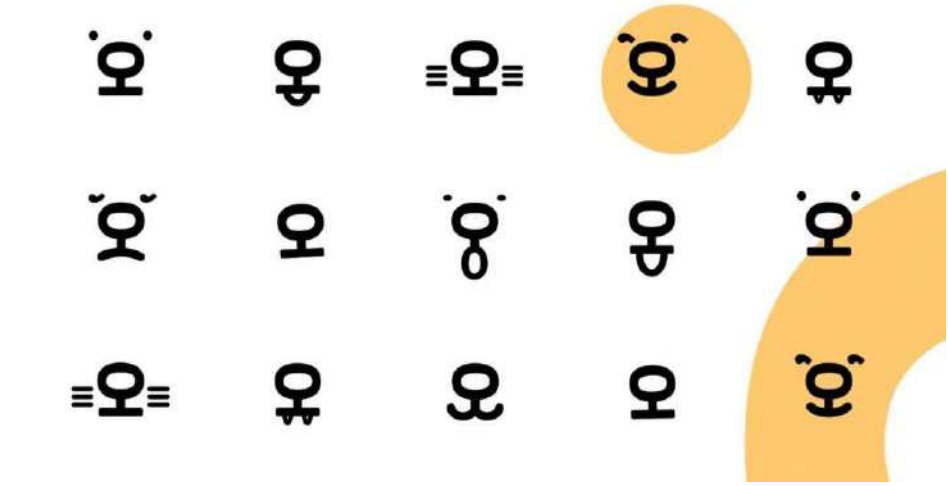



Брендинг для центра реабилитации животных.

Юна — первый центр в России, где животным оказывают полный спектр услуг: от лечения и стерилизации до кинологической работы по адаптации к новым условиям жизни.




ЮНА




Краткий брендбук
Логотипы и знаки
Graublau Sans
Graublau Sans
О бренде «Юна»


ЮНА
ЮНА
ЮНА




Приемная
Вольеры
Игровая
Ветеринар
Котокафе
Выход



Брендинг строительной компании.

Профессиональная строительная команда Orderum помогает открывать коммерческие объекты. Команда специализируется на внутренней отделке и монтаже инженерных сетей в магазинах в крупных торговых центрах.



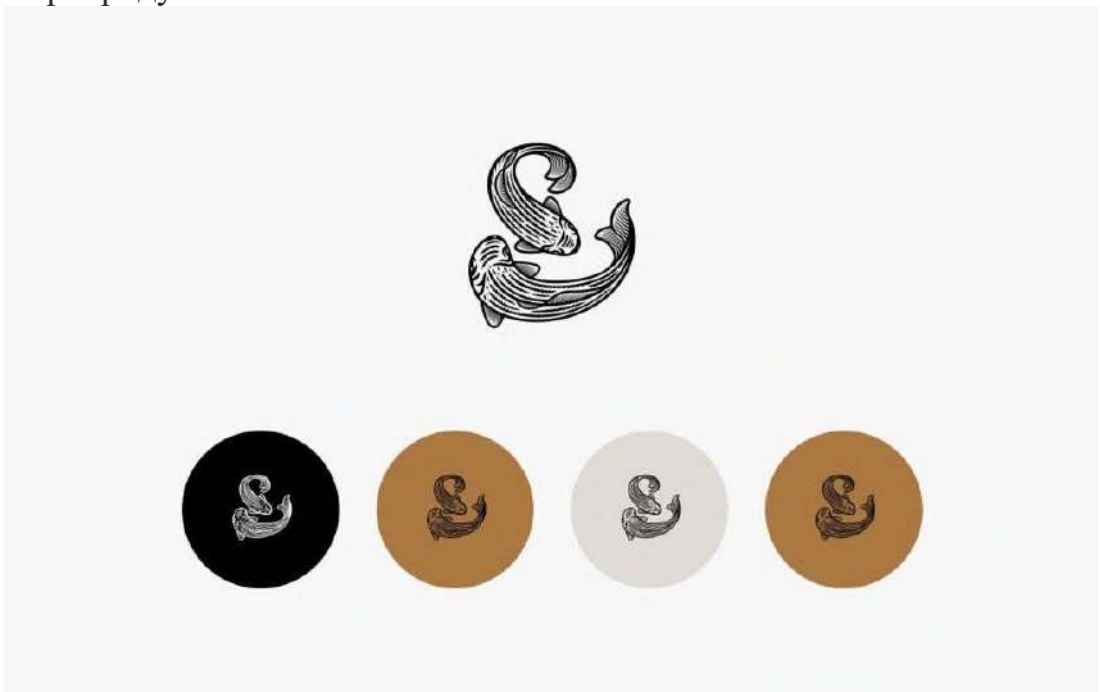



Брендинг для одного из крупнейших лесоперерабатывающих предприятий в России.






Брендинг для рыбного гастронома, который стал городской легендой и местом рыбной силы. Перед дизайнерами стояла задача нуля разработать бренд для розничной точки по продаже рыбы и морепродуктов.




Свежемороженая рыба
«Жила в море. Заморожена по правилам»
«Правильная обработка холодом — секрет свежести!»
Охлажденная рыба и морепродукты
«Охлаждена по правилам. ГОСТ нам судья!»
«Свежесть без компромиссов»
Копченая рыба
«Свежая рыба натурального копчения»
Соленая рыба
«Немного соли, и рыба становится деликатесом!»
Живая рыба и морепродукты
«Не каприз, а гарантия свежести и вкуса»
Икра
«Красное золото. Высшая проба»
море близко!
море близко!
море близко!
море близко!
море близко!


MOPE & MORE
рыбный гастроном







***Задания к кейсу:***

1. Из указанных примеров выделите основные элементы, формирующие бренд.
2. Какие особенности брендинга в зависимости от направления деятельности или специфики продукта. Какие элементы бренда указывают на особенность продукта?
3. Приведите свои примеры яркого брендинга специализированных компаний (продуктов).
4. Оформите в виде презентации.

### *7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации*

Промежуточная аттестация по дисциплине «Бренд-коммуникации» проводится в форме зачета.

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:<br><br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:<br>Задание 1: 0-30 баллов<br>Задание 2: 0-30 баллов<br>Задание 3: 0-40 баллов<br><br>**«Зачтено»**<br>**-90 и более**– ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-70 и более –** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-50 и более –** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично.<br>**«Не зачтено»**<br>**-Менее 50** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена |

## *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

### *Задания 1-го типа*

1. Приведите несколько определений, поясните термин: Бренд, Брендинг

2. Приведите несколько определений, поясните термин: История бренда, Легенда

3. Приведите несколько определений, поясните термин: Суббренд.

4. Приведите несколько определений, поясните термин: Торговая марка, товарный знак, Логотип

5. Приведите несколько определений, поясните термин: Слоган рекламный, Слоган бренда

6. Приведите несколько определений, поясните термин: Фирменный стиль, Элементы фирменного стиля

7. Приведите несколько определений, поясните термин: Обязательные элементы фирменного стиля: Логотип, торговая марка; Текстовый знак; Фирменные цвета (цветовая палитра); Фирменный

шрифт; Визитная карточка; Фирменный бланк; Конверт.

8. Нейминг: разработка текстового названия для бренда; выборка альтернативных названий для бренда;

9. Бренд-имиджа торговой марки;

10. Визуальные составляющие бренда;

11. Персонаж бренда, имидж-герой;

12. Дизайн упаковки; дизайн рекламных материалов в структуре бренд-коммуникаций

13. Разработка бренда

14. Создание бренда

15. Аудит бренда

16. Оценка стоимости бренда

17. Архитектура бренда

18. Что относится к дополнительные элементы фирменного стиля и почему.

19. Что такое - Философия бренда

20. Приведите несколько определений, поясните термин: Символ бренда

21. Перечислите основные классификационные признаки брендов.

22. Ценности бренда.

23. Идентичность бренда.

24. Индивидуальность бренда

25. Дифференциация понятий: бренд региона, региональный бренд

***Задания 2-го типа***

1. Приведите примеры торговых марок из одной товарной категории, выполняющие различные роли: стратегический бренд, запускающий бренд, «серебряная пуля», «дойная корова».

2. Приведите примеры пар торговых марок, принадлежащих одной компании (при этом разные пары могут принадлежать разным компаниям), иллюстрирующих типы соотношений: а) «поддерживающий бренд – основной бренд»; б) «родительский бренд – суббренды»; в) «основной бренд – его брендированная выгода».

3. В чем состоит кобрендинг (совместный брендинг), может ли существовать кобрендинг в пределах одной компании? Для каких целей используется кобрендинг и какие задачи способен решать?

4. Приведите примеры описания платформы и позиционирования для товарных брендов.

5. Что такое пирамида бренда и колесо бренда, из каких компонентов они состоят?

6. Приведите примеры представления пирамиды товарного бренда.

7. Что такое идентичность бренда, какой английский термин соответствует этому русскому термину?

8. В чем состоит различие стержневой и расширенной

идентичности бренда в концепции Д. Аакера?

9. Как Вы понимаете высказывание: «Знак идентификации это инструмент брендинга»?

10. Как связана роль бренда в марочном портфеле с типом знака идентификации?

11. Приведите примеры словесных, изобразительных и комбинированных знаков идентификации бренда.

12. Каковы маркетинговые критерии сильного коммерческого названия? Можно ли распространить эти признаки на изобразительные знаки идентификации?

13. Приведите примеры названий брендов, различающихся по маркетинговой силе.

14. Каковы лингвистические критерии сильного коммерческого названия?

15. Каковы психолингвистические критерии сильного коммерческого названия? Можно ли распространить эти признаки на изобразительные знаки идентификации?

16. Приведите примеры названий брендов, различающихся по силе с учетом лингвистических и психолингвистических критериев.

17. Какие юридические критерии используются для оценки и выбора знаков идентификации?

18. В чем сущность понятия «охраноспособный товарный знак».

19. Какие другие критерии (с учетом развития новых медиа, тенденции глобализации) влияют на выбор знаков идентификации?

20. Приведите примеры товарных знаков, сходных до степени смешения: тривиальные и нетривиальные случаи.

21. В чем различие и сходство терминов: рестайлинг, ревиталайзинг, репозиционирование, ребрендинг? Приведите примеры рестайлинга бренда, репозиционирования бренда и ребрендинга.

22. В чем принципиальное отличие понятий «маркетинговые коммуникации» и «брендкоммуникации»?

23. Опишите матрицу бренд-коммуникационного планирования и приведите пример ее использования.

24. Каким образом бренды способствуют капитализации и увеличению стоимости компании?

25. Можно ли рассматривать создание бренда как инвестиционный проект? Приведите обоснование своего решения.

***Задания 3-го типа***

Опишите принцип распространения брендовых имен на товары компании (компания указана в задании):

а. Дайте общую характеристику используемого подхода: дает ли компания всем производимым товарам (услугам) единое имя, или же отдельное название для определенной группы товаров (каков масштаб этих групп?), или же каждый товар получает отдельное имя?

Используется ли имя компании наряду с названием более узкой группы товаров? Поясните, какие выгоды несет такой подход конкретной компании, изучаемой вами.

b. Опишите политику компании в сфере совместного брендинга, продажи товаров под частными марками розничных сетей, брендирования выгод, а также, возможно, иные приемы, используемые компанией для повышения ценности ее товаров для потребителей. Поясните, какие выгоды несет такой подход компании.

***Задание 1.*** Компания «**Kraft Foods**»

Компания была основана в 1903 году Джеймсом Крафтом. Первое название — J.L. Kraft & Bros. В настоящее время — вторая по величине корпорация по выпуску упакованных пищевых продуктов. Продает продукцию в 155 странах мира, занимая около 35% глобального рынка плавленых сырков. Но как это касается нас? Непосредственно, ведь каждый день мы видим продукты Kraft Foods на прилавках. В России компания продает следующие марки: Milka, Воздушный, Toblerone, Alpen Gold, Cote d'Or, Чудный вечер, Carte Noire, Jacobs, Maxwell House, Estrella.




В 2008 году в Китае разгорелся «меламиновый скандал», связанный с продукцией Cadbury (компания в составе Kraft Foods). В молочных продуктах, производимых на заводе в Пекине, были обнаружены следы меламина. Из-за этого случая 54 тысячи китайских детей тяжело заболели, а четверо из них — скончались. Разразился скандал, было проведено множество проверок, в результате которых некоторые марки продукции были отозваны с производства.

***Задание 2.*** Компания **Nestlé S.A.**

Полное название — *Стратегическое объединение Nestlé*. Была основана в 1866 году фармацевтом из Швейцарии Анри Нестле. Главный мировой производитель продуктов питания (еще производит корма для животных, косметику и фармацевтическую продукцию).

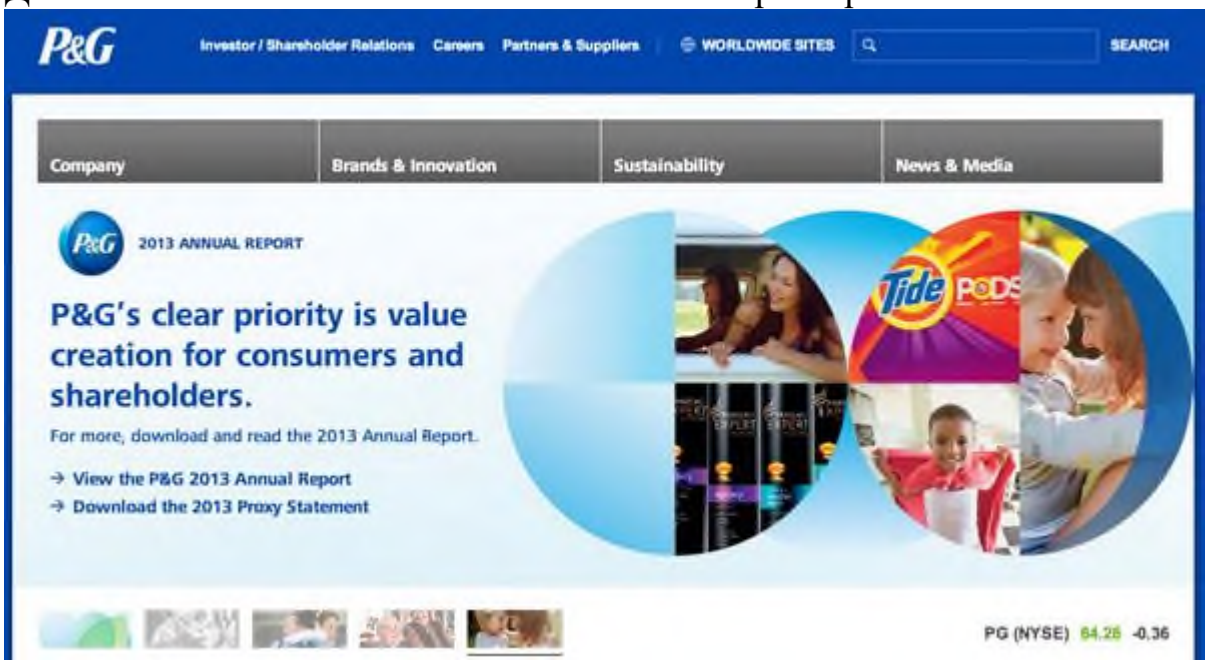
Компания может похвастаться одним из самых больших годовых оборотов — 67, 8 млрд. евро (данные за 2011 год). Вот полный список торговых марок от Nestle, которые можно найти в любом российском магазине: Nescafé, КитКат, Nesquik, Экстрем, Россия — щедрая душа, Бон Пари, Nuts, Золотая марка, Maggi, Perrier, Friskies, Felix, Purina ONE, Gourmet, Дарлинг.




Не обошлось и без скандалов. В 70-х и 80-х годах XX века корпорацию жестко критиковали за политику сбыта детского питания в странах третьего мира. Суть была в том, что персонал Nestle под видом гуманитарной помощи раздавал детские питательные смеси, использование которых при одновременном прекращении кормления грудью лишало матерей молока. Соответственно, матери в развивающихся странах «плотно подсаживались» на дорогую продукцию Nestle. Из невозможности прочитать и перевести инструкцию к смесям (все надписи на упаковках были на английском), и ограниченного доступа к питьевым источникам, многие матери разводили питание в грязной воде, что увеличило смертность младенцев. Результат — многочисленные акции протеста, и международная кампания «Бойкот Nestle», которая действует по сей день.

***Задание 3.*** Компания **Procter & Gamble**

Лидер мирового рынка потребительских товаров и крупнейший в мире рекламодатель — затраты на рекламу которого превышают 8 млрд. долларов в год. Компания основана в далеком 1837 году мыловаром Джеймсом Гэмблом и свечником Уильямом Проктером.




Бренд контролирует огромную долю мирового рынка, производя такие товары, как Fairy, Tide, Ariel, «Миф», Ace, Mr. Clean, Lenor, Comet, Fairy Oxi, Mr. Proper, Dreft, Pampers, Always, Alldays, Tampax, Discreet, Naturella, средства для ухода за волосами Wash & Go, Head & Shoulders, Pantene, Shamtu, Herbal Essense, Wella, Londa, средства для ухода за телом и парфюмерию Camay, Safeguard, Secret, Old Spice, Olay, Hugo Boss, Dolce&Gabbana, Gucci, Mexx, Baldessarini, Blend-a-Med, Oral-B, Crest, косметику Cover Girl, Max Factor, бритвы Gillette, Venus, батарейки Duracell, бытовую технику Braun, кофе Folgers, соки, корма для животных Iams, Eukanuba — и это еще не все.

Но, конечно же, и такой гигант не смог обойтись без громких просчетов. По вине индонезийских корпораций, пытавшихся удовлетворить спрос Procter & Gamble, активно сжигались леса и осушались болота под пальмовые плантации. Пальмовое масло — один из компонентов косметики. Активисты Greenpeace обвинили Procter & Gamble в таких разрушительных для природы действиях. Но это не самый крупный грех на душе колосса.

В 2007 году произошел более страшный случай. Около 2200 собак и 1950 кошек погибли в США по причине отказа почек. Причина — все тот же меламин, использовавшийся компанией Menu Foods Inc. при изготовлении кормов для сотни брендов (среди них Procter & Gamble). В оправдание бренда можно лишь сказать, что корпорация первая установила причину отравления, провела расследование и опубликовала токсикологическую экспертизу.

В некоторых странах проводится ежегодная акция протеста «Stop Animal Exploitation Now», критикующая практику Procter & Gamble — тестирование продукции на животных.

***Задание 4.*** Компания **Johnson&Johnson**

Производит косметику, санитарно-гигиенические товары, медицинское оборудование. Была основана в 1886 году тремя братьями: Робертом Вудом Джонсоном, Джеймсом Вудом Джонсоном и Эдвардом Мидом Джонсоном. В составе корпорации — более 230 дочерних компаний (т.н «Семья Джонсонов»), а самый известный бренд — линейка детской косметики Johnson's baby.




В начале 80-х разразился скандал, связанный с отравлением. Компания стала объектом шантажа неизвестного убийцы, добавлявшего в упаковки с лекарством «тайленол» цианистый калий. Отравитель не найден до сих пор.

***Задание 5.*** Компания **Unilever**

Один из ведущих производителей бытовой химии, продуктов питания и парфюмерии. Компания была основана в 1930 слиянием нидерландской Margarine Unie и британской Lever Brothers. Владеет огромным количеством торговых марок, многие из которых известны в России.




Пищевая продукция: Lipton, Brooke Bond, Беседа, Crème , Bonjour, Rama, Пышка, Bertoll, iKnorr, Hellmann, Балтимор, Pomo d'Oro, Восточный Гурман, Инмарко.

Бытовая химия и личная гигиена: Концерн «Калина», Dove, Rexona, Axe, Timotei, Domestos, Glorix, OMO, Clear Vita ABE, Cif, Sunsilk, Sunlight, TIGI.

Мороженое: Инмарко, Золотой стандарт, Фишка, Загадка, Магнат, Экzo, Долька, Algida, Cornetto Enigma, Carte d'or, Фифти-фифти, Торжество.

В 2011 году на корпорацию был наложен штраф европейским антимонопольным ведомством в размере 104 миллионов евро за ценовой сговор на стиральные порошки с Procter & Gamble.

***Задание 6.*** Компания **Mars, Incorporated**

История транснациональной корпорации началась на кухне скромного домика в Такоме, штат Вашингтон, где Фрэнк Марс вместе с женой вручную делал домашние конфеты, продавая их всем желающим. Семейный бизнес приносил хороший доход, и в 1911 году была зарегистрирована компания под названием Mars Candy Factory, Inc.

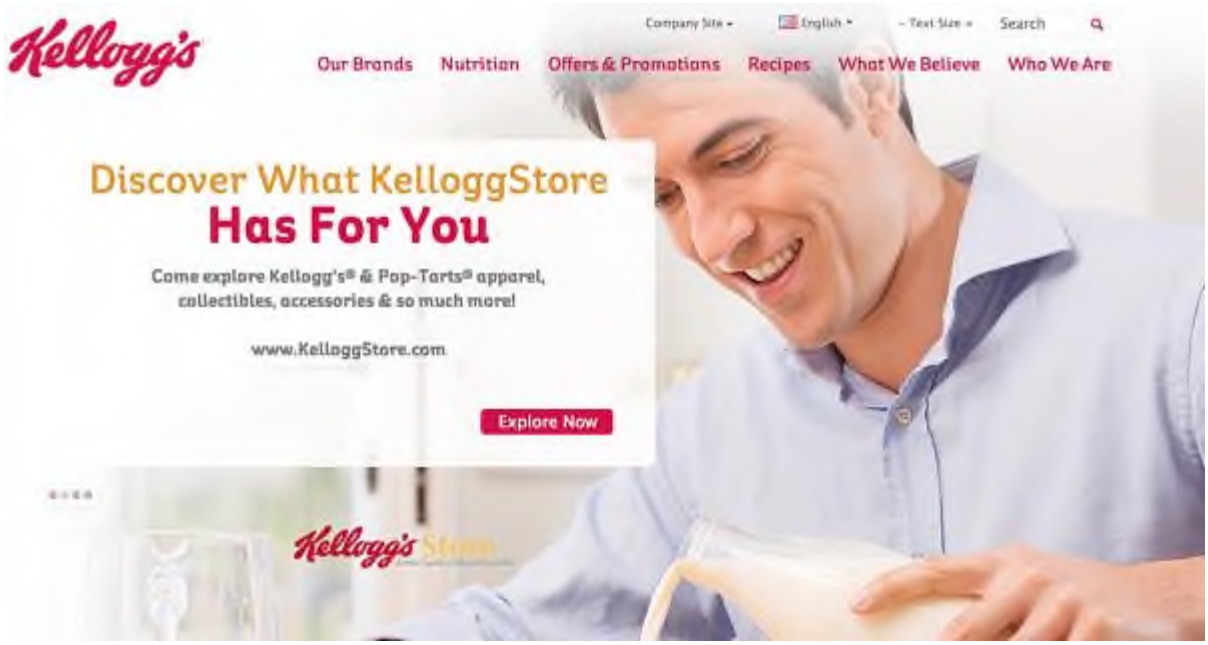



Как вы уже поняли, с продукцией Mars каждый из нас сталкивается ежедневно. В России производятся следующие товары: M&M's, Snickers, Mars, Dove, Milky Way, Skittles, Twix, Bounty, Celebrations, Starburst (конфеты), Rondo, Tunes, Pedigree, Whiskas, Kitekat, Chappi, Sheba, Cesar, Perfect Fit, Royal Canin, Uncle Ben's, Dolmio, Juicy Fruit, Spearmint, шоколадные конфеты А.Коркунов и Buckwood.

В настоящее время Mars — семейная корпорация, не выносящая сор из своей избы. Про личную жизнь владельцев бизнеса не известно практически ничего. Доли владения распределены между внуками Фрэнка Марса (Джоном, Эдвардом и Жаклин Марс). В крупных скандалах корпорация, на удивление, замечена не была.

***Задание 7.*** Компания **Kellogg's**

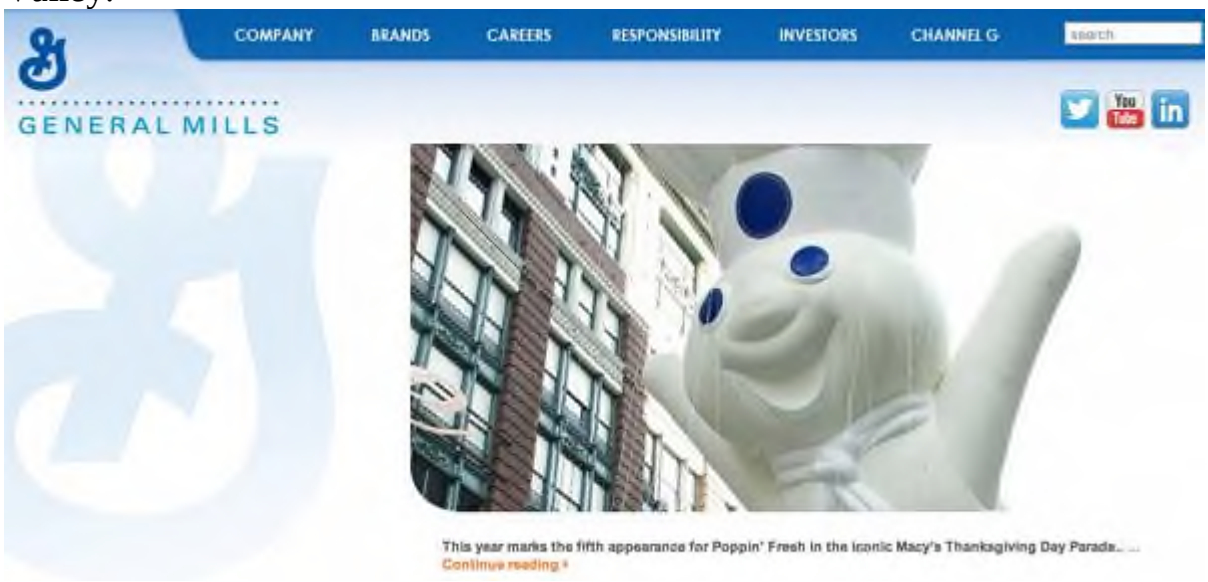
Один из крупнейших производителей сухих завтраков и продуктов быстрого приготовления. Компания была основана в 1906 году Уильямом Кейтом Келлогом, и занималась производством кукурузных хлопьев. Первое название — Battle Creek Toasted Corn Flake Company. Спустя более чем сто лет компания не отошла от первичного курса, и до сих пор занимается производством продуктов быстрого приготовления. Торговые марки Kellogg's мало известны в России. Например: Kellogg's, Keebler, Cheez-It, Murray, Austin, Famous Amos. Слышали о таком?




Недавно в США поднялась шумиха по поводу нового товара от Kellogg's — «Коко Рокс», или «Шоколадные камушки». Оказалось, что на уличном слэнге «Коко Рокс» означает смесь коричневого крэка (дешевого кокаина) с шоколадом. Одному богу известно, для каких целей нужна подобная смесь, но это вызвало большой общественный резонанс. Руководство компании смутилось и признало, что продукт следует переименовать.

***Задание 8.*** Компания **General Mills, Inc.**

Одна из крупнейших мировых корпораций. Занимается производством продуктов питания, игрушек, одежды и владеет обширной сетью ресторанов. Была основана конгрессменом Робертом Смитом в 1856 году под названием Minneapolis Milling Company. Компания владеет более чем сотней известных брендов, но на российском рынке она представлена только такими марками, как «Зеленый великан» (консервированные овощи), мороженое Häagen-Daz и мюсли Nature Valley.

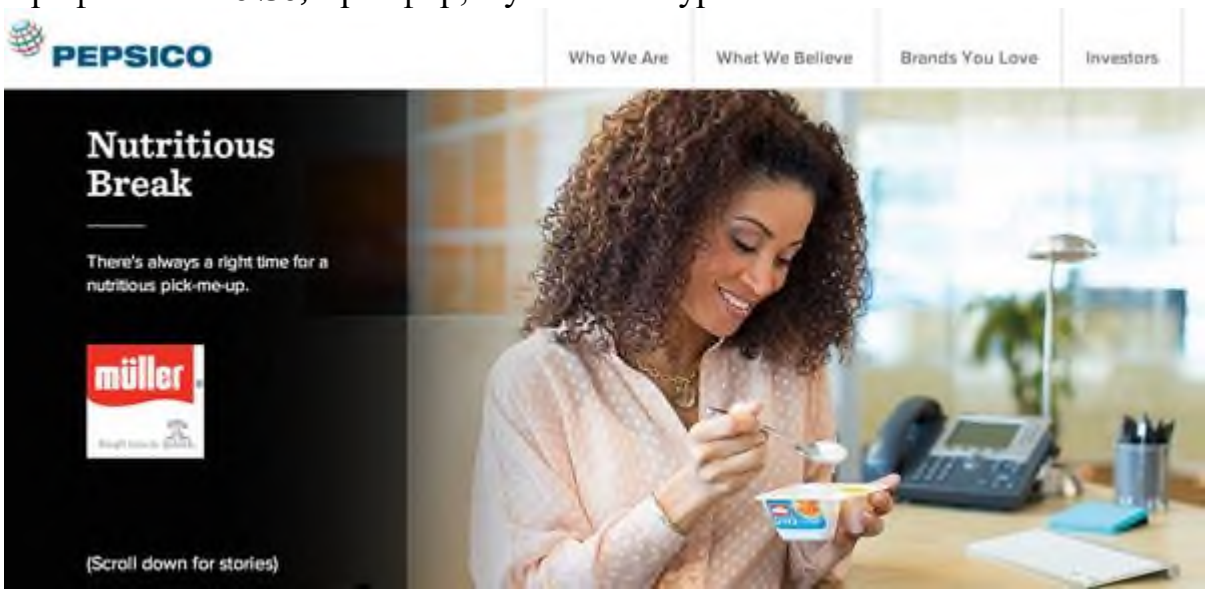


В 2012 году правозащитники обвинили McDonald's, General Mills, Viacom и Turner в нарушении закона о защите частной жизни. Оказалось, что на сайтах этих компаний собиралась частная информация от детей младше 13 лет, обрабатывалась и использовалась в целях повышения прибыли, что противоречит законодательству США.

***Задание 9.*** Компания **PepsiCo**

Формально корпорация основана не так давно, в 1965 году, путем слияния компаний The Pepsi Cola Company и Frito Lay. Выпускает напитки, закуски, продукты питания — да вы и сами знаете, чем занимается Pepsi, не так ли?

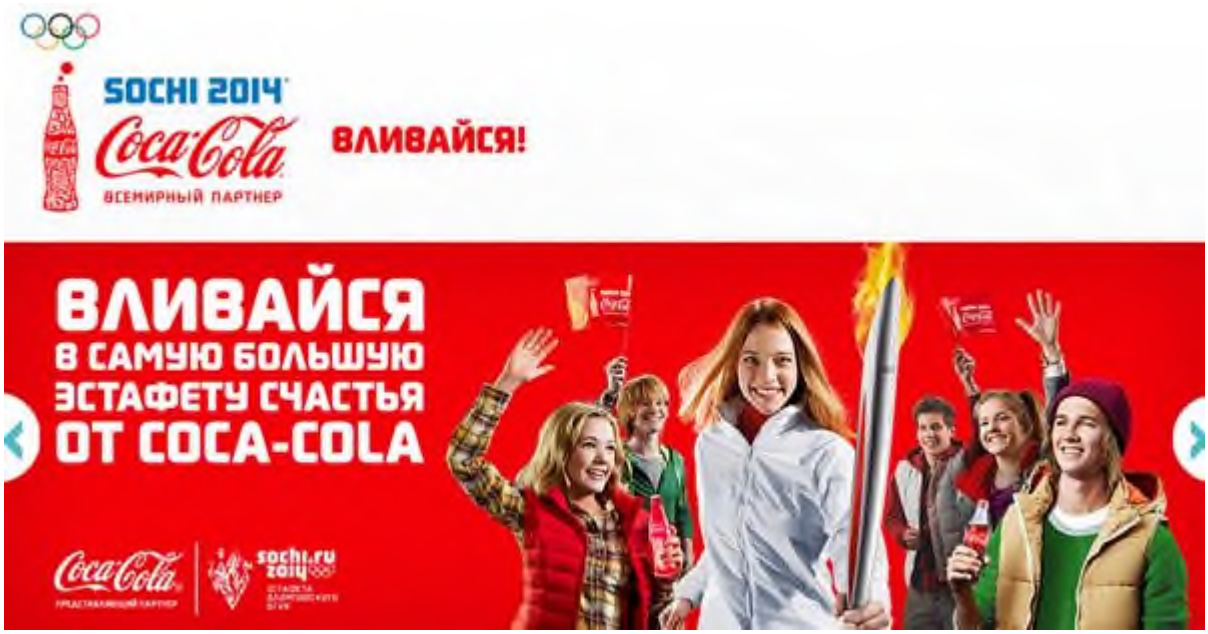
В России корпорация представлена следующими марками: Pepsi, 7up, Mountain Dew, Mirinda, Aqua Minerale, Русский Дар, Я, J-7, Тонус, Фруктовый Сад, Tropicana, Frustyle, Lay's, Cheetos, Xpycteam, Adrenaline Rush, Домик в деревне, Агуша, Bio Max, Имунеле, Здрайверы, Веселый Молочник, Чудо, Чудо-Ягода, Ессентуки, Ламбер, 100% Gold, Родники России, Любимый сад, Фругурт, 33 коровы, Профилакт 120\80, Гранфор, Кубанская буренка.




Проще говоря, товары PepsiCo везде, и без них, к сожалению, уже немыслима повседневная жизнь.

***Задание 10.*** Компания **Coca-Cola**

Крупнейший в мире производитель сиропов, концентратов и безалкогольных напитков. Одна из самых крупных компаний в США. Продает свои товары более чем в 200 странах. В России представлена следующими торговыми марками: Coca-Cola, Coca-Cola Light,
Fanta Sprite, Powerade, Буратино, Nestea, Кружка и бочка, Schweppes, Добрый, Pulpy, Rich, Rich Frut Mix, BonAqua, BonAqua Viva, Burn, Gladiator.




В 2007 году среди рабочих завода Coca-Cola в Санкт-Петербурге вспыхнула забастовка. По заявлениям организаторов, ее причина — низкие зарплаты на российских заводах корпорации.

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Копирайтинг»

**Направление подготовки** ***42.03.01. Реклама и связи с общественностью***
**Направленность (профиль) подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

**Содержание**

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ .....3

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ .....4

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН.....5

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....7

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ .....9

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....14

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....16

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Копирайтинг» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 N 512.

Рабочая программа содержит обязательные для изучения темы по дисциплине «Копирайтинг» о креативном процессе работы с текстами коммерческих коммуникаций, помогает сформировать и развить первичные навыки создания креативных концепций и практические навыки написания различных видов текстовой продукции. А также формирует представление об особенностях работы копирайтеров в рекламных агентствах и о процессе копирайтинга.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 3 и 4 семестрах.

**Цель и задачи дисциплины**

***Цель изучения дисциплины:*** формирование у студентов комплекса знаний, навыков и компетенций, связанных с решением комплексных задач по разработке содержания различных текстов рекламы, PR-документов, социальных медиа.

***Задачи:***

- дать представление о сущности копирайтинга, его месте и роли в системе рекламного бизнеса;
- познакомить с мировым и отечественным опытом работы в области копирайтинга;
- определить основные категории, понятия, термины, которыми оперируют профессиональные копирайтеры;
- познакомить с основными формами и типами рекламных текстов, законами их составления.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **выпускник должен знать** | **выпускник должен уметь** | **выпускник должен иметь практический опыт** | |
| Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответсвии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа | **ПК-3** | **ПК-3.1.** Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта | Методики анализа знаковых систем рекламных сообщений; виды и средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде. виды рекламных текстов, используемых в коммуникационной сети «Интернет»; механизмы воздействия различных рекламных текстов на потребителя. | Классифицировать и типизировать вербальные формы рекламы; ориентироваться в семиотической природе рекламы. самостоятельно изучать и анализировать эффективность рекламных и PR текстов; применять полученные знания для развития взаимоотношений организации со своей коммуникационной средой | Составления рекламных и PR-текстов с учетом основных коммуникационных стратегий; Владения стилистическими приемами составления рекламных текстов, техниками написания текстов различных жанров; методами создания рекламных текстов для сети «Интернет». | Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа |

# 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ/балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| ***Очная форма*** | | | | | | | | | | | |
| ***3 семестр*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1. Копирайтинг как наука о написании рекламных текстов.* | | 2 | 4 | | | | | | | 26 | Отчет по творческому заданию /20 Доклад-презентация/20 |
| *Тема 2. Виды текстов в рекламе и PR.* | | | 24 | | | | | | | 26 | Отчет по творческому заданию/20 |
| *Тема 3. Креативность в создании рекламного продукта.* | | | 24 | | | | | | | 26 | Отчет по творческому заданию/20 |
| *Тема 4. Подготовка к созданию рекламного текста.* | | | 24 | | | | | | | 26 | Отчет по творческому заданию/20 |
| **Всего:** | | **2** | **74** | | | | | | | **104** | **100** |
| **Контроль, час** | **-** | | | | | | | | | | **Зачет** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **180** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **5** | | | | | | | | | | |
| ***4 семестр*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 5. Структура рекламного текста.* | | | 13 | | | | | | | 26 | Отчет по творческому заданию/20 |
| *Тема 6. Классификация стилей рекламных текстов и подходов к их созданию.* | | 2 | 13 | | | | | | | 25 | Отчет по творческому заданию/20 Доклад-презентация /20 |
| *Тема 7. Рекламные* | | | 12 | | | | | | | 25 | Отчет по |

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ/балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| ***Очная форма*** | | | | | | | | | | | |
| *тексты в интернет-пространстве.* | | | | | | | | | | | творческому заданию/20 |
| *Тема 8. Редактирование рекламных текстов.* | | | 12 | | | | | | | 25 | Отчет по творческому заданию/20 |
| **Всего:** | | **2** | **50** | | | | | | | **101** | **Экзамен** |
| **Контроль, час** | **27** | | | | | | | | | | **100** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **180** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **5** | | | | | | | | | | |
| **Всего по дисциплине:** | | **4** | **124** | | | | | | | **205** | **100 *2** |
| **Контроль, час** | **27** | | | | | | | | | | **Зачет Экзамен** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **360** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **10** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Копирайтинг как наука о написании рекламных текстов.***

Понятие копирайтинга. История копирайтинга. Знаменитые копирайтеры и их рекламные приемы. Мировой и российский опыт копирайтинга, современные тренды.

Основные задачи копирайтера. Отличие копирайтера от рерайтера, спичрайтера. Современная терминология в копирайтинге. Основные критерии успешности рекламных текстов.

Многообразие рекламных текстов: тексты для печатной рекламы, радио- и телерекламы, рекламные тексты в интерактивных СМИ, в письмах, социальных сетях и на сайтах.

Междисциплинарный характер копирайтинга. Влияние экстралингвистических факторов на понимание рекламного текста. Когнитивная модель обработки текста.

***Тема 2. Виды текстов в рекламе и PR.***

Специфика рекламных и PR-текстов. Сущностные характеристики рекламного и PR-текстов. Специфика подачи информации, содержание информации.

Жанры и виды рекламных текстов в медиа, в сфере промоушн, в интернет-среде. Слоганы и нейминг в брендинге.

***Тема 3. Креативность в создании рекламного продукта.***

Сущность рекламного творчества. Цели и задачи креативной деятельности. Критерии креативности. Разделение творчества на фазы (Гельмгольц, Пуанкаре). Творческие этапы креативного процесса (Джозеф Уоллас, Джозеф Россман, Моррис Штейн). Пять слагаемых креативности Энди Грина «Пять I».

Роль творческих игр и упражнений в поиске нестандартных идей.

Методы активизации идей: «метод газетных вырезок», «метод вымышленных персонажей», «метод шести шляп» Эдварда де Боно, методика Mind Mapping, техника номинальной группы, мозгового штурма» А. Осборна и др.

***Тема 4. Подготовка к созданию рекламного текста.***

Структура брифа в копирайтинге. Понятие целевой аудитории. Цели и задачи рекламного текста. Разработка креативной концепции на основе брифа. Составляющие креативной стратегии: целевая аудитория, позиционирование бренда, имидж бренда, интонация.

Мифотехнологии в рекламе. Основные архетипические образы, используемые в рекламе. Миф как способ организации восприятия реальности.

Психология восприятия рекламного текста. Психологические и

нейролингвистические приемы в рекламных текстах.

Доказательные схемы рекламного тезиса. Виды рекламных аргументов и специфика их использования. Эмоциональные и рациональные аргументы: их соотношение. Понятие контраргументации в рекламе. Техника введения в текст контраргументов.

***Тема 5. Структура рекламного текста.***

Основные элементы рекламного текста. Слоган: общая характеристика, функциональная нагрузка, оптимальная длина грамматической конструкции, основные требования. Стилистические приемы как средство усиления запоминаемости слогана.

Рекламный заголовок: его значение, функции. Классификации рекламных заголовков и методики их написания.

Основной рекламный текст. Использование в нем вербальных коммуникативных стратегий, аргументация и иллюстрация.

Заключительная фраза. Принцип строения коды и приемы построения эхо-фразы.

***Тема 6. Классификация стилей рекламных текстов и подходов к их созданию.***

Фактический подход: прямой и косвенный путь воздействия на потребителя. Эмоциональный подход. Сравнительный подход.

Классификация рекламных текстов, в основе которой лежит следование общеизвестным литературным жанрам. Повествовательный, диалогический, метафорический стиль.

Художественные приемы в рекламных текстах.

***Тема 7. Рекламные тексты в интернет-пространстве.***

Тексты для социальных сетей: специфика и различные виды контента. Формулы рекламных текстов. Нативная реклама. Сторителлинг в рекламных текстах.

Тексты для сайтов. Принципы создания лендингов.

***Тема 8. Редактирование рекламных текстов.***

Общая схема работы редактора над текстом. Речевые ошибки в тексте. Коммуникативные особенности процесса редактирования. Основные особенности труда редактора. Процесс правки текста.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплины «Копирайтинг» используются такие виды учебной работы, как практикумы по решению задач, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение инициатив.

***Методические указания для обучающихся при работе на семинаре***

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов одногруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

***Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач***

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора

практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

***Методические указания для обучающихся по организации работ над творческим заданием***

Творческое задание — это самостоятельная работа, осуществляемая обучающимися на протяжении семестра. Приступая к такой работе, автор самостоятельно или с помощью преподавателя составляет план предстоящей работы.

Одной из особенностей работы над персональным творческим заданием является самооценка хода и результата работы. Это позволяет, оглянувшись назад, увидеть допущенные просчеты (на первых порах — это переоценка собственных сил, неправильное распределение времени, неумение работать с информацией, вовремя обратиться за помощью и т.п.), проанализировать их и не допускать в будущем.

Примерный перечень критериев оценки персонального творческого задания выглядит так:

- Обоснование и постановка цели, планирование путей ее достижения.
- Полнота использованной информации, разнообразие ее источников.
- Творческий и аналитический подход к работе.
- Соответствие требованиям оформления письменной части работы.
- Анализ процесса и результата работы.
- Личная заинтересованность автора, его вовлеченность в работу.
- Качество проведения презентации.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые

пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

Отчет по практикуму представляется на листах формата А4 (210х297 мм). Текст работы набирается студентом на компьютере – 8 страниц и распечатывается печатается на одной стороне листа. Отчет обязательно имеет титульный лист, на котором указывается полное наименование образовательного учреждения, наименование работы (отчет по практикуму), Ф.И.О. обучающегося, город и год подготовки. В конце отчета проставляется дата его составления и подпись автора.

***Методические указания для обучающихся по подготовке доклада-презентации***

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию.

Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.

2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).

3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.

4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.

5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.

6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).

7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

- готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего;
- план сообщения;
- краткие выводы из всего сказанного;
- список использованных источников.

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл,

проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);
- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

*Структура выступления.*

Вступление должно содержать:

- название, сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- живую интересную форму изложения;
- акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

В задачи студента при выполнении самостоятельной работы входит работа с конспектом лекции (обработка текста); повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио- и видеозаписей), составление библиографии, составление плана и тезисов ответа, изучение дополнительных тем занятий, учебно-исследовательская работа, выполнение домашних заданий, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета, изучение изобразительного материала, в т.ч. оригинальных работ, проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности.

*Работа с литературой (конспектирование)*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

### *Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины*

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоятельной работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Копирайтинг как наука о написании* | Междисциплинарный характер копирайтинга. Влияние | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet | Отчет по творческому заданию |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоятельной работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| *рекламных текстов.* | экстралингвистических факторов на понимание рекламного текста. Когнитивная модель обработки текста. | Подготовка к практикуму, подготовка творческого задания, подготовка доклада-презентации | Доклад-презентация |
| *Тема 2. Виды текстов в рекламе и PR.* | Жанры и виды рекламных текстов в медиа. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, подготовка творческого задания, | Отчет по творческому заданию |
| *Тема 3. Креативность в создании рекламного продукта.* | Методы активизации идей: «метод газетных вырезок», «метод вымышленных персонажей» | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, подготовка творческого задания, | Отчет по творческому заданию |
| *Тема 4. Подготовка к созданию рекламного текста.* | Эмоциональные и рациональные аргументы: их соотношение. Понятие контраргументации в рекламе. Техника введения в текст контраргументов. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, подготовка творческого задания, | Отчет по творческому заданию |
| *Тема 5. Структура рекламного текста.* | Основные элементы рекламного текста. Классификации рекламных заголовков и методики их написания. Принцип строения коды и приемы построения эхо-фразы. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, подготовка творческого задания, | Отчет по творческому заданию |
| *Тема 6. Классификация стилей рекламных текстов и подходов к их созданию.* | Повествовательный, диалогический, метафорический стиль. Художественные приемы в рекламных текстах. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, подготовка творческого задания, подготовка доклада-презентации | Отчет по творческому заданию Доклад-презентация |
| *Тема 7. Рекламные тексты в интернет-пространстве.* | Тексты для сайтов. Принципы создания лендингов. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, подготовка творческого задания, | Отчет по творческому заданию |
| *Тема 8. Редактирование рекламных текстов.* | Общая схема работы редактора над текстом. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, подготовка творческого задания, | Отчет по творческому заданию |

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1. Селезнева Л. В. Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 159 с. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. Луговой Д.Б. Копирайтинг : учебное пособие : [16+] / Д.Б. Луговой ; Северо-Кавказский федеральный университет. – Ставрополь : Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), 2017. – 131 с. – https://www.iprbookshop.ru

3. Колесниченко А. В. Техника и технология СМИ. Подготовка текстов : учебник и практикум для вузов / А. В. Колесниченко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 321 с. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература:***

1. Семилетова Я.И. Поведение потребителей : учебное пособие / Я.И. Семилетова ; Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2018. – 81 с. : схем., ил. – https://www.iprbookshop.ru

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № | Наименование ресурса | Ссылка |
|---|---|---|
| 1. | Блог российского маркетолога и копирайтера, автора ряда книг и учебников Дмитрия Кота | http://mastertext.ru/category/blog/ |
| 2. | Блог российского копирайтера, автора ряда книг и учебников Петра Панды | https://petr-panda.ru/blog/ |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

При проведении образовательного процесса по дисциплине необходимо наличие:

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

• Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

• Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

• Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

• Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)

• Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### *7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины*

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Отчет по творческому заданию | 20-18 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, использована требуемая информация, аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы;<br>17-8 – работа выполнена в срок, самостоятельно, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы;<br>7-3 – работа выполнена в срок, в основном самостоятельно, имеются ошибки в композиционном решении; даны ответы не на все вопросы;<br>2 – обучающийся подготовил работу несамостоятельно или не завершил в срок, выводы и ответы на вопросы отсутствуют. |
| 2 | Доклад-презентация | 20-15 – доклад выполнен в соответствии с требованиями, 10 правильно оформленных слайдов презентации, грамотное использование терминологии, свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик правильные ответил на все вопросы преподавателя и обучающихся.<br>14-9 – доклад выполнен в основном соответствии с требованиями,10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации, грамотное использование экономической терминологии, в основном свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик частично правильно ответил на все вопросы преподавателя и обучающихся.<br>8-3 – доклад выполнен в основном в соответствии с требованиями,10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации, докладчик был привязан к тексту, докладчик испытывал затруднения при ответе на вопросы преподавателя |

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| | | и обучающихся.<br>2-1– доклад выполнен не в соответствии с требованиями, 10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации,<br>0 докладчик был привязан к тексту, докладчик не смог ответить на вопросы преподавателя и обучающихся. |

## *Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости*

### ***Типовые творческие задания***

**Задание 1**

Выберите какой-нибудь бытовой предмет – расческу, носок, гвоздь, ручку. Представьте себе, какой была бы жизнь без этого предмета. Запишите, чем можно было бы его заменить.

Представьте, какой была бы наша планета и жизнь людей, если бы трава, листья и пр., что сейчас в природе зеленого цвета, было бы розовым.

Какого цвета были бы цветы, водоемы, животный мир. Как бы изменились бы наши цветовые предпочтения и ассоциации.

**Задание 2.**

Учащимся дается на выбор список сказочных волшебных предметов (существ):

1. Ковер-самолет
2. Сапоги-скороходы
3. Скатерть-самобранка
4. Шапка-невидимка
5. Кольцо всевластия
6. Ступа Бабы Яги
7. Волшебная лампа
8. Конек-горбунок
9. Волшебное зеркальце
10. Молодильное яблочко
11. Хрустальная туфелька
12. Волшебный клубок
13. Волшебная дудочка
14. Волшебный горшочек
15. Цветик-самоцветик
16. Гусли-самогуды
17. Курочка Ряба
18. Перо Жар-птицы

19. Кот Баюн

20. Зонтик Оле Лукойе

После чего учащийся определяет целевую аудиторию своего продукта (социодемографические характеристики) с ее потребностями, психологическими особенностями и мотивами для покупки. Составляет план рекламного текста, выбирает одну из схем написания текста и объясняет, почему она была выбрана, пишет привлекающий внимание ЦА заголовок, интригующий первый абзац и сам текст, используя в нем средства эмоционального и психологического воздействия на целвую аудиторию.

**Задание 3.**

Учащиеся разбиваются на пары. Преподаватель дает каждой паре продукт из разных категорий товаров и услуг.

Учащиеся придумывают описание и характеристики продукта из данной категории товаров и услуг, определяют целевую аудиторию. После чего каждый из учащихся выбирает «боль» целевой аудитории и чувство (страх, вина, любовь, зависть, любопытство), на которое можно надавить в рекламе выбранного продукта и пишет рекламный текст.

Учащиеся должны выбрать разные чувства для рекламы одного продукта и объяснить, почему именно оно окажет наиболее эффективное воздействие на целевую аудиторию.

Обсуждение происходит в форме дискуссии, к которой могут подключиться другие учащиеся.

## ***Примерная тематика докладов-презентаций***

1. Принципы создания рекламных текстов.
2. Приемы и технологии, применяемые при создании сценариев для рекламных роликов.
3. Визуальные образы в письменных рекламных сообщениях.
4. Особенности жанров печатной рекламы.
5. Особенности текстов для разных социальных сетей.
6. Свойства рекламного текста.
7. Рекламные стратегии.
8. Слоганы в истории мировых брендов.
9. Роль позиционирования в нейминге.
10. Мировой и отечественный опыт работы в области копирайтинга, перспективные тенденции развития этой части рекламного дела.
11. Трансформация коммерческих навыков в форму слова в процессе создания рекламного текста.
12. Содержание и форма рекламного текста.
13. Художественные приемы в рекламных текстах.
14. Креативный характер процесса создания рекламных текстов.
15. Соотношение понятий «потребитель» и «целевая аудитория».

16. Великие рекламисты – Альберт Ласкер.
17. Великие рекламисты – Брюс Бартон.
18. Великие рекламисты – Алекс Осборн.
19. Великие рекламисты – Джон Пауэрс.
20. Великие рекламисты – Дэвид Огилви.
21. Великие рекламисты – Клод Хопкинс.
22. Великие рекламисты – Лео Барнетт.
23. Великие рекламисты – Раймонд Рубикам.
24. Великие рекламисты – Россер Ривз.
25. Великие рекламисты – Уильям Бернбах.

### *7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации*

Промежуточная аттестация по дисциплине «Копирайтинг» проводится в форме зачета и экзамена.

| № | Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1 | Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя.<br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающегося принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>Задания №3 – задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале:<br>Задание 1: 0-30 баллов<br>Задание 2: 0-30 баллов<br>Задание 3: 0-40 баллов<br>**«Зачтено»**<br>**– 90-100** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>**– 70 -89** – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения заданий правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>**– 50 - 69** – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задание решено частично.<br>**«Не зачтено»**<br>**– менее 50** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены. |
| 2 | Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:<br><br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их | Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:<br>Задание 1: 0-30 баллов<br>Задание 2: 0-30 баллов<br>Задание 3: 0-40 баллов<br><br>**-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. |

| № | Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| | особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Ход решения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены частично.<br>**-Менее 50 (неудовлетворительно**)– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены |

## *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся.*

***<u>3 семестр - зачет</u>***

**Задания 1 типа**

1. Копирайтинг как наука о написании рекламных текстов.
2. История копирайтинга.
3. Знаменитые копирайтеры и их рекламные приемы.
4. Мировой и российский опыт копирайтинга, современные тренды.
5. Основные задачи копирайтера.
6. Отличие копирайтера от рерайтера, спичрайтера.
7. Современная терминология в копирайтинге.
8. Тексты для печатной рекламы.
9. Тексты радио- и телерекламы.
10. Рекламные тексты в интерактивных СМИ.
11. Рекламные тексты в социальных сетях и на сайтах.
12. Междисциплинарный характер копирайтинга.
13. Влияние экстралингвистических факторов на понимание рекламного текста.
14. Когнитивная модель обработки текста.
15. Виды текстов в рекламе и PR.
16. Специфика рекламных и PR-текстов.
17. Сущностные характеристики рекламного и PR-текстов.
18. Специфика подачи информации, содержание информации.
19. Жанры и виды рекламных текстов в медиа.
20. Жанры и виды рекламных текстов в сфере промоушн.
21. Жанры и виды рекламных текстов в интернет-среде.
22. Слоганы в брендинге.
23. Нейминг в брендинге.
24. Креативность в создании рекламного продукта.

25. Сущность рекламного творчества.

26. Цели и задачи креативной деятельности. Критерии креативности.

27. Разделение творчества на фазы (Гельмгольц, Пуанкаре).

28. Творческие этапы креативного процесса (Джозеф Уоллас, Джозеф Россман, Моррис Штейн).

29. Пять слагаемых креативности Энди Грина «Пять I».

30. Роль творческих игр и упражнений в поиске нестандартных идей.

31. Методы активизации идей.

32. «Метод газетных вырезок»

33. «Метод вымышленных персонажей»

34. «Метод шести шляп» Эдварда де Боно

35. Методика Mind Mapping

36. Техника номинальной группы

37. Методика мозгового штурма

38. Подготовка к созданию рекламного текста

39. Структура брифа в копирайтинге.

40. Понятие целевой аудитории.

41. Разработка креативной концепции на основе брифа.

42. Составляющие креативной стратегии: целевая аудитория, позиционирование бренда, имидж бренда, интонация.

43. Мифотехнологии в рекламе.

44. Основные архетипические образы, используемые в рекламе.

45. Психология восприятия рекламного текста.

46. Психологические и нейролингвистические приемы в рекламных текстах.

47. Доказательные схемы рекламного тезиса.

48. Виды рекламных аргументов и специфика их использования.

49. Понятие контраргументации в рекламе.

**Задание 2 типа**

1. Выделите особенности и жанрообразующие признаки рекламных текстов на представленном примере.

2. Выделите отличие рекламы от других видов маркетинговых коммуникаций и приведите примеры.

3. Выделите идею представленного рекламного текста.

4. Приведите примеры шаблонов рекламных идей.

5. Выделите принципы составления рекламного текста на представленном примере.

6. Выделите ошибки в представленном рекламном тексте.

7. Приведите примеры реализации принципа «камуфляжа».

8. В чем заключается принцип «RAM- проводника» в рекламных текстах.

9. Выделите виды рекламной коммуникации.

10. Приведите примеры использования мифов в рекламе.

11. Приведите примеры на классификацию ОРТ в зависимости от цели рекламного сообщения и от композиции.

12. Приведите анализ примера речевых приемов рекламного текста.

13. Раскройте суть, в чем особенности текстов политической рекламы.

14. Приведите примеры заголовков в рекламе по типам, особенностям, технологиям создания.

15. Приведите примеры эхо-фразы в рекламе.

16. Раскройте суть девиза в рекламе, приведите примеры.

17. Выделите основные характеристики рекламного текста на конкретном примере.

18. Приведите пример социальной рекламы.

19. Представьте особенности рекламы в различных видах деятельности (в спорте, банковском деле, медицине) на примерах.

20. Определите стили представленных рекламных текстов.

21. Раскройте приемы воздействия, применяемые в рекламных текстах.

22. Выделите функции рекламы на примере текстов.

23. Приведите типологию видов рекламы на примере текстов.

24. Приведите примеры требований к слоганам.

25. Выделите эффективно ли представленное рекламное сообщение.

**Задания 3 типа**

**Задание 1.**

Представляют собой работу по написанию рекламного, продающего, медиа или PR-текста.

Например, напишите новость в жестком и мягком варианте на порлученную от преподавателя тему. Покажите различия двух типов новостей, используя структуру и признаки hard и soft skills.

**Задание 2.**

Исходные данные (кейс) формулируете самостоятельно.

*Задачи при составлении и решении кейса:*

1. Найти рекламный слоган, используемый в маркетинговой кампании бренда.

2. Проанализировать слоган с точки зрения

a. Релевантности целевой аудитории.

b. Степень креативности.

c. Использование креативных приемов.

d. Количественные параметры.

*Область поиска примеров маркетинговых кампаний:*

1. Сетевая розничная торговля продуктами питания.

2. Сетевая розничная торговля непродовольственными товарами.

3. Детские товары.

4. Отечественные продукты питания.
5. Лекарственные препараты.
6. Автомобили премиум-класса.
7. Автомобили среднего класса.
8. Женская одежда и аксессуары.
9. Мужская одежда и аксессуары.
10. Ювелирные украшения.
11. Бытовые услуги.
12. Банковские услуги.
13. Образование и просвещение.
14. Политическая партия.
15. Книжно-журнальная продукция.
16. Туризм и рекреация.
17. Мобильная связь.
18. Бытовая техника и электроника.
19. Парфюмерия и косметика.
20. Мебель и предметы интерьера.
21. Средства массовой информации.
22. Пассажирские перевозки.
23. Цветы и подарки.
24. Сеть автозаправочных станций.
25. Канцелярские товары.

***4 семестр - экзамен***

**Задания 1 типа**

1. Основные элементы рекламного текста.
2. Слоган: общая характеристика, функциональная нагрузка, оптимальная длина грамматической конструкции, основные требования.
3. Стилистические приемы как средство усиления запоминаемости слогана.
4. Рекламный заголовок: его значение, функции. Классификации рекламных заголовков и методики их написания.
5. Основной рекламный текст. Использование в нем вербальных коммуникативных стратегий, аргументация и иллюстрация.
6. Заключительная фраза. Принцип строения коды и приемы построения эхо-фразы.
7. Фактический подход: прямой и косвенный путь воздействия на потребителя.
8. Эмоциональный подход.
9. Сравнительный подход.
10. Классификация рекламных текстов, в основе которой лежит следование общеизвестным литературным жанрам.
11. Повествовательный, диалогический, метафорический стиль.
12. Художественные приемы в рекламных текстах.
13. Тексты для социальных сетей: специфика и различные виды

контента.

14. Формулы рекламных текстов.
15. Нативная реклама.
16. Сторителлинг в рекламных текстах.
17. Тексты для сайтов.
18. Принципы создания лендингов.
19. Общая схема работы редактора над текстом.
20. Речевые ошибки в тексте.
21. Коммуникативные особенности процесса редактирования.
22. Основные особенности труда редактора.
23. Процесс правки текста.
24. Ошибки в редактировании текстов.

**Задания 2 типа**

1. Раскройте место и роль копирайтинга в системе рекламного бизнеса.
2. В чем заключается междисциплинарный характер копирайтинга, приведите примеры.
3. Выделите на представленных примерах особенности текстов для газетной и журнальной рекламы.
4. Перечислите виды печатной рекламы и приведите примеры
5. Выделите на представленных примерах особенности текстов для социальных сетей.
6. В чем состоит отличие рекламы прямого отклика от других видов печатной рекламы.
7. Выделите методы создания печатной рекламы и приведите примеры.
8. Выделите элементы, из которых состоит аннотация. Раскройте значение аннотации для разработки рекламной стратегии.
9. Выделите художественные приемы в представленной рекламе.
10. Определите рекламную стратегию для представленной рекламы.
11. Выделите позиционирование бренда исходя из представленного рекламного текста.
12. Выделите целевую аудиторию по рекламному тексту.
13. Отредактируйте представленный текст в соответствие с приемами редактирования в копирайтинге.
14. Приведите примеры видов заголовков в рекламе.
15. На конкретном примере проанализируйте структуру рекламного текста.
16. В чем суть формулы рекламного текста.
17. Проанализируйте представленные слоганы.
18. В чем суть нейминга в рекламе.
19. В чем суть сторителлинга в рекламе, приведите примеры.
20. Приведите примеры стилей рекламных текстов.
21. Выделите и охарактеризуйте различные подходы, используемые

при создании рекламных текстов.

22. Приведите примеры использования мифов в рекламе.
23. Выделите психологические аспекты разработки рекламного текста.
24. Приведите примеры моделей воздействия рекламы на потребителя
25. Выделите мотивы потребительского поведения на примере рекламного текста.

**Задание 3 типа**

Учащиеся должны написать рекламный текст для одного из следующих товаров или услуг:

1. Российский курорт
2. Онлайн-курсы копирайтинга
3. Приют для бездомных животных
4. Высшее учебное заведение
5. Благотворительный марафон
6. Рок-концерт
7. Новая модель смартфона для подростков
8. Вегетарианское кафе
9. Страхование жилища
10. Премьера российского фильма
11. Бухгалтерские услуги
12. Новый журнал
13. Услуги по ремонту квартир
14. Магазин молодежной одежды
15. Магазин спортивных товаров
16. Авиакомпания
17. Супермаркет среднеценовой категории
18. Сеть кафе быстрого питания
19. Кроссовки для бега
20. Новая марка одежды для девушек
21. Новая косметическая марка
22. Новая модель автомобиля
23. Новая детская игрушка
24. Новая марка безалкогольных напитков
25. Безглютеновые кондитерские изделия

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Основы маркетинговых и медийных исследований»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет- маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

# Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ ..... 3

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ..... 4

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ..... 6

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 8

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 8

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 14

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ..... 16

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Основы маркетинговых и медийных исследований» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Минобрнауки России от 08. 06. 2017 № 512.

Дисциплина «Основы маркетинговых и медийных исследований» направлена на формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков маркетинговых исследований во всех сферах организации. Целью дисциплины является развитие маркетингового мышления необходимого для эффективной работы менеджера и получения навыков применения маркетинговых инструментов и методов, подходов для выработки и реализации стратегических решений любого уровня.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 3 и 4 семестрах.

**Цель и задачи дисциплины**

***Цель изучения дисциплины*** -формирование профессиональных знаний и компетенций в области теории и практики маркетинговых исследований.

***Задачи изучения дисциплины*:**

- развитие маркетингового мышления, понимание конъюнктуры рынка;
- ознакомление с основными подходами и инструментами в области маркетинговых исследований и приобретение практических навыков работы с ними;
- изучение и приобретение практических навыков в области маркетинговых исследований, умение применять маркетинговые методы исследования в различных рыночных ситуациях;
- формирование способности ставить четкие маркетинговые цели и задачи на разных уровнях маркетинговой информации.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **знать** | **уметь** | **иметь практический опыт** | |
| Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного канала | ПК-1 | ПК-1.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта | основные маркетинговые инструменты | использовать основные маркетинговые инструменты при исследовании процессов планирования производства и реализации коммуникационного продукта | разработки программы проведения маркетинговых исследований; определения адекватного целям рекламной кампании вида маркетингового исследования; технологией проведения маркетингового исследования. рекламы | Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа |
| | | ПК-1.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта | основные технологии маркетинговых коммуникаций | применять основные технологии маркетинговых коммуникаций, направленных на исследование и разработку коммуникационного продукта | использования методик продвижения товаров и услуг с использованием современных инструментов интегрированных маркетинговых коммуникаций; методики расчета и оценки экономической и коммуникативной эффективности применяемых маркетинговых коммуникаций | |
| | | ПК-1.3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами | методы поиска и изучения обратной связи | осуществлять исследование обратной связи с разными целевыми группами | сбора, анализа и обобщения данных в процессе планирования и проведения коммуникационной деятельности; проведения маркетинговых исследований в форме опросов, наблюдения, | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | фокусирования; использования полученных данных для планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий, оценки их эффективности. | |

# 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| ***3 семестр*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1 Понятие, виды и методы маркетингового исследования* | 10 | 10 | 20 | | | | | | | 52 | Доклад-презентация/ 5*3 Отчет по практикуму по решению задач/ 10*3 |
| *Тема 2. Процесс и принципы проведения маркетинговых исследований* | 9 | | 27 | | | | | | | 52 | Тестирование / 5*3 Отчет по практикуму по решению задач/10*4 |
| **Всего:/сем** | **19** | **10** | **47** | | | | | | | **104** | **100** |
| **Контроль, час/сем** | **0** | | | | | | | | | | **Зачет** |
| **Объем дисциплины (в академических часах) /сем** | **180** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах) /сем** | **5** | | | | | | | | | | |
| ***4 семестр*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 3 Проведение маркетингового исследования и сбор информации* | 7 | 10 | 28 | | | | | | | 38 | Доклад-презентация / 5*3 Отчет по практикуму по решению задач /10*3 |
| *Тема 4 Методы качественных и количественных маркетинговых исследований* | 6 | | 27 | | | | | | | 37 | Тестирование /5*3 Отчет по практикуму по решению задач/10*4 |
| **Всего:/сем** | **13** | **10** | **55** | | | | | | | **75** | **100** |
| **Контроль, час/сем** | **27** | | | | | | | | | | **Экзамен** |
| **Объем дисциплины (в академических часах) /сем** | **180** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах) /сем** | **5** | | | | | | | | | | |
| **Всего по дисциплине** | | | | | | | | | | | |

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| **Всего:** | **32** | **20** | **102** | | | | | | | **179** | **100 *2** |
| **Контроль, час** | **27** | | | | | | | | | | **Зачет (1) Экзамен (1)** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **360** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **10** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Понятие, виды и методы маркетингового исследования.***

Предпосылки развития теории маркетинговых исследований. Понятие маркетингового исследования. Понятия информации и информационных потребностей системы управления. Виды маркетинговых исследований.

***Тема 2. Процесс и принципы проведения маркетинговых исследований.***

Процесс маркетингового исследования. Принципы проведения маркетингового исследования. Определение потребности в информации. Классификация методов исследования.

***Тема 3. Проведение маркетингового исследования и сбор информации***

Разработка программы и реализации исследования. Структура методов сбора информации эмпирических исследований. Наблюдение как метод сбора маркетинговой информации. Опрос как метод сбора информации.

***Тема 4. Методы качественных и количественных маркетинговых исследований.***

Панельные исследования. Сущность метода сбора информации. Методы опроса в качественных исследованиях. Эксперимент как метод сбора маркетинговой информации. Методы сбора информации кабинетных исследований.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплины «Основы маркетинговых и медийных исследований» используются такие виды учебной работы, как лекции, семинары, практикумы по решению задач, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданиям преподавателя.

***Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к

экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

***Методические указания для обучающихся при работе на семинаре***

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов одногруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному

обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

***Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач***

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

***Методические указания для обучающихся по подготовке к тесту***

Тест – особая форма проверки знаний. Проводится после освоения одной или нескольких тем и свидетельствует о качестве понимания основных понятий изучаемого материала. Тестовые задания составлены к ключевым понятиям, основным разделам, важным терминологическим категориям изучаемой дисциплины.

Для подготовки к тесту необходимо знать терминологический аппарат дисциплины, понимать смысл научных категорий и уметь их использовать в профессиональной лексике.

Владение понятийным аппаратом, включённым в тестовые задания, позволяет преподавателю быстро проверить уровень понимания студентами важных методологических категорий.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

*Работа с литературой(конспектирование)*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления, в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

***Методические указания для обучающихся по подготовке доклада-презентации***

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию.

Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.

2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).

3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.

4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.

5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.

6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).

7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

- готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего;
- план сообщения;
- краткие выводы из всего сказанного;
- список использованных источников.

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);
- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

*Структура выступления.*

Вступление должно содержать:

- название, сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- живую интересную форму изложения;

•акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

### *Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины*

| **Наименование темы** | **Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение** | **Формы самостоятельной работы** | **Форма текущего контроля** |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Понятие, виды и методы маркетингового исследования* | Социально-экономическая сущность маркетинговых исследований. Роль маркетинговых исследований в экономическом развитии страны. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка доклада-презентации и отчета по практикуму по решению задач. | Защита доклада и подготовка презентации по теме №1. Отчет по практикуму по решению задач. |
| *Тема 2. Процесс и принципы проведения маркетинговых исследований* | Классификация по направлению исследований. Классификация по целям исследований. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка к тестированию, отчета по практикуму по решению задач. | Тестирование<br><br>Отчет по практикуму по решению задач. |
| *Тема 3. Проведение маркетингового исследования и сбор информации* | Структура анкеты. Причинно-следственное (каузальное) маркетинговое исследование: эксперимент. Измерение и шкалирование. Методы выборки. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка доклада-презентации, отчета по практикуму по решению задач. | Защита доклада и подготовка презентации по теме №3 Отчет по практикуму по решению задач. |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоятельной работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| *Тема 4. Методы качественных и количественных маркетинговых исследований* | Панели и базы данных. Дескриптивные маркетинговые исследования: опрос и наблюдение. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка к тестированию, подготовка отчета по практикуму по решению задач. | Тестирование Отчет по практикуму по решению задач. |

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1. *Божук, С. Г.* Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 304 с.— Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

*2. Карасев, А. П.* Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 315 с. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература:***

1. Реброва Н. П. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 277 с. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| | Наименование ресурса | Ссылка |
|---|---|---|
| ***Основные учебные материалы*** | | |
| 1 | Сайт Системы межрегиональных маркетинговых центров. | www.marketcenter.ru |
| 2 | Сайт посвящен проблемам маркетинга и рекламы. | www.sostav.ru |
| 3 | Сайт «Корпоративный менеджмент» (публикации журналов «Маркетинг в России и за рубежом», «Практический маркетинг». | www.cfin.ru |
| 4 | Сайт «Энциклопедия маркетинга» | www.marketing.spb.ru |
| | Сайт электронного журнала по маркетингу. | www.4p.ru |

| | | |
|---|---|---|
| 5 | | |
| 6 | Сайт издательской группы «Дело и сервис». | www.dis.ru |
| 7 | Сайт «Наука о рекламе». | www.advertology.ru |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)
- Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

| п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| . | Тестовые задания | 5-4 – получают обучающиеся, справившиеся с работой на 100 – 90 %;<br>3-2 – ставится в том случае, если верные ответы составляют 80 % от общего количества;<br>1 – соответствует работа, содержащая 50 – 70 % правильных ответов. |
| . | Практикум по решению задач | 10-8 - задачи выполнены в срок, самостоятельно, решение и ответы правильные; сделаны необходимые выводы; аккуратное оформление<br>5-7 - задачи выполнены в срок, самостоятельно, решение правильное и не все ответы правильные; сделаны частичные выводы; аккуратное оформление<br>1-4 – задачи выполнены в срок, несамостоятельно, решение не совсем правильное и не все ответы правильные; выводы не сделаны; работа оформлена небрежно или не закончена в срок |

| | | |
|---|---|---|
| . | Доклад –презентация | 5-4 – доклад выполнен в соответствии с заявленной темой, презентация легко читаема и ясна для понимания, грамотное использование терминологии, свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик правильно ответил на все вопросы в ходе дискуссии.<br>3-2 – доклад выполнен в основном соответствии с требованиями, 10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации, грамотное использование терминологии, в основном свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик в основном правильно ответил на все вопросы преподавателя и обучающихся<br>1-0 – доклад выполнен в основном соответствии с требованиями, 10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации, докладчик был «привязан» к тексту, докладчик испытывал затруднения при ответе на вопросы преподавателя и обучающихся |

## *Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости*

***<u>Примерный тест</u>***

**1.Маркетинговое исследование - это:**

A.то же самое, что и исследование рынка

B.сбор маркетинговой информации

C.ситуационный анализ

**D.сбор, упорядочивание, анализ и обобщение данных для обнаружения и решения маркетинговых проблем**

**2.К основным целям проведения маркетинговых исследований относятся:**

A.снижение уровня неопределенности при принятии управленческих решений

B.планирование маркетинговых мероприятий

C.изучение деятельности конкурентов

D.определение возможностей и проблем маркетинга на предприятии

**E.все ответы верны**

**3.Объектами исследования могут быть (перечислите):**

A.посредники;

**B.товар;**

**C.конкуренты;**

D.поставщики.

Ответ: B, C

**4. К основным задачам маркетингового исследования не относятся:**

**A.улучшить взаимоотношения с потенциальными потребителями**

B.выявить услуги, пользующиеся наибольшим спросом

**C.анализ степени удовлетворенности потребителей предлагаемыми услугами**

D.изучение деятельности конкурентов

**5.Подход к проблеме представляет собой:**

A.поисковые вопросы

B.аналитические модели

C.гипотезы

D.методологию исследования

**E.все вышеперечисленные**

**6.После определения проблемы исследования, необходимо:**

A.определить объем выборки;

**B.сформулировать цель исследования;**

C.выбрать тип исследования;

D.собрать необходимую информацию.

**7.Первичная информация - это:**

A.перепроверенная информация

B.информация из внешних источников или собственная информация, первоначально полученная с другими целями

**C.информация, специально полученные для проведения анализа и не подвергшиеся никакой предварительной обработке**

D.информация, переданная через посредников

**8.К какому виду информации относятся данные опубликованные в статистическом сборнике:**

A.первичной информации внешней

B.первичной информации внутренней

**C.вторичной информации внешней**

D.вторичной информации внутренней

**9.Какие существуют способы, позволяющие преобразовать «сырые» данные:**

A.оптическое сканирование

B.компьютеризированный сенсорный анализ

C.ввод данных с клавиатуры

D.автоматизированные системы CATI/CAPI

**E. все вышеперечисленные**

**10.К внешним источникам маркетинговой информации относятся…**

A.бухгалтерская отчетность

B.товарные отчеты

**C.материалы периодической печати**

D.счета клиентов

***Типовые задачи для практикума***

***Задача 1***

***Проблемы проникновения на зарубежный рынок***

Фирма X. GmbH (Германия) более 20 лет специализируется на производстве арматуры и принадлежностей для ванных комнат и водопроводной системы (краны, узлы, крепежные детали, душевое оборудование). Фирма предлагает свою продукцию как для домашних хозяйств, так и для различных организаций. Доля фирмы на внутреннем рынке — 32%, на рынке Франции — 8%, Бельгии — 3%, а крупная торговая компания в Майами ежегодно закупает около 4% производимой продукции фирмы для продажи в США (доля 5%).

Общий ежегодный оборот компании превышает 40 млн. немецких марок, а по указанным рынкам — 25 млн. немецких марок.

Дифференциация продукции производится фирмой по размерам, цвету, стилю, отделке (металлической и пластиковой), что дает возможность занять более прочные рыночные позиции.

Недавно X.GmbH заказала исследование рынка России. Обнадеживающие результаты побудили компанию к активному внедрению на российский рынок, наметив срок внедрения — один год.

• **Задание**

1. Порекомендуйте компании пути внедрения на рынок России.

2. Выявите потенциальные трудности, связанные с каждой возможностью проникновения.

3.Выберите и дайте обоснование методу проникновения на российский рынок.

4.Предложите рекомендации по системе товародвижения и распределения.

***Задача 2***

**1. Фирма IKEA на новом рынке**

Специализированная мебельная фирма IKEA, являющаяся ведущей на рынке мебели Швеции и владеющая 28% этого рынка, обнаружила в 1974 г. новые рыночные возможности на стагнирующем рынке Западной Германии. Распространение маркетинговой концепции, которая применялась на шведском рынке (весь ассортимент ориентирован на широкие целевые группы) не проявило себя в Германии слишком обещающе, особенно по причине полного захвата тамошнего рынка конкурентами. Поэтому руководство фирмы IKEAрешило нацелить свою деятельность на новые группы потребителей с использованием инновационно-сбытовой и сегментационной стратегии. Цель такой стратегии — использование соответствующей специфической рыночной ситуации в ФРГ до 1980 г. Десять магазинов фирмы должны были достигнуть годового оборота в 500 млн. немецких марок ежегодно.

Основные черты новой маркетинговой концепции:

1. Ориентация на новый целевой сегмент, выделенный по психологическому и поведенческому критерию: люди, которые чувствуют себя молодыми и характеризуются подвижностью, высокими требованиями к дизайну и к качеству, хозяйственной

рассудительностью, интеллигентным покупательским поведением.

2. Новая единая (и отвечающая целевому сегменту) идея товаров и услуг. IKEAработает при помощи своих заказчиков, которые берут часть услуг на себя (например, сами транспортируют и монтируют продукцию): «невероятное вероятно: хороший дизайн и качество — за низкую цену».

3. Коммуникация, основные аргументы: «Заказчик IKEA должен ощущать определенный статус. Это означает, что он выделяется интеллигентным покупательским поведением, коммуникабельностью при оформлении покупки, высоким эстетическим вкусом».

Одновременно с удовлетворением заказчика должны быть достигнуты высокая степень известности марки фирмы, эффект мотивации покупки и высокая степень идентификации.

4. Распределение: размещение 10 магазинов с выгодой в ценовом аспекте вблизи крупных городских агломераций.

• **Вопросы и задания**

1. Разработайте систему маркетинговых целей. Какие связи существуют между маркетинговыми целями и целями предприятия?

2. Какие отдельные Части маркетинговой программы фирмы IKEA вы обнаружили в описанной ситуации?

***Задача 3***

**Садоводческая проблема — газон**

Западногерманский производитель садоводческих систем стоит перед проблемой стагнирования рынка посевного материала и удобрений. Половина домашних хозяйств в ФРГ имеет сады (всего 10 млн. садов площадью примерно 230 $м^2$каждый в среднем). Однако ежегодно прибавляется только около 2,3% общей площади газонов. Около 30% собственников газонов имеют с ними проблемы. Одна из причин — низкокачественный посевной материал: не отвечающий принятым размерам рост летом и низкая устойчивость к болезням. Кроме того, он плохо переносит частое скашивание и через несколько лет быстро дегенерирует. Удобрение и поливка против сорняков имеют только поверхностный эффект, так как качество основной поросли зависит от посевного материала, в связи с чем восстановление газона должно быть капитальным.

Более того, изменяются требования владельцев газона к его особенностям. Вместо репрезентативности и декоративности предпочтение отдается сильному и крепкому газону, который способен выдержать нагрузку, т.е. спорт, игры и т.д.

Однако красивый и качественный газон можно получить только путем полного пересева уже ранее засеянной территории высококачественным посевным материалом. Но при этом газоном вообще нельзя пользоваться три месяца и он достаточно дорог.

Исследования, которые производитель проводит в этой области,

показывают, что засев высококачественного посевного материала на месте уже существующего дегенерировавшего газона дает только оптический эффект. Для того чтобы получить действительно качественный газон, необходима специальная обработка почвы, прежде всего с применением соответствующих удобрений.

Система восстановления газона, которую предлагает производитель, состоит в использовании следующих продуктов: посевной материал, удобрения для корней рассады, специальные удобрения для травы и необходимое садоводческое оборудование для повседневной деятельности, т.е. косьбы, внесения удобрений, поливки, уборки и т.д.

Главная часть этой системы — результат исследований и развития производителя.

Выгода потребителя заключается в том, что старый, дегенерировавший газон полностью обновляется в течение короткого времени (около 6 недель). При этом цена составляет 1/7 цены нового газона. Кажущаяся сложность этой системы и анализ сбыта показали, что классическим сбытовым путем эта система на рынке укрепиться не смогла.

• **Вопросы и задания**

1. Проанализируйте маркетинговую ситуацию и опишите маркетинговую проблему, перед которой стоит производитель.

2. По результатам анализа разработайте маркетинговую концепцию и шаги по ее претворению в жизнь.

***Примерная тематика докладов-презентаций:***

1. Комплексное исследование рынка как исходная функция системы маркетинга (на примере конкретного рынка).
2. Информационное обеспечение маркетингового исследования.
3. Маркетинговая информационная система.
4. Методы сбора первичной информации.
5. Экспертные методы в маркетинговых исследованиях.
6. Исследование маркетинговой среды предприятия.
7. Сегментация рынка.
8. Диагностика конкурентной среды.
9. Анализ структуры потребительских предпочтений.
10. Методы изучения фирм-конкурентов.
11. Мотивационный анализ поведения потребителей.
12. Изучение степени удовлетворения запросов потребителей.
13. Методы рыночного тестирования нового товара.
14. Анализ возможностей фирмы при выборе целевого рынка (на конкретном примере).
15. Маркетинговый анализ деятельности фирмы.
16. Оценка производственно-сбытовых возможностей предприятия.
17. Оценка конкурентоспособности товара (на примере конкретного

товара).

18. Оценка конкурентоспособности предприятия (на примере конкретного предприятия).

19. Анализ телевизионной рекламы продукции отечественных или зарубежных предприятий на российском телевидении.

20. Оценка эффективности мероприятий по стимулированию сбыта товара (товар, фирма и рынок по выбору студента).

21. Сравнительный анализ эффективности каналов сбыта (товар, фирма и рынок по выбору студента).

22. Маркетинговые исследования отраслевого рынка (отрасль по выбору студента).

23. Маркетинговые исследования рынка товаров народного потребления.

24. Маркетинговые исследования рынка продукции производственно-технического назначения.

25. Маркетинговые исследования рынка услуг (на примере конкретного вида услуг: страхование, образовательные услуги, услуги связи, туризм, транспортные услуги и др.).

26. Маркетинговые исследования рынка труда.

27. Роль маркетинговых исследований в разработке стратегии развития предприятия.

28. Международные маркетинговые исследования.

29. Интернет и маркетинговые исследования.

30. Организация службы исследования рынка на предприятии.

## 7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Основы маркетинговых и медийных исследований» проводится в форме зачета и экзамена.

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:<br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br><br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной | Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:<br>1:0-30;<br>2:0-30;<br>3:0-40 .<br>**Зачтено**<br>**-90 и более**– ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые аргументы, использована профессиональная терминология<br>Задание выполнено правильно.<br>Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-70 и более–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые аргументы, использована профессиональная |

| | |
|---|---|
| деятельности;<br><br>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины. | терминология.<br>Ход выполнения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-50 и более–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые аргументы, использована профессиональная терминология.<br>Задание выполнено частично.<br>**Не зачтено**<br>**-Менее 50**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задание не выполнено. |
| Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:<br><br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:<br>Задание 1: 0-30 баллов<br>Задание 2: 0-30 баллов<br>Задание 3: 0-40 баллов<br>**-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-70 и более (хорошо)** – ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-50 и более (удовлетворительно)** – ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично.<br>**-Менее 50 (неудовлетворительно)** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена |

## *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

**3 семестр**

**Задания 1 типа**

1. Маркетинг. Функции маркетинга.
2. Процесс стратегического маркетинга
3. Отличие маркетинга от сбыта
4. Маркетинг - философия бизнеса. Объясните это утверждение.
5. Отличие концепций маркетинга и интенсификации коммерческих усилий.
6. Сегментирование рынка: цели, задачи и принципы

7. Выбор целевых сегментов рынка. Позиционирование товара и предприятия на рынке.

8. Товарная политика. Продукт и производственная программа как инструмент маркетинга.

9. Анализ жизненного цикла товара как стратегический метод изучения продуктов и программ.

10.Возможности работы с продуктом: форма продукта, цвет, выбор материала, упаковка, маркировка и т. д.

11.Анализ эффективности идей о новых продуктах.

12.Ценовая политика предприятия.

13.Оптовая торговля. Формы предприятий оптовой торговли.

14.Розничная торговля. Формы предприятий розничной торговли.

15.Комплекс маркетинговых коммуникаций.

16.Разработка коммуникационной программы.

17.Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций.

18.Методы сбыта товаров.

19.Служба маркетинга на предприятии.

20.Виды рекламы.

21. Какие факторы окружающей среды являются контролируемыми и неконтролируемыми.

22. Этапы проведения маркетинговых исследований.

23. Этапы принятия решения о покупке потребителями.

24. В чем отличие методов охвата рынка массового маркетинга от целевого маркетинга?

25. Из каких этапов состоит ЖЦТ? Охарактеризуйте уровень затрат и прибыли по этапам.

**Задания 2 типа**

1.Решения, связанные с продуктом: разработка новых продуктов и выход на рынок. Приведите примеры.

2.Решения, связанные с продуктом: источники и методы поиска идей о новых продуктах. Приведите примеры.

3.Ценообразование: на основе затрат, на базе изучения поведения потребителей, на основе конкуренции. Приведите примеры.

4.Тактические задачи ценообразования: скидки, услуги, кредиты и др. Приведите примеры.

5. Дистрибуция как процесс регулирования всех мероприятий, направленных на перемещение продукта от производителя к потребителям. Приведите примеры.

6.Как происходит выбор каналов сбыта при распределении (дистрибуции).

7.Роль личной продажи в комплексе маркетинговых коммуникаций.

8.Пропаганда в комплексе маркетинговых коммуникаций. Приведите примеры.

9.Стимулирование сбыта в комплексе маркетинговых

коммуникаций. Приведите примеры.

10.Методы прогнозирования сбыта. Приведите примеры.

11.Проведите оценку конкурентоспособности продукции и предприятия в целом. Модель конкурентных сил М. Портера.

12.Вывите основные аспекты стратегического маркетинга: формулирование целей, выбор стратегий

13.Планирование программы маркетинга для конкретного продукта. Проведите анализ.

14.Система маркетингового контроля. Приведите примеры.

15.Использование маркетингового анализа в целях рекламы. Приведите примеры.

16. Какие факторы следует учитывать при выборе стратегии охвата рынка?

17. Уровни создания товара. Приведите примеры.

18. Какие функции выполняют этикетки?

19. Чем отличается товарный ассортимент от товарной номенклатуры?

20. Методы ценообразования для стимулирования сбыта.

21. Инструменты маркетинга для решения стратегических задач.

22. Инструменты маркетинга для решения тактических задач.

23. Методы ценообразования.

24. Что такое товародвижение?

25. Назовите основные средства стимулирования сбыта.

**Задания 3 типа.**

**Задание 1**

**Маркетинговая концепция в деятельности фирмы******

Фирма ЭПС Лтд. (EPS Ltd), основанная в 1969 г., известна в Великобритании как солидный производитель электроэнергии. Девиз компании: «Мы гарантируем бесперебойную подачу электроэнергии. Наша подача энергии превосходна!». Клиенты фирмы: аэропорты, больницы, предприятия в сфере Телекоммуникации, булочные. География клиентов — Великобритания, Средний Восток, Китай.

Компьютеры и другое чувствительное оборудование требуют бесперебойного и стабильного снабжения энергией. Специалисты фирмы еще двадцать лет назад обнаружили, что малейшие колебания напряжения и частоты тока приводят к сбою в работе компьютеров, искажают передаваемую информацию, затрудняют компьютерные операции. Оборудование, которым располагает фирма, полностью обеспечивает надежную защиту от колебаний переменного тока.

Объем продаж фирмы постоянно растет при достаточно высоком уровне спроса, но нарастает угроза конкуренции. Управляющий директор фирмы, по образованию инженер-электронщик, пройдя курс обучения в центре по подготовке кадров при Институте маркетинга, осознал, что несмотря на, казалось бы, прочные позиции фирмы, необходима переориентация деятельности фирмы на маркетинговую концепцию. Он считает, что пришло

время развивать систему маркетингового планирования, но, не имея практики маркетинговой работы, плохо представляет себе то, что он должен конкретно предпринять. Философию своей компании он сформулировал так: «Высочайшее качество товара плюс превосходный инжиниринг и техническая экспертиза».

• **Вопросы и задания**

1. Помогите управляющему директору сформулировать основные маркетинговые цели компании.

2. Выделите ключевые задачи компании.

3. Какие виды маркетинговой деятельности необходимо, по вашему мнению, осуществить для выполнения этих задач?

4. Какую главную выгоду возможно получить в результате перехода на маркетинговую концепцию деятельности компании?

**Задание 2.**

Обсудите следующее предположение: «Если бюджет исследований ограничен, то предварительное исследование можно опустить».

**Задание 3**

Проведение исследования методом интервью

1. выявите проблему, которую хотите исследовать среди студентов (или других групп респондентов) с помощью интервью;

2. определите цель, задачи, гипотезы исследования;

3. составить бланк интервью;

**Задание 4.** Составьте опрос по электронной почте, для того, чтобы определить отношение студентов к кредитным карточкам. Разошлите по почте опрос 10 студентам. Подведите итоги опроса.

**Задание 5.**

При разработке нового бренда (выбрать) компания хотела бы оценить размеры рынка. Печенье имеет смешанную шоколадно-ананасовую начинку и будет позиционироваться в верхней ценовой категории данного рынка. Обсудите тип исследовательского проекта, который можно здесь применить.

**4 семестр**

**Задания 1 типа**

1.Предпосылки развития теории маркетинговых исследований.

2.Понятие маркетингового исследования.

3.Понятия информации и информационных потребностей системы управления.

4.Виды маркетинговых исследований.

5.Процесс маркетингового исследования.

6.Принципы проведения маркетингового исследования.

7.Определение потребности в информации.

8.Классификация методов исследования.

9.Разработка программы и реализации исследования.

10.Структура методов сбора информации эмпирических исследований.

11.Наблюдение как метод сбора маркетинговой информации.

12.Опрос как метод сбора информации.

13.Панельные исследования.

14.Сущность метода сбора информации.

15.Методы опроса в качественных исследованиях.

16.Эксперимент как метод сбора маркетинговой информации.

17.Методы сбора информации кабинетных исследований.

18.Комплекс маркетинговых коммуникаций.

19.Разработка коммуникационной программы.

21.Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций.

22.Методы сбыта товаров.

23. Служба маркетинга на предприятии.

24.Анализ жизненного цикла товара как стратегический метод изучения продуктов и программ.

25. Возможности работы с продуктом: форма продукта, цвет, выбор материала, упаковка, маркировка и т. д.

**Задания 2 типа.**

1. Выявите роль маркетинговых исследований в принятии маркетинговых решений.

2. Деятельность различных агентств-поставщиков информации в России. Приведите примеры.

3. Выявите роль маркетинговых исследований в маркетинговых информационных системах и системах принятия решений.

4. Классификация маркетинговых исследований.

5. Постановка задачи маркетингового исследования и разработка подхода к ее решению.

6. Разработка проекта исследований. Типы исследовательских проектов.

7. Использование вторичных данных в проекте исследования.

8. Синдицированные источники вторичной информации.

9. Панельные исследования. Приведите примеры.

10. Бенчмаркинг как способ получения информации. Примеры.

11. Обзор качественных и количественных исследований. 12. Интервью фокус-групп.

13. Глубинное интервью.

14. Проекционные методы в маркетинговых исследованиях.

15. Планирование дескриптивных исследований.

16. Планирование причинно- следственных исследований.

17. Пробный маркетинг как особый вид причинного исследования.

18. Измерения в маркетинговых исследованиях. Основные виды

шкал.

19. Примеры классификации методов шкалирования: сравнительные и несравнительные шкалы.

20. Анализ процесса разработки анкеты.

21. Характеристика вопросов, содержащихся в анкете.

22. Примеры классификации методов построения выборки.

23. Анализ статистических подходов к определению размера выборки.

24. Особенности организации полевых работ в маркетинговых исследованиях.

25. Подготовка данных и стратегия анализа.

**Задания 3 типа**

1. Найдите Интернет-опрос, для которого Вы достаточно квалифицированы как респондент, ответьте на вопросы анкеты. Охарактеризуйте и оцените данный опрос, основываясь на теоретическом материале.

2. Посетите веб-сайт ВЦИОМ, опишите, какие методы опроса использовала организация в недавних опросах, опубликованных на сайте. Почему были выбраны именно эти методы?

3. Составьте опрос по электронной почте, для того, чтобы определить отношение студентов к кредитным карточкам. Разошлите по почте опрос 10 студентам. Подведите итоги опроса.

4. При разработке нового печенья компания «ROSHEN» хотела бы оценить размеры рынка. Печенье имеет смешанную шоколадно-ананасовую начинку и будет позиционироваться в верхней ценовой категории данного рынка. Обсудите тип исследовательского проекта, который можно здесь применить.

5. За последние два года объемы выручки сети ресторанов быстрого питания растут довольно медленно. Руководство решило добавить в меню несколько новых пунктов, но сперва пожелало получить информацию о пристрастиях своих клиентов.

А) Сформулируйте несколько гипотез о пристрастиях клиентов.

Б) Какой тип исследовательского проекта является наиболее подходящим?

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Веб-дизайн и UX-исследования»

**Направление подготовки:** ***42.03.01Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

## Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ ..... 3
2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ..... 4
3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ..... 6
4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 8
5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 9
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 12
7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ..... 14

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Веб-дизайн и UX-исследования» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 № 512.

Изучение дисциплины «Веб-дизайн и UX-исследования» ориентировано на получение студентами знаний об основных языках программирования HTML и CSS, особенностях строения интернет-ресурсов и этапах работы по разработке макетов страниц интернет-ресурса.

При успешном освоении материала по данной дисциплине студенты получат навыки создания макетов интернет-ресурса, навык подготовки текстового и визуального контента, навык создания простейшего интернет-ресурса, навык практического использования системы управления сайтами.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 3 и 4 семестрах.

**Цель и задачи дисциплины.**

***Целью*** изучения дисциплины «Веб-дизайн и UX-исследования» является получение студентами теоретических знаний и практических навыков по организации сбора и анализа информации, подготовки макетов страниц интернет-ресурса, организации процесса создания интернет-ресурса.

***Задачи дисциплины:***

- изучение основных этапов разработки интернет-ресурса;
- формирование способностей сбора, анализа и подготовки материала;
- формирование навыков и умений по созданию визуального материала, верстке, прототипированию концептуальных макетов страниц интернет-ресурса.
- ознакомление с принципами строения интернет-ресурсов;
- формирование у студентов навыков и умений по работе с системой управления сайтами.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **знать** | **уметь** | **иметь практический опыт** | |
| Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций | ПК-2 | ПК-2.1 использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в офлайн и онлайн среде при реализации коммуникационного продукта | технологии оптимизации сайтов, инструменты вед-дизайна | реализовывать коммуникационный продукт, используя технологии в офлайн и онлайн | разработки дизайна сайта с учетом технологий оптимизации | Контактная работа: Лекции Лабораторные практикумы Самостоятельная работа |
| | | ПК 2.3 использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта | современные технические средства, основные технологии цифровых коммуникаций | использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки тексов рекламы и (или) связей с общественностью, а также реализовывать коммуникационный продукт | применения цифровых технологий для разработки и реализации коммуникационного продукта | Контактная работа: Лекции Лабораторные практикумы Самостоятельная работа |
| Способен проводить подбор каналов продвижения, составлять стратегию продвижения и разрабатывать показатели эффективности продвижения в | ПК-4 | ПК 4.1 проводит аналитические работы по выбору канала продвижения и реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | виды каналов продвижения, стратегии продвижения продукта | анализировать выбранный канал продвижения, стратегию продвижения в информационно- | аналитической работы каналов продвижения в Интернете | Контактная работа: Лекции Лабораторные практикумы Самостоятельная работа |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | | | | телекоммуникационной сети "Интернет" | | |
| Способен разрабатывать, реализовывать и продвигать индивидуальный и (или) коллективный проект в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", анализировать результаты работы по реализации проекта | ПК-5 | ПК-5.1 готовит основные документы по разработке и сопровождению проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | особенности подготовки основных документов по разработке проекта веб-дизайна и оптимизации сайтов | подготавливать документы по разработке веб-дизайна и оптимизации сайтов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | документального сопровождения проектов по веб-дизайну и оптимизации сайтов | Контактная работа: Лекции Лабораторные практикумы Самостоятельная работа |
| | | ПК-5.2 реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связи с общественностью и применяет их при разработке индивидуальных и (или) коллективных проект в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | типовые алгоритмы проектов и кампаний в сети Интернет | реализовывать типовые алгоритмы проектов и применять их при разработке индивидуальных и (или) коллективных проектов в сфере веб-дизайна, применять при оптимизации сайтов | разработки проектов по веб-дизайну | Контактная работа: Лекции Лабораторные практикумы Самостоятельная работа |

# 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| ***3 семестр*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1. Типы интернет-ресурсов. Бриф на разработку сайта.* | 4 | | | | | 15 | | | | 26 | Отчет по лабораторному практикуму /25 |
| *Тема 2. Анализ интернет-ресурсов аналогов и конкурентов.* | 5 | | | | | 15 | | | | 26 | Отчет по лабораторному практикуму /25 |
| *Тема 3. Карта переходов и внутренняя структура страниц.* | 5 | | | | | 15 | | | | 26 | Отчет по лабораторному практикуму /25 |
| *Тема 4. Подготовка текстового наполнения. Копирайтинг. Форматирование текста. Особенности веб-типографики.* | 5 | | | | | 12 | | | | **26** | Отчет по лабораторному практикуму /25 |
| **Всего:/сем** | **19** | | | | | **57** | | | | **104** | |
| **Контроль, час/сем** | **0** | | | | | | | | | | **Зачет** |
| **Объем дисциплины (в академических часах) /сем** | **180** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах) /сем** | **5** | | | | | | | | | | |

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| | | | | | | | | | | | |
| ***4 семестр*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 5. Прототипирование страниц интернет-ресурса.* | 3 | | | | | 20 | | | | 16 | Отчет по лабораторному практикуму /25 |
| *Тема 6. Стилеобразование и визуальное наполнение.* | 3 | | | | | 20 | | | | 16 | Отчет по лабораторному практикуму /25 |
| *Тема 7. Подготовка макетов страниц интернет-ресурса.* | 3 | | | | | 19 | | | | 15 | Отчет по лабораторному практикуму /25 |
| *Тема 8. Привязка макетов страниц к среде. Подача материала. Система управления сайтом. Установка и настройка.* | 4 | | | | | 19 | | | | 15 | Отчет по лабораторному практикуму /25 |
| **Всего:/сем** | **13** | | | | | **78** | | | | **62** | |
| **Контроль, час/сем** | **27** | | | | | | | | | | **Экзамен** |
| **Объем дисциплины (в академических часах) /сем** | **180** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах) /сем** | **5** | | | | | | | | | | |
| **Всего по дисциплине** | | | | | | | | | | | |
| **Всего:** | **32** | | | | | **135** | | | | **166** | **100 *2** |
| **Контроль, час** | **27** | | | | | | | | | | **Зачет (1) Экзамен (1)** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **360** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **10** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Типы интернет-ресурсов. Бриф на разработку интернет-ресурса.***

Основные типы интернет-ресурсов и цели их создания. Бриф на разработку интернет-ресурса. Краткое техническое задание на разработку интернет-ресурса. Краткое техническое задание на ребрендинг интернет-ресурса.

***Тема 2. Анализ интернет-ресурсов аналогов и конкурентов.***

Основные составляющие сайтостроения. Элементы графического и элементы веб-дизайна. Понятие верстки. Понятие юзабилити. Инструменты и приемы маркетинга. Анализ ресурса аналога.

***Тема 3. Карта переходов и внутренняя структура страниц.***

Интеллектуальные карты в веб-дизайне. Создание карты сайта.

***Тема 4. Подготовка текстового наполнения. Копирайтинг. Форматирование текста. Особенности веб-типографики.***

Форматирование текста. SEO копирайтинг. Коммерческий копирайтинг. Подготовка текстового наполнения. Основные шрифты, используемые в вебе. Теги HTML заголовков, абзаца, новой строки, маркированных и нумерованных списков, цитаты. Длина строки, выравнивание текста и перенос. Свойства CSS: размер шрифта, высота строки, отступ, межбуквенное расстояние, начертание шрифта. Форматирование текста. Особенности веб-типографики.

***Тема 5. Прототипирование страниц интернет-ресурса.***

Понятие прототипирования. Подготовка к прототипированию. Скетчинг. Отличие скетчинга от прототипирования. Цели и задачи прототипирования. Обзор инструментов прототипирования. Прототипирование страниц интернет-ресурса.

***Тема 6. Стилеобразование и визуальное наполнение.***

Стили веб-дизайне. Ошибки. Принципы эргономики. Подготовка визуального наполнения, стилеобразующий графики и элементов.

***Тема 7. Подготовка макетов страниц интернет-ресурса.***

Обзор инструментов макетирования. Разработка концептуальных макетов страниц интернет-ресурса.

***Тема 8. Привязка макетов страниц к среде. Подача материала. Система управления сайтом. Установка и настройка.***

Привязка макетов страниц интернет-ресурса к среде. Адаптивная верстка. Подготовка материалов и технического задания для последующего программирования. Состав подачи материала. Подача материала. Обзор и сравнение систем управления сайтов. Знакомство с интерфейсом системы управления сайтом. Настройка системы управления сайтом. Логика взаимодействия системы управления сайтом с внешней оболочкой, видимой остальным пользователям.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплины «Веб-дизайн и UX-исследования» используются такие виды учебной работы, как лекции и лабораторные практикумы, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

***Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

***Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных практикумов***

Лабораторные практикумы выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к выполнению лабораторного практикума, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя рекомендации о порядке выполнения заданий;
- настроить под руководством преподавателя инструментальные средства, необходимые для проведения лабораторного практикума;
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, требованиях к оформлению, форме представления и критериях оценки результатов работы.

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

*Порядок проведения практикума.*

1. Получение задания и рекомендаций к выполнению практикума.
2. Настройка инструментальных средств, необходимых для выполнения практикума.
3. Выполнение заданий практикума.
4. Подготовка отчета в соответствии с требованиями.
5. Сдача отчета преподавателю.

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

*Требования к оформлению результатов практикумов.*

При подготовке отчета: изложение материала должно идти в логической последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, шрифт Times New Roman, размер – 14, выравнивание по ширине, отступ первой строки – 1,25, междустрочный интервал – 1,5, правильное оформление рисунков (подпись, ссылка на рисунок в тексте).

При подготовке презентации: строгий дизайн, минимум текстовых элементов, четкость формулировок, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, воспринимаемая графика, умеренная анимация.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на

самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

*Работа с литературой*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

***Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины***

| **Наименование темы** | **Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение** | **Формы самостоятельной работы** | **Форма текущего контроля** |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Типы интернет-ресурсов. Бриф на разработку сайта.* | Краткое техническое задание на ребрендинг интернет-ресурса. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка к лабораторному практикуму, подготовка отчета по лабораторному практикуму. | Отчёт по лабораторному практикуму |

| | | | |
|---|---|---|---|
| *Тема 2. Анализ интернет-ресурсов аналогов и конкурентов.* | Анализ ресурса аналога | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. | Отчёт по лабораторному практикуму |
| *Тема 3. Карта перехов и внутренняя структура страниц.* | Создание карты сайта. | Подготовка к лабораторному практикуму, подготовка отчета по лабораторному практикуму. | Отчёт по лабораторному практикуму |
| *Тема 4. Подготовка текстового наполнения. Копирайтинг. Форматирование текста. Особенности веб-типографики.* | Подготовка текстового наполнения, основные шрифты, используемые в вебе. Форматирование текста. Особенности веб-типографики. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. | Отчёт по лабораторному практикуму |
| *Тема 5. Прототипирование страниц интернет-ресурса.* | Прототипирование страниц интернет-ресурса. | Подготовка к лабораторному практикуму, подготовка отчета по лабораторному практикуму. | Отчёт по лабораторному практикуму |
| *Тема 6. Стилеобразование и визуальное наполнение.* | Подготовка визуального наполнения, стилеобразующий графики и элементов. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. | Отчёт по лабораторному практикуму |
| *Тема 7. Подготовка макетов страниц интернет-ресурса.* | Разработка концептуальных макетов страниц интернет-ресурса. | Подготовка к лабораторному практикуму, подготовка отчета по лабораторному практикуму. | Отчёт по лабораторному практикуму |
| *Тема 8. Привязка макетов страниц к среде. Подача материала. Система управления сайтом. Установка и настройка.* | Привязка макетов страниц интернет-ресурса к среде. Подача материала. Обзор и сравнение систем управления сайтов. Настройка системы управления сайтом. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. | Отчёт по лабораторному практикуму |

# 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1. Полуэктова, Н. Р. Разработка веб-приложений : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. Р. Полуэктова. —

Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 204 с. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

***2.*** Тузовский, А. Ф. Проектирование и разработка web-приложений : учебное пособие для вузов / А. Ф. Тузовский. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 218 с. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература:***

*1.Литвина, Т. В.* Дизайн новых медиа : учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10964-1. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2.Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 335 с. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

### 6.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № | Наименование ресурса | Ссылка |
|---|---|---|
| 1 | Интерактивный справочник по HTML и CSS | http://htmlbook.ru |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Лаборатория информационных технологий для проведения лабораторных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол

преподавателя, стул преподавателя; персональные компьютеры; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой

информации http://pravo.gov.ru.

• Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

• Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)

- Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Лабораторный практикум | 25-23 баллов – работа полностью раскрывает исследуемую тему, презентация выполнена в соответствие с требованиями;<br>22-12 баллов – работа полностью раскрывает исследуемую тему, оформление презентации не корректное.<br>11-1 балл – работа не полностью раскрывает исследуемую тему, оформление презентации не корректное.<br>0 баллов – работа не сделана. |

***Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости***

***<u>Типовые задания для лабораторных практикумов:</u>***

***Лабораторный практикум № 1. Знакомство с принципами использования мультимедиа технологий.***

**Задание:** 1. Произвести анализ способа представления информации на сайтах и навигации в соответствии с выбранными критериями.

2. Составить бриф на разработку интернет-ресурса

Практикум выполняется в текстовом редакторе. Результаты необходимо проанализировать.

***Лабораторный практикум № 2. Оценка современных мультимедиа и гипертекстовых технологий их интуитивности и практичности в применении конечными пользователями.***

**Задание:** Выделить критерии оценки интерфейса взаимодействия ИС и пользователя выбранного ресурса; оценить используемые

мультимедиа и гипертекстовые технологии, их интуитивность и практичность для пользователей.

***Лабораторный практикум № 3 Карта переходов и внутренняя структура страниц.***

**Задание:** Разработать карту сайта на основе анализа аналогов интернет-ресурсов конкурентов.

***Лабораторный практикум № 4. Подготовка текстового наполнения. Использование шрифтов в ИС различного назначения***

**Задание:** 1. Подготовить текстовое наполнение для интернет-ресурса.

2. Согласно критериям использования шрифтов, найти наиболее предпочтительные варианты их использования в различных системах.

***Лабораторный практикум № 5. Прототипирование страниц интернет-ресурса. Разработка графического интерфейса пользователя с применением графики различных видов***

**Задание:** Создать прототипы страниц интернет-ресурса. Согласно своему варианту системы предложить основные элементы графического интерфейса пользователя с точки зрения удобства и интуитивности работы с информацией. Выбор обосновать.

***Лабораторный практикум № 6 Стилеобразование и визуальное наполнение.***

**Задание:** Используя все данные, полученные в процессе анализа аналогов, разработать элементы визуального наполнения страниц сайта.

***Практикум № 7 Подготовка макетов страниц интернет-ресурса.***

**Задание:** Разработать концептуальные макеты страниц интернет-ресурса с использованием материалов, полученных в процессе выполнения предыдущих практикумов.

***Лабораторный практикум № 8. Привязка макетов страниц к среде. Подача материала.***

**Задание:** Подготовить все материалы для последующего программирования.

## 7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Веб-дизайн и UX-исследования» проводится в форме зачета и экзамена.

| № | Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя.<br><br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины (курса), понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br><br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины (курса) и выявление способности студента выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br><br>Задания №3 – задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины (курса) (решение задачи). | Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале:<br>1 вопрос: 0-30;<br>2 вопрос: 0-30;<br>3 вопрос: 0-40<br><br>**«Зачтено»**<br>**-90 и более**– ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-70 и более –** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-50 и более –** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично.<br>**«Не зачтено»**<br>**-Менее 50** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена |
| 2. | Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя.<br><br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины (курса), понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br><br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины (курса) и выявление способности студента выбирать и применять соответствующие принципы и | Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале:<br>1 вопрос: 0-30;<br>2 вопрос: 0-30;<br>3 вопрос: 0-40<br><br>**90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-70 и более (хорошо)** – ответ в целом |

| | | |
|---|---|---|
| | методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br><br>Задания №3 – задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины (курса) (решение задачи). | правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-50 и более (удовлетворительно)** – ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично.<br>**-Менее 50 (неудовлетворительно)** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена |

## *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

### *3 семестр*

**Задания 1 типа.**

1. Типы интернет-ресурсов
2. Цели создания интернет-ресурсов
3. Краткое техническое задание на разработку интернет-ресурса.
4. Элементы графического и элементы веб-дизайна.
5. В чём состоят основные возможности гипертекстовых и мультимедиа технологий?
6. Инструменты и приемы маркетинга в веб-дизайне.
7. Интеллектуальные карты в веб-дизайне.
8. Каковы ключевые показатели юзабилити?
9. Подготовка текстового наполнения.
10. Язык HTML и его первоначальная структура?
11. Язык CSS и его синтаксис?
12. SEO копирайтинг.
13. Коммерческий копирайтинг.
14. Длина строки, выравнивание текста и перенос.
15. Что такое интерлиньяж?
16. Особенности веб-типографики
17. Принципы построения и методы работы в распределенных системах обработки информации
18. Какой формат обеспечивает высокую степень сжатия информации с сохранением высокого качества изображения?
19. Этапы разработки web-сайта.
20. Выбор структуры и типа сайта.

21. Типы формата web-страниц.

22. Форматы изображений, используемых в вебе?

23. Как называются элементы гипермедиа, которые являются основными единицами хранения информации и могут включать в себя текст, графическую информацию, звуковую информацию и видеоклипы.

24. Программы для создания графических элементов.

25. Основные графические форматы, используемые на страницах web-сайта: gif, jpeg, png.

**Задания 2 типа.**

1. Бриф на разработку интернет-ресурса.

2. Краткое техническое задание на ребрендинг интернет-ресурса.

3. Основные составляющие сайтостроения.

4. Понятие верстки.

5. Понятие юзабилити.

6. Предложите гарнитуры шрифтов для образовательного портала. Ответ обоснуйте.

7. Анализ ресурса аналога.

8. Создание карты сайта.

9. Особенности веб-типографики.

10. Копирайтинг.

11. Форматирование текста.

12. Основные шрифты, используемые в веб-дизайне.

13. Теги HTML заголовков, абзаца, новой строки, маркированных и нумерованных списков, цитаты.

14. Свойства CSS: размер шрифта, высота строки, отступ, межбуквенное расстояние, начертание шрифта.

15. Классификация сайтов по интерактивности, по частоте изменения, по использованию технологий, по функциональному назначению.

16. Эволюция сети Интернет.

17. Основные элементы, размещаемые на web-странице.

18. Навигационная структура web-сайта.

19. Модели организации сайта: линейная организация, иерархия, решетка.

20. Обоснуйте необходимость подбора универсальных решений дизайна современных ИС.

21. Типы ссылок.

22. Основные теги, звуковоспроизведение в web, распределение ссылок, форматирование символов.

23. Перечислите форматы звуковых файлов, обеспечивающих сжатие без потери качества. Обоснуйте свой выбор.

24. Интерфейс пользователя.

25 Стили форматирования страниц.

**Задания 3 типа.**

***Задание 1.***

Провести анализ интернет-ресурсов аналогов и конкурентов.

***Задание 2.***

Создайте баннер для вымышленной компании. Баннер должен содержать 2 графических элемента, отражающих основную деятельность выбранной Вами фирмы.

***Задание 3.***

Нарисуйте Карту сайта.

***Задание 4.***

Рассмотрев деятельность сотрудников и клиентов (заказчиков) предложенной фирмы опишите места применения конкретных гипертекстовых и мультимедиа информационных технологий.

***Задание 6.***

Проведите по предложенному сайту анализ информационных элементов на предмет универсальности, масштабируемости и надежности функционирования.

**Задание *7.***

Приведите 3 примера непрерывно выполняющихся презентаций. В чем их отличие от презентаций со сценарием?

***Задание 9.***

Какой формат обеспечивает высокую степень сжатия информации с сохранением высокого качества изображения?

***Задание 10.***

В чём заключаются основные задачи гипертекстовых и мультимедиа технологий?

***Задание 11.***

Объяснить особенность организации диалога человека и мультимедийного ресурса.

***Задание 12.***

Предложите гарнитуры шрифтов для образовательного портала. Ответ обоснуйте.

***Задание 13***.

Какие элементы можно использовать для организации гипермедиа системы с администратором. Предложите не менее 2-х вариантов.

**Задание 14.**

Перечислите форматы графических файлов, обеспечивающих сжатие без потери качества. Обоснуйте свой выбор.

***Задание 15.***

Опишите основные понятия, историю создания языка HTML, протокол HTTP.

*4 семестр*

**Задания 1 типа.**

1. Что такое www?
2. В чём суть идеологии Memex?
3. Каково современное представление термина «мультимедиа»?
4. Что такое http и https и в чем их различия?
5. В чём состоят основные возможности гипертекстовых и мультимедиа технологий?
6. В чём заключаются основные задачи гипертекстовых и мультимедиа технологий?
7. Что такое Домен?
8. Каковы ключевые показатели юзабилити?
9. В чём состоит юзабильность ИС?
10. Язык HTML и его первоначальная структура? Язык CSS и его синтаксис?
11. Что такое Хостинг?
12. Что такое канал изображения?
13. Что представляет собой слой?
14. В чем различия табличной и блочной верстки?
15. Раскройте суть основных этапов прототипирования страниц интернет-ресурса.
16. Какая разметка описывает правила форматирования в зависимости от содержания текстового элемента?
17. Особенности веб-типографики?
18. Какой формат обеспечивает высокую степень сжатия информации с сохранением высокого качества изображения?
19. Как называется процесс уменьшения межбуквенного интервала в отрицательную область?
20. Как называется визуальное отображение записанного символа на экране или на других устройствах вывода информации?
21. Какой алгоритм используется для сжатия растровых изображений?
22. Форматы изображений, используемых в вебе?
23. Как называются элементы гипермедиа, которые являются основными единицами хранения информации и могут включать в себя текст, графическую информацию, звуковую информацию и видеоклипы.
24. Какой цвет является дополнительным для жёлтого в модели цвета CMYK (Y = R+G=W-B)?
25. Что можно предпринять в случае отсутствия цвета в палитре?

**Задания 2 типа.**

1. Охарактеризовать гипертекстовые технологии как средство интеграции текстовой информации и информации, представляемых в

других модальностях.

2. Предложить современную трактовку идеологии Memex.

3. Объяснить особенность организации диалога человека и мультимедийного ресурса.

4. Актуальна ли генерация и использование запаха в современных ИС? Ответ обоснуйте.

5. Актуально ли моделирование и использование тактильных ощущений в современных ИС? Ответ обоснуйте.

6. Предложите гарнитуры шрифтов для образовательного портала. Ответ обоснуйте.

7. Предложите комбинацию мультимедиа объектов для циклической модели гипермедиаузлов.

8. Предложите комбинацию мультимедиа объектов для разветвленной модели гипермедиаузлов.

9. Предложите комбинацию мультимедиа объектов для последовательной модели гипермедиаузлов.

10. Предложите комбинацию мультимедиа объектов для разветвленной модели гипермедиаузлов.

11. Перечислите общие принципы программной инженерии. Приведите по 1-2 примера каждой характеристики.

12. Приведите 3-4 примера конкурентоспособных гипермедиа систем. В чем заключается их конкурентоспособность.

13. Назовите основные характеристики амстердамской информационной модели.

14. Какие элементы можно использовать для организации гипермедиа системы с администратором. Предложите не менее 2-х вариантов.

15. Опишите 3-х слойную систему Dexter-модели. Предложите варианты её использования для современных систем.

16. Предложите критерии оценки качества представления мультимедийной информации в информационных системах.

17. Придумайте ИС с циклической организацией гипермедиаузлов.

18. Придумайте ИС с параллельной организацией гипермедиаузлов.

19. Приведите 3 примера непрерывно выполняющихся презентаций. В чем их отличие от презентаций со сценарием?

20. Обоснуйте необходимость подбора универсальных решений дизайна современных ИС.

21. Какие приёмы создания гипермедиаузлов позволят обеспечить гарантию приемлемости восприятия ИС в различных условиях использования (ОС, разрешения, цветность, размеры и т.п.)?

22. Перечислите технологии, используемые при создании анимационных изображений. Приведите примеры.

23. Перечислите форматы звуковых файлов, обеспечивающих

сжатие без потери качества. Обоснуйте свой выбор.

24. Приведите примеры использования моделей цвета LAB и YCC.

25 Охарактеризуйте основные функции редактора GIMP.

**Задания 3 типа.**

***Задание 1.***

Создайте интерактивный баннер для вымышленной компании. Баннер должен содержать: фон баннера, меняющий свой цвет.

***Задание 2.***

Создайте интерактивный баннер для вымышленной компании. Баннер должен содержать: 2 графических элемента, отражающих основную деятельность выбранной Вами фирмы один из элементов должен быть анимированным символом-клипом; другой обычный графический символ.

***Задание 3.***

Нарисуйте Карту сайта.

***Задание 4.***

Нарисуйте схему ИС с последовательной организацией гипермедиа узлов.

***Задание 5.***

Рассмотрев деятельность сотрудников и клиентов (заказчиков) предложенной фирмы опишите места применения конкретных ГТ и ММ ИТ, указав форму реализации данного элемента, программное обеспечение, необходимое для реализации, место и форму хранения ГТ и ММ контента и способ его доставки до пользователя.

***Задание 6.***

Проведите по предложенному сайту анализ информационных элементов на предмет универсальности, масштабируемости и надежности функционирования.

**Задание *7.***

Проведите по предложенному сайту анализ средств управления содержимым сайта.

***Задание 8***.

Приведите 3 примера непрерывно выполняющихся презентаций. В чем их отличие от презентаций со сценарием?

***Задание 9.***

Какой формат обеспечивает высокую степень сжатия информации с сохранением высокого качества изображения?

***Задание 10.***

В чём заключаются основные задачи гипертекстовых и мультимедиа технологий?

***Задание 11.***

Объяснить особенность организации диалога человека и

мультимедийного ресурса.

***Задание 12.***

Предложите гарнитуры шрифтов для образовательного портала. Ответ обоснуйте.

***Задание 13***.

Какие элементы можно использовать для организации гипермедиа системы с администратором. Предложите не менее 2-х вариантов.

**Задание 14.**

Перечислите форматы графических файлов, обеспечивающих сжатие без потери качества. Обоснуйте свой выбор.

***Задание 15.***

Предложите комбинацию мультимедиа объектов для разветвленной модели гипермедиа узлов.

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Основы технологии разработки сайта и SEO оптимизация»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

## Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ ..... 3

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ..... 4

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ..... 6

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 7

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 7

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 10

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ..... 12

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Основы технологии разработки сайта и SEO-оптимизация» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 № 512.

Изучение дисциплины «Основы технологии разработки сайта и SEO-оптимизация» ориентировано на получение обучающимися знаний по алгоритмизации, программированию и использованию инструментальных средств разработки программ, необходимых для успешного освоения дисциплин профессионального цикла (базовых и вариативных частей), изучение которых связано с применением средств информационно-коммуникационных технологий, созданием эффективных алгоритмов решения задач, разработкой программного обеспечения для различных предметных областей.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 семестре.

**Цели и задачи дисциплины**

***Целью*** изучения дисциплины «Основы технологии разработки сайта и SEO-оптимизация» является ознакомление обучающихся с основными направлениями и понятиями информатики, приобретение ими навыков работы с различными техническими и программными средствами реализации информационных процессов, формирование у обучающихся понимания принципов функционирования программного обеспечения ЭВМ, принципов защиты, обработки и преобразования различных видов информации, овладение навыками алгоритмизации и программирования, а также оптимизации сайта.

***Задачи дисциплины:***

- ознакомление с основными тенденциями в развитии информационных технологий и создания сайтов;
- развитие программного мышления;
- формирование практических навыков работы с различными техническими и программными средствами реализации сайтов.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | знать | уметь | иметь практический опыт | |
| Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций | ПК-2 | ПК-2.1использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в офлайн и онлайн среде при реализации коммуникационного продукта | основы технологии разработки сайта | реализовывать коммуникационный продукт, используя технологи разработки сайта | разработки сайтов | Контактная работа: Лабораторные практикумы Самостоятельная работа |
| | | ПК 2.2 применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами | инструменты для разработки сайтов | применять инструменты для разработки сайтов для специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами | разработки сайтов под специальные события и мероприятия в работе с различными целевыми группами | Контактная работа: Лабораторные практикумы Самостоятельная работа |
| | | ПК 2.3 использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта | технические средства и технологии разработки сайта | использовать основные технические средства и технологии и разработки сайта для подготовки и реализации коммуникационного продукта | разработки цифровых продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью | Контактная работа: Лабораторные практикумы Самостоятельная работа |
| Способность проводить подбор каналов продвижения, составлять стратегию продвижения и разрабатывать показатели эффективности продвижения в | ПК-4 | ПК 4.1 проводит аналитические работы по выбору канала продвижения и реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | методы выбора канала продвижения, подбор стратегий продвижения в информационно-телекомму | реализовывать продвижение продукта по каналам я на основании анализа показателей | анализа каналов и стратегии продвижения сайта | Контактная работа: Лабораторные практикумы Самостоятельная работа |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | | | никационной сети "Интернет" | | | |
| | | ПК-4.3. составляет отчет по реализации стратегии продвижения проекта рекламной и PR кампании в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" на основе анализа полученных результатов показателей эффективности | основы веб-программирования и конструирования сайтов | разрабатывать и продвигать проблемно-ориентированные Web-ресурсы | инализа проблем, тенденций и перспектив развития Web-конструирования и Web-программирования | Контактная работа: Лабораторные практикумы Самостоятельная работа |
| Способен разрабатывать, реализовывать и продвигать индивидуальный и (или) коллективный проект в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", анализировать результаты работы по реализации проекта | ПК-5 | ПК-5.1 готовит основные документы по разработке и сопровождению проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | знание систем аналитики, статистики и алгоритмов продвижения в сети | проводить кластеризацию семантического ядра, распределение ключевых фраз по страницам | применения аналитики сайта | Контактная работа: Лабораторные практикумы Самостоятельная работа |
| | | ПК-5.2 реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связи с общественностью и применяет их при разработке индивидуальных и (или) коллективных проект в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | алгоритмы работы мобильных приложений и версий сайтов | работа с системами веб-аналитики, оценки результатов, составление отчетов для клиентов | анализа систем аналитики сайта или мобильного приложения | Контактная работа: Лабораторные практикумы Самостоятельная работа |

# 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| ***5 семестр*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1. История развития информационных систем. Базы данных.* | | | | | | 19 | | | | 17 | Отчет по лабораторному практикуму/20 |
| *Тема 2. Виды сайтов. Языки программирования.* | | | | | | 19 | | | | 17 | Отчет по лабораторному практикуму /20 |
| *Тема 3. Проектирование сайтов. Прототипирование.* | | | | | | 19 | | | | 17 | Отчет по лабораторному практикуму /20 Отчет по лабораторному практикуму 20 |
| *Тема 4. Дизайн сайтов и продвижение.* | | | | | | 19 | | | | 17 | Отчет по лабораторному практикуму /20 |
| **Всего:/сем** | | | | | | **76** | | | | **68** | **100** |
| **Контроль, час/сем** | **0** | | | | | | | | | | **Зачет** |
| **Объем дисциплины (в академических часах) /сем** | **144** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах) /сем** | **4** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. История развития информационных систем. Базы данных.*** Элементы данных и их свойства. Необходимость централизованного управления данными. Концепция интеграции. Требования к базам данных. Свойства баз данных. Уровни представления баз данных. Концептуальное, логическое и физическое проектирование БД. Системы управления базами данных (СУБД). Обзор современных СУБД. Связи в базах данных. Введение в SQL. Элементы языка SQL. Операторы определения объектов базы данных, манипулирования данными, защиты и управления данными. Синтаксис оператора выборки Select. Примеры запросов. Реляционные и Булевы операторы.

***Тема 2. Виды сайтов. Языки программирования.***

Цели и задачи проектирования. Проектирование реляционной БД. Жизненный цикл информационной системы. Формулирование и анализ требований. Концептуальное проектирование. Понятие сущности и атрибута. Модель «сущность-связь». Логическое проектирование. Проектирование реализации. Физическое проектирование. Физическая организация базы данных. Хешированные, индексированные файлы. Защита баз данных. Целостность и сохранность БД. Создание и модификация БД, поиск, сортировка, индексирование БД, создание форм и отчетов.

***Тема 3. Проектирование сайтов. Прототипирование.*** Понятие прототипа. Этапы подготовки и решения задач на компьютере. Визуализация алгоритмов. Базовые управляющие структуры. Классификация языков программирования. Компиляторы и интерпретаторы. Модульная структура программы. Подпрограммы. Визуальные, текстовые языки и псевдоязыки. Преобразование алгоритмов из визуальной формы в текстовую и обратно. Формализация и эргономизация блок-схем. Вложенные и параллельные алгоритмы. Пошаговая детализация как метод проектирования алгоритмов.

***Тема 4. Оптимизация сайтов и продвижение.*** Анализ проблемной области. Системный анализ и подготовка технического задания (спецификаций) сайта на разработку. Постановка задачи и спецификация программы. Экономические, организационные и правовые вопросы создания программного и информационного обеспечения для коммуникационных технологий. Понятие интеллектуальной собственности сайта.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды

учебной работы, как лабораторный практикум, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

***Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных практикумов***

Лабораторные практикумы выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к выполнению лабораторного практикума, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя рекомендации о порядке выполнения заданий;
- настроить под руководством преподавателя инструментальные средства, необходимые для проведения лабораторного практикума
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, требованиях к оформлению, форме представления и критериях оценки результатов работы;

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

*Порядок проведения практикума.*

1. Получение задания и рекомендаций к выполнению практикума.
2. Настройка инструментальных средств, необходимых для выполнения практикума.
3. Выполнение заданий практикума.
4. Подготовка отчета в соответствии с требованиями.
5. Сдача отчета преподавателю.

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

*Требования к оформлению результатов практикумов.*

При подготовке отчета: изложение материала должно идти в логической последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, шрифт Times New Roman, размер – 14, выравнивание по ширине, отступ первой строки – 1,25, междустрочный интервал – 1,5, правильное оформление рисунков (подпись, ссылка на рисунок в тексте).

При подготовке презентации: строгий дизайн, минимум текстовых

элементов, четкость формулировок, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, воспринимаемая графика, умеренная анимация.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

*Работа с литературой (конспектирование)*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по курсу определяется учебным планом.

При самостоятельной работе студенты руководствуются методическими рекомендациями по дисциплине при минимальном участии преподавателя.

***Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках***

***изучения дисциплины***

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоятельной работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. История развития информационных систем. Базы данных.* | Элементы языка SQL. Операторы определения объектов базы данных, манипулирования данными, защиты и управления данными. Синтаксис оператора выборки Select. Примеры запросов. Реляционные и Булевы операторы. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка к лабораторному практикуму, подготовка отчета по лабораторному практикуму | Отчёт по лабораторному практикуму |
| *Тема 2. Виды сайтов. Языки программирования.* | Защита баз данных. Целостность и сохранность БД. Создание и модификация БД, поиск, сортировка, индексирование БД, создание форм и отчетов. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка к лабораторному практикуму, подготовка отчета по лабораторному практикуму | Отчёт по лабораторному практикуму |
| *Тема 3. Проектирование сайтов. Прототипирование.* | Преобразование алгоритмов из визуальной формы в текстовую и обратно. Формализация и эргономизация блок-схем. Вложенные и параллельные алгоритмы. Пошаговая детализация как метод проектирования алгоритмов. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка к лабораторному практикуму, подготовка отчета по лабораторному практикуму | Отчёт по лабораторному практикуму |
| *Тема 4. Оптимизация сайтов и продвижение.* | Понятие интеллектуальной собственности сайта. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка к лабораторному практикуму, подготовка отчета по лабораторному практикуму | Отчёт по лабораторному практикуму |

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1. *Полуэктова, Н. Р.* Разработка веб-приложений : учебное пособие для вузов / Н. Р. Полуэктова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 204 с. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. *Лаврищева, Е. М.* Программная инженерия и технологии программирования сложных систем : учебник для вузов /

Е. М. Лаврищева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 432 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07604-2. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература:***

1. Базы данных: Описание данных и работа с записями на языке SQL в СУБД MS Access 2007 / сост. М.А. Абросимова ; Уфимский государственный университет экономики и сервиса. – Уфа : Уфимский государственный университет экономики и сервиса, 2013. – 24 с. – https://www.iprbookshop.ru

2. Тузовский, А. Ф. Проектирование и разработка web-приложений : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. Ф. Тузовский. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 218 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10017-4. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № | Наименование ресурса | Ссылка |
|---|---|---|
| 1 | Хабр | https://habr.com/ru/all/ |
| 2 | ГОСТ Р ИСО/МЭК 27002-2012 - Информационная технология. Методы и средства обеспечения безопасности. Свод норм и правил менеджмента информационной безопасности | http://docs.cntd.ru/document/1200103619 |
| 3 | ГОСТ Р ИСО/МЭК 17799-2005 – Информационная технология. Практические правила управления информационной безопасностью | http://docs.cntd.ru/document/gost-r-iso-mek-17799-2005 |
| 4 | Комьюнити - статьи о цифровых технологиях | https://timeweb.com/ru/community |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Лаборатория информационных технологий для проведения лабораторных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональные компьютеры; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные***

***справочные системы:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)
- Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Лабораторный практикум | 20-18 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, правильно выбраны совместимые комплектующие, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы;<br>17-7 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, правильно выбраны совместимые комплектующие, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы;<br>6-1 – работа выполнена в срок, в основном самостоятельно, использованы соответствующие формулы; определены соответствующие спецификации, имеются ошибки в расчетах; выбраны совместимые комплектующие необходимые, выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы;<br>0 – обучающийся подготовил работу несамостоятельно или не завершил в срок, описание спецификации содержит незначительные ошибки, выводы и ответы на вопросы отсутствуют. |

***Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости***

***<u>Типовые задания к лабораторным практикумам</u>***

***Лабораторный практикум № 1 Вариант 1***

**Задание 1. Создание базы данных – *Учебная база*.**

1. Запустите программу СУБД Microsoft Access. Для этого выполните: *Пуск – Все программы – Microsoft office – Microsoft office Access 2010.*

2. Перед Вами откроется окно следующего вида (*Рисунок 8*):

3. Выберите команду *Новая база данных*. Затем введите *имя файла –Учебная база* и нажмите кнопку *Создать*.

**Задание 2. Создание таблицы "Группы".**

1. Создайте таблицу под именем "Группы" с помощью конструктора таблиц. Для этого выполните команду: Создание – конструктор таблиц.

2. Заполните Имя поля следующими данными (заголовками столбцов): Учебная группа, Преподаватель и соответственно Тип данных для них: Учебная группа – ЧИСЛОВОЙ, Преподаватель – ТЕКСТОВЫЙ. Сделайте поле "Учебная группа" ключевым, установив курсор на имя поля и щелкнув по кнопке **Ключевое поле.**

3. Сохраните таблицу под именем "Группы", щелкнув по кнопке **Сохранить**.

4. Закройте таблицу.

***Лабораторный практикум № 2 Вариант 1***

**Задание 3. Создание таблицы "Список".**

1. Создайте таблицу под именем "Список" с помощью конструктора таблиц. Для этого выполните команду: *Создание – конструктор таблиц*.

2. Заполните *Имя поля* следующими данными (заголовками столбцов): Код, Фамилия, Имя, Отчество, Год рождения, Класс, Учебная группа. Выберите из ниспадающего списка числовой тип данных для поля "Код". Сделайте поле "Код" ключевым, установив курсор на имя поля и щелкнув по кнопке **Ключевое поле.** Тип данных полей "Фамилия", "Имя", "Отчество" – текстовый, полей "Год рождения", "Школа", "Класс" – числовой. Установите тип данных поля "Учебная группа" числовой. Общие свойства поля не меняйте. Выберите вкладку **Подстановка**, тип элемента управления – **Поле со списком**, источник строк – **Группы**. Получите значения элементов, как показано на рисунке *(Рисунок 10)*.

3. Сохраните таблицу под именем "Список", щелкнув по кнопке **Сохранить**.

**Задание 2. Завершение работы с программой Access.**

1. Выполните команду *Файл – Выход.*

2. Если вы производили редактирование в базе данных, появится вопрос о сохранении изменений. Ответьте утвердительно.

***Лабораторный практикум № 3 Вариант 1***

**Задание 1. Создание запроса на выборку.**

1. Выполните команду **Создание – Конструктор запросов.**

2. В появившемся диалоговом окне **Добавление таблицы** выберите из списка имя таблицы **Список**, щелкните по кнопке **Добавить**.

3. Закончите выбор, щелкнув по кнопке **Закрыть.** Появится возможность выбора полей из таблицы "**Список**". Для этого достаточно дважды щелкнуть по именам полей или перетащить мышью названия полей в клетку запроса.

4. Создайте телефонную книгу для всех учащихся, имена которых начинаются на букву А. Для этого в поле ***Условие отбора*** напишите условие **Like "А*"** *(Рисунок 19):*

5. Сохраните запрос, щелкнув по кнопке **Сохранить**. Введите имя запроса **Номера телефонов** и щелкните по кнопке **ОК.**

6. Щелкните по кнопке **Выполнить** для представления запроса. Закройте запрос.

7. Убедитесь в правильности полученного запроса, щелкнув по имени запроса **Номера телефонов** слева в окне **Все объекты Access.** Закройте таблицу.

8. Создайте запрос на выборку учащихся 9-х классов, которых обучает преподаватель Смирнова З.В.

9. Для этого выполите команду **Создание – Конструктор запросов.**

10. В появившемся диалоговом окне **Добавление таблицы** выберите из списка имена таблиц **Список** и **Группы**, щелкая по кнопке **Добавить** *(Рисунок 20).*

11. Закончите выбор, щелкнув по кнопке **Закрыть.** Появится возможность выбора полей из таблиц **Список** и **Группы**. Для этого достаточно дважды щелкнуть по именам полей или перетащить мышью названия полей в клетку запроса.

12. В поле ***Условие отбора*** напишите условия для поля **Преподаватель** из таблицы **Группы** и поля **Класс** таблицы **Список** так, как показано на рисунке *(Рисунок 20):*

13. Сохраните запрос, щелкнув по кнопке **Сохранить**. Введите имя запроса **Смирнова** и щелкните по кнопке **ОК.**

14. Щелкните по кнопке для представления запроса. Закройте запрос.

***Лабораторный практикум № 4 Вариант 1***

**Задание 1.**

1. Откройте базу данных "Учебная база" из своей личной папки, которая должна находиться в папке *Для уроков* на *Рабочем столе*.

2. В базе данных должны быть две связанные таблицы: **Группы** и **Список**.

**Задание 2. Коррекция данных в таблице "Группы".**

1. Откройте таблицу **Группы**, выделив ее и щелкнув по кнопке ***Открыть.***

2. Добавьте недостающие записи. Исправьте существующие. В предыдущей работе с "Учебной базой" Вы удаляли первую запись.

Необходимо ее восстановить. Вы исправляли номера учебных групп на 201, 202, 203, 204, 205. Верните первоначальные значения группам. Добавьте еще одну запись в таблицу **Группы**: Учебная группа – **106**, Преподаватель – Ф.И.О. вашего классного руководителя, например, как на рисунке:

3. Закройте таблицу Группы, предварительно сохранив ее.

***Лабораторный практикум № 1 Вариант 2***

**Задание 1. Коррекция данных в таблице "Список".**

1. Откройте таблицу **Список**, выделив ее и щелкнув по кнопке ***Открыть.***

2. Восстановите недостающие две записи. Добавьте еще три новые записи, содержащие информацию о ваших одногруппниках и о Вас.

3. Перейдите в режим ***Конструктор***. Добавьте еще два поля – **Номер телефона** и **Адрес**, тип оставьте ***Текстовый***. Сохраните изменения, щелкнув по кнопке ***Сохранить***.

4. Перейдите в режим Таблицы и заполните соответствующими данными поля **Номер телефона** и **Адрес**.

5. Закройте таблицу **Список**, предварительно сохранив ее.

***Лабораторный практикум № 2 Вариант 2***

**Задание 1. Создание запроса с использованием логических операций в условии отбора.**

1. Создайте запрос на выборку тех преподавателей, которые обучают учащихся школ в 102 или 103 группе из школы №2 и №3.

2. Для этого выполите команду **Создание – Конструктор запросов.**

3. В появившемся диалоговом окне **Добавление таблицы** выберите из списка имена таблиц **Список** и **Группы**, щелкая по кнопке **Добавить.**

4. Закончите выбор, щелкнув по кнопке **Закрыть.** Появится возможность выбора полей из таблиц **Список** и **Группы**. Для этого достаточно дважды щелкнуть по именам полей или перетащить мышью названия полей в клетку запроса.

В поле ***Условие отбора*** напишите условия для полей **Школа** и **Учебная группа** таблицы **Список** так, как показано на рисунке *(Рисунок 21):*

5. Сохраните запрос, щелкнув по кнопке **Сохранить**. Введите имя запроса **Преподаватель** и щелкните по кнопке **ОК.**

6. Щелкните по кнопке для представления запроса. Закройте запрос.

***Лабораторный практикум № 3 Вариант 2***

**Создание базы данных, состоящей из двух таблиц**

**Задание 1. Создание базы данных – *Учебная база*.**

1. Запустите программу СУБД Microsoft Access. Для этого выполните: *Пуск – Все программы – Microsoft office – Microsoft office Access 2010.*

2. Перед Вами откроется окно следующего вида (*Рисунок 8*):

3. Выберите команду *Новая база данных*. Затем введите *имя файла – Учебная база* и нажмите кнопку *Создать*. Перед Вами откроется окно следующего вида (*Рисунок 9*):

**Задание 2. Создание таблицы “Группы”.**

1. Создайте таблицу под именем “Группы” с помощью конструктора таблиц. Для этого выполните команду: *Создание – конструктор таблиц*.

2. Заполните *Имя поля* следующими данными (заголовками столбцов): *Учебная группа, Преподаватель и* соответственно Тип данных для них: *Учебная группа* – ЧИСЛОВОЙ, *Преподаватель* – ТЕКСТОВЫЙ. Сделайте поле “Учебная группа” ключевым, установив курсор на имя поля и щелкнув по кнопке **Ключевое поле .**

3. Сохраните таблицу под именем “Группы”, щелкнув по кнопке **Сохранить** .

4. Закройте таблицу.

**Задание 3. Создание таблицы “Список”.**

1. Создайте таблицу под именем “Список” с помощью конструктора таблиц. Для этого выполните команду: *Создание – конструктор таблиц*.

2. Заполните *Имя поля* следующими данными (заголовками столбцов): Код, Фамилия, Имя, Отчество, Год рождения, Класс, Учебная группа. Выберите из ниспадающего списка числовой тип данных для поля “Код”. Сделайте поле “Код” ключевым, установив курсор на имя поля и щелкнув по кнопке **Ключевое поле .** Тип данных полей “Фамилия”, “Имя”, “Отчество” – текстовый, полей “Год рождения”, “Школа”, “Класс” – числовой. Установите тип данных поля “Учебная группа” числовой. Общие свойства поля не меняйте. Выберите вкладку **Подстановка**, тип элемента управления – **Поле со списком**, источник строк – **Группы**. Получите значения элементов, как показано на рисунке *(Рисунок 10)*.

3. Сохраните таблицу под именем “Список”, щелкнув по кнопке **Сохранить** .

4. Закройте таблицу.

***Лабораторный практикум № 4 Вариант 2***

**Задание 1. Создание схемы данных.**

1. В ленточном меню выберите вкладку **Работа с базами данных,** щелкните по кнопке **Схема данных.** Появится окно **Схема данных.**

2. В появившемся окне **Добавление таблицы** выделите таблицу “Группы” и щелкните по кнопке **Добавить,** выделите таблицу “Список” и щелкните по кнопке **Добавить.** В окне **Схема данных** появится условный вид этих таблиц. Щелкните по кнопке **Закрыть** окна **Добавление таблицы.**

3. Увеличьте окно таблицы “Список” так, чтобы были видны все поля.

4. Установите курсор мыши на имя поля “Учебная группа” в таблице “Группы” и, не отпуская кнопку мыши, перетащите курсор мыши на поле “Учебная группа” таблицы “Список”. Отпустите кнопку мыши. Появится диалоговое окно **Изменение связей**, представленное на рисунке *(Рисунок 11)*.

5. Установите флажок **Обеспечение целостности данных.** Это невозможно будет сделать, если типы полей “Учебная группа” заданы не одинаково.

6. Установите флажок **каскадное обновление связанных полей**. Это приведет к тому, что при изменении номера группы в таблице “Группы” автоматически изменится соответствующий номер в таблице “Список”.

7. Установите флажок **каскадное удаление связей**. Это приведет к тому, что при удалении записи с номером группы из таблицы “Группы”, будут удалены все записи из таблицы “Список”, в которых находились соответствующие номера групп.

8. Щелкните по кнопке **Создать**. Появится связь “один-ко-многим”.

9. Закройте схему данных, щелкнув по кнопке в верхнем правом углу окна и ответив утвердительно на вопрос о сохранении схемы данных.

**Задание 2. Заполнение таблицы “Группы” значениями.**

1. Откройте таблицу “Группы” в режиме **Таблицы**.

2. Заполните ее записями из таблицы 1.

| Учебная группа | Преподаватель |
|---|---|
| 101 | Смирнова З.В. |
| 102 | Вильданова Р.Ш. |
| 103 | Зайцева С.А. |
| 104 | Зазулина И.В. |
| 105 | Друк Н.Н. |

## 7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме

зачета.

| № | Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1 | Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:<br><br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале:<br>Задание 1: 0-30 баллов<br>Задание 2: 0-30 баллов<br>Задание 3: 0-40 баллов<br><br>**«Зачтено»**<br>— **90-100**– ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>— **70 -89** – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>— **50-69** – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология.<br>**«Не зачтено»**<br>— **менее 50** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. |

## *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

### *Задания 1-го типа*

1. Дайте определение понятия информации.
2. Единицы информации.
3. Опишите основные принципы хранения и кодирования информации.
4. Двоичная система счисления.
5. В каких единицах измеряется емкость современных жестких дисков?
6. Необходимость централизованного управления данными.
7. Дайте характеристику программного обеспечения.
8. Что такое базовое (системное) программное обеспечение.
9. Что такое сервисное программное обеспечение.
10. Что такое прикладное программное обеспечение.
11. Дайте определение понятия алгоритма.
12. Какие существуют средства описания алгоритмов и способы их записи

13. Приведите классификацию языков программирования
14. База данных - …?
15. Что такое быстродействие процессора и от чего оно зависит?
16. Какие виды памяти существуют?
17. Что такое накопители? Дайте сравнительную характеристику накопителям.
18. Что входит в состав системного (базового) программного обеспечения?
19. Каковы основные функции операционной системы?
20. Перечислите средства представления, хранения и обработки текстовой и числовой информации.
21. Перечислите основные принципы и методы защиты информации.
22. Концептуальное, логическое и физическое проектирование БД.
23. Система управления базами данных.
24. Жизненный цикл информационной системы.
25. Целостность и сохранность БД.
26. Понятие информационных технологий базы Access.
27. Понятие об экономических и правовых аспектах информационных технологий.
28. Основные принципы и методы защиты информации.
29. Резервное копирование.
30. Этапы подготовки и решения задач на компьютере.
31. Базовые управляющие структуры.
32. Классификация языков программирования.
33. Визуальные, текстовые языки и псевдоязыки.
34. Преобразование алгоритмов из визуальной формы в текстовую и обратно.
35. Базы данных в прикладной коммуникации
36. Особенности Access.
37. Создание простого отчета в Access.
38. Составные отчеты.
39. Вставка графических данных в Access.
40. Хранилища данных, современные тенденции их применения.
41. Алгоритмизация и программирование базы данных

***Задания 2-го типа***

1. Понятие информации баз данных.
2. Общая характеристика процессов сбора, передачи, обработки и накопления информации.
3. Элементы данных и их свойства.
4. Концепция интеграции.
5. Требования к базам данных.
6. Свойства баз данных.
7. Уровни представления баз данных.
8. Системы управления базами данных (СУБД).

9. Связи в базах данных.
10. Элементы языка SQL.
11. Операторы определения объектов базы данных, манипулирования данными, защиты и управления данными.
12. Синтаксис оператора выборки Select. Примеры запросов.
13. Реляционные и Булевы операторы.
14. Проектирование реляционной БД: цели и задачи
15. Формулирование и анализ требований.
16. Хешированные, индексированные файлы.
17. Приведите примеры кодирования информации
18. Приведите примеры форм представления и передачи информации
19. В чем заключается организация человеко-машинного интерфейса, мультисреды и гиперсреды, поясните на примере
20. Приведите примеры программных и программно – аппаратных методов защиты информации.
21. Обзор современных СУБД.
22. Физическая организация базы данных.
23. Средства представления, хранения и обработки текстовой и числовой информации.
24. Проблемы защиты информации.
25. Правовые вопросы защиты информации.
26. Понятие алгоритма, его свойств, средств описания и способов записи.
27. Назначение и основы использования систем искусственного интеллекта.
28. Визуализация алгоритмов.
29. Компиляторы и интерпретаторы.
30. Модульная структура программы.
31. Подпрограммы.
32. Формализация и эргономизация блок-схем.
33. Вложенные и параллельные алгоритмы.
34. Пошаговая детализация как метод проектирования алгоритмов.
35. Принципы работы в Access.
36. Работа с макетом отчета в Access.
37. Выполнение итоговых расчетов в Access.
38. Создание диаграммы.
39. Предварительный просмотр отчета.
40. Программные и программно-аппаратные методы защиты информации.

***Задания 3-го типа***

**Задание №1.**

Завод "Прогресс" поставляет товары (изделие А, изделие В, изделие С и др.) заказчикам по договорам. Для каждого товара

определены планы поставок. Необходимо спроектировать базу данных **ПОСТАВКА ТОВАРОВ**, ин- формация которой будет использоваться для анализа выполнения заводом планов поставок.

В БД должна храниться информация:

- о ТОВАРАХ: код товара, наименование товара, цена товара (тыс. руб.);
- ЗАКАЗАХ на поставку товаров: код заказа, наименование заказчика, адрес заказчика, телефон, номер договора, дата заключения договора, наименование товара, плановая поставка (шт.);
- фактических ОТГРУЗКАХ товаров: код отгрузки, код заказа, дата отгрузки, отгружено товара (шт.).

При проектировании БД необходимо учитывать следующее:

- товар имеет *несколько* заказов на поставку. Заказ соответствует *одному* товару;
- товару могут соответствовать *несколько* отгрузок. В отгрузке могут участвовать *несколько* товаров.

Кроме того следует учесть:

- товар *не обязательно* имеет заказ. Каждому заказу *обязательно* соответствует товар;
- товар *не обязательно* отгружается заказчику. Каждая отгрузка *обязательно* соответствует некоторому товару.

**Задание 2**

Необходимо спроектировать базу данных **РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ**,

информация которой будет использоваться для анализа продаж в магазине.

В БД должна храниться информация:

- о ТОВАРАХ: код товара, наименование товара, дата поступления в магазин, количество товара, цена закупки (руб.);
- ПОСТАВЩИКАХ товаров: код поставщика, наименование поставщика, адрес, телефон, к кому обращаться;
- ПРОДАЖАХ товаров в магазине: код продажи, код товара, дата продажи, количество проданного товара (шт.), цена розничная (руб.).

При проектировании БД необходимо учитывать следующее:

- поставщик поставляет *несколько* товаров. Товар поступает на склад магазина от *нескольких* поставщиков;
- товар имеет *несколько* продаж. Продажа относится к *одному* товару.

Кроме того следует учесть:

- поставщик *не обязательно* поставляет товар (может временно не работать). Каждый товар *обязательно* поставляется;
- товар *не обязательно* продается. Каждая продажа *обязательно* связана с товаром.

Необходимо спроектировать базу данных **БАНКОВСКИЕ ВКЛАДЫ**, информация которой будет использоваться для анализа работы с клиентами по вкладам.

В БД должна храниться информация:

- о ВКЛАДАХ, которые предоставляет банк: код вклада; наименование вклада; срок хранения (месяцев); ставка, % годовых;
- КЛИЕНТАХ, которые помещают денежные средства на вклады: код клиента, Ф.И.О. клиента, номер паспорта, адрес, телефон;
- СЧЕТАХ клиентов банка: № счета, код клиента, код вклада, дата открытия счета, дата закрытия счета, сумма вложенная (руб.).

При проектировании БД необходимо учитывать следующее:

- клиент банка может помещать свои средства на *несколько* счетов. Счет открывается на *одного* клиента;
- каждый вид вклада связан с *несколькими* счетами клиентов. Счет относится к *одному* виду вклада.

Кроме того следует учесть:

- каждый клиент *обязательно* имеет счет в банке. Каждый счет *обязательно*

принадлежит клиенту;

- вклад некоторого вида *не обязательно* может быть связан со счетами клиентов. Каждый счет клиента *обязательно* связан с некоторым видом вклада.

**Задание №3.**

Сотрудники разных категорий (1-й, 2-й, 3-й) аудиторской фирмы осуществляют проверку предприятий в течение года. Работа сотрудников оплачивается за каждый час в зависимости от категории сотрудника.

Необходимо спроектировать базу данных **АУДИТ,** информация которой будет использоваться для автоматизации начисления зарплаты сотрудникам.

В БД должна храниться информация:

- о СОТРУДНИКАХ аудиторской фирмы: код сотрудника, Ф.И.О. сотрудника, номер паспорта, дата рождения, рабочий телефон;

- КАТЕГОРИЯХ сотрудников: категория, ставка за 1 час (тыс. руб.);
- выполненной сотрудниками РАБОТЕ на предприятиях: название предприятия, код сотрудника, дата выполнения работы, количество отработанных часов.

При проектировании БД необходимо учитывать следующее:

- определенную категорию могут иметь *несколько* сотрудников. Сотрудник имеет квалификацию только *одной* категории;
- сотрудник может выполнять *несколько* работ по проверке на разных предприятиях. Работу по проверке предприятия могут проводить *несколько* сотрудников.

Кроме того следует учесть:

- каждый сотрудник *обязательно* имеет категорию. Определенная категория

*не обязательно* может быть у сотрудников аудиторской фирмы;
- сотрудник *не обязательно* выполняет работу по проверке на предприятии. Каждая работа по проверке на предприятии *обязательно* выполняется сотрудниками.

**Задание №4.**

На склад готовой продукции фабрики по пошиву одежды в течение года поступают производимые ею товары разных моделей.

Необходимо спроектировать базу данных **ФАБРИКА**, информация кото- рой будет использоваться для учета готовой продукции, хранящейся на складе.

В БД должна храниться информация:

- о видах ТОВАРА (пальто женское, костюм женский и др.): код товара, наименование товара;
- МОДЕЛЯХ одежды, выпускаемой фабрикой: код модели, наименование мод ли, код товара, цена модели (тыс. руб.);
- ПОСТУПЛЕНИЯХ на склад: код поступления, код модели, дата поступления модели товара, количество (шт.), кто принял товар.

При проектировании БД необходимо учитывать следующее:

- товар имеет *несколько* моделей. Модель связана с *одним* товаром;
- модель связана с *несколькими* поступлениями. Поступление связано с *одной*

моделью товара.

Кроме того следует учесть:

- каждый вид товар *обязательно* имеет модели. Каждая модель

*обязательно*
связана с определенным товаром;

- модель *обязательно* связана с поступлениями на склад. Поступление *обязательно* связано с моделью товара.

**Задание №5.**

Работники турагенства продают путевки путешествий по разным странам. В каждую страну организуются несколько маршрутов. По каждому маршруту указывается цель путешествия (отдых, экскурсия, лечение, шоп-тур, обучение и др.).

Необходимо спроектировать базу данных **ТУРАГЕНСТВО**, информация которой позволит определять наиболее популярные маршруты за текущий год, отслеживать обращения клиентов и др.

В БД должна храниться информация:

- о СТРАНАХ: код страны, название страны, стоимость визы (руб.);
- МАРШРУТАХ: код страны, код маршрута, наименование маршрута;
- ПРОДАЖАХ: код маршрута, цель путешествия, цена путевки (руб.), количество проданных путевок по маршруту, дата продажи.

При проектировании БД необходимо учитывать следующее:

- в каждую страну организуются *несколько* маршрутов. Маршрут имеет отношение только к *одной* стране;
- маршрут участвует в *нескольких* продажах. Продажа связана только с *одним*
маршрутом.

Кроме того следует учесть:

- по каждой стране *обязательно* организуется маршрут. Каждый маршрут
*обязательно* имеет отношение к некоторой стране;
- маршрут *не обязательно* может участвовать в продаже (может быть невостребован). Каждая продажа *обязательно* связана с одним маршрутом.

**Задание №6.**

Отделы крупного торгового дома ежедневно продают различные виды товаров и ведут учет сведений о проданных товарах.

Необходимо спроектировать базу данных **ТОРГОВЛЯ**, информация ко- торой будет использоваться для анализа выполнения плана реализации продукции в отделах; определения товаров, пользующихся

наибольшим спросом и др.

В БД должна храниться информация:

- об ОТДЕЛАХ: код отдела, наименование отдела, Ф.И.О. заведующего отделом, телефон, объем реализации в день (руб.);
- ТОВАРАХ: артикул товара, наименование товара, единица измерения, розничная цена товара (руб.);
- ПРОДАЖАХ: артикул товара, дата продажи, количество проданного товара.

При проектировании БД необходимо учитывать следующее:

- отдел ежедневно осуществляет *несколько* продаж. Каждая продажа имеет отношение только к *одному* отделу;
- товар участвует в *нескольких* продажах. Каждая продажа соотносится только с *одним* товаром.

Кроме того следует учесть:

- каждый отдел *обязательно* осуществляет продажу. Каждая продажа *обязательно* осуществляется отделом;
- товар *не обязательно* может участвовать в продаже (может быть невостребован). В продаже *обязательно* участвует товар.

**Задание №7.**

Отделение Белпочты каждое полугодие осуществляет подписку граждан (в дальнейшем получателей) на различные издания (газеты, журналы) на один, три или шесть месяцев.

Необходимо спроектировать базу данных **ПОДПИСНЫЕ ИЗДАНИЯ**, информация которой будет использоваться для учета получателей и выписанных ими изданий.

В БД должна храниться информация:

- об ИЗДАНИЯХ, на которые можно оформить подписку: индекс издания, вид издания (газета, журнал), название издания, стоимость подписки на издание на 1 месяц (руб.);
- ПОЛУЧАТЕЛЯХ: код получателя, Ф.И.О. получателя, адрес получателя (улица, дом, квартира);
- ПОДПИСКАХ, осуществленных получателями: код получателя, индекс издания, срок подписки (в месяцах), месяц начала доставки издания, год начала доставки издания.

При проектировании БД необходимо учитывать следующее:

- получатель может осуществить подписку *несколько* раз (подписаться на несколько изданий). Каждая подписка осуществляется *одним* получателем;

- издание может быть использовано для *нескольких* подписок (на издание могут подписаться несколько получателей). Каждая подписка соответствует *одному* изданию.

Кроме того следует учесть:

- каждый получатель *обязательно* осуществляет хотя бы одну подписку. Каждая подписка *обязательно* соответствует получателю;
- на издание *не обязательно* может быть подписка (оно может быть не востребовано). Подписка *обязательно* соответствует некоторому изданию.

**Задание №8.**

Библиотека располагает фондом книг, который постоянно пополняется. Книги, находящиеся в библиотеке, изданы различными издательствами. Каждый читатель может взять на абонемент не более пяти книг на срок до 20 дней.

Необходимо спроектировать базу данных **БИБЛИОТЕКА**, информация которой будет использоваться для получения оперативной информации о наличии книг в библиотеке, наличии книг у читателя, для контроля своевременности возврата книг и др.

В БД должна храниться информация:

- об ИЗДАТЕЛЬСТВАХ: код издательства, наименование издательства, город;
- КНИГАХ: шифр книги, название книги, первый автор, год издания, цена книги (руб.), количество экземпляров (шт.);
- ЧИТАТЕЛЯХ: код читателя, Ф.И.О. читателя, адрес, телефон;
- ВЫДАЧАХ: код читателя, шифр книги, дата выдачи, роспись.

При проектировании БД необходимо учитывать следующее:

- в фонде библиотеки могут храниться *несколько* книг одного и того же издательства. Книга издается только *одним* издательством;
- книга может быть затребована *несколько* раз на выдачу. Каждая выдача относится к *одной* книге;
- читатель может быть задействован в выдаче *нескольких* книг. Каждая выдача относится к *одному* читателю.

Кроме того следует учесть:

- каждая книга, находящаяся в фонде библиотеки, *обязательно* издается издательством. Издательство *обязательно* издает книги;
- книга *не обязательно* может быть затребована на выдачу. Каждая выдача

*обязательно* связана с книгой;

- каждый читатель *обязательно* задействован в выдаче. В каждой выдаче *обязательно* задействован читатель.

**Задание №9.**

Хозрасчетная поликлиника оказывает различные медицинские услуги. Прием пациентов осуществляется врачами строго по талонам. Для врача каждой специальности определен набор талонов, используемый ежедневно. На каждого пациента заводится медицинская карта.

Оплата услуги осуществляется после приема и постановки диагноза. Стоимость визита к врачу зависит от категории врача (1-я, 2-я, 3-я) и цели посещения: консультация, обследование, лечение и др. Некоторым пациентам предоставляется скидка на обслуживание.

Необходимо спроектировать базу данных **ПОЛИКЛИНИКА**, информация которой позволит хранить сведения о заболеваниях пациентов, частоте их обращения, загрузке врачей, выручке от оказания медицинских услуг и др.

В БД должна храниться информация:

- о ВРАЧАХ: Ф.И.О. врача, специальность, категория;
- ПАЦИЕНТАХ: номер медкарты, Ф.И.О. пациента, дата рождения, адрес, пол, скидка на обслуживание (%);
- ежедневном ПРИЕМЕ пациентов: номер талона на прием к врачу, дата визита, цель посещения, стоимость визита (руб.);
- ДИАГНОЗАХ: код диагноза, наименование диагноза.

При проектировании БД необходимо учитывать следующее:

- врач осуществляет по талонам ежедневно *несколько* приемов. Каждый прием осуществляется *одним* врачом;
- пациент может приходить на прием к одному врачу *несколько* раз. На прием по талону приходит только *один* пациент;
- один и тот же диагноз выставляется на приеме *нескольким* пациентам. На одном приеме выставляется *один* диагноз.

Кроме того следует учесть:

- каждый врач *обязательно* принимает пациентов, которые взяли талон. Каждый прием *обязательно* осуществляется врачом;
- каждый пациент *обязательно* приходит на прием по талону. На каждый прием *обязательно* приходит пациент;
- возможный диагноз *не обязательно* выставляется на приеме (его может не быть у принятых врачом пациентов). На приеме *обязательно* выставляется диагноз.

**Задание №10.**

Работники цехов предприятия получают со скидкой спецодежду (халаты, тапочки, комбинезоны и др.) для выполнения производственных функций. Процент скидки зависит от занимаемой должности и может составлять от 30 до 50 % стоимости единицы вида спецодежды. Спецодежда имеет разный срок носки, по истечении которого она подлежит замене. Ежедневно кладовщик цеха ведет учет выдачи спецодежды.

Необходимо спроектировать базу данных **СПЕЦОДЕЖДА**, информация которой будет использоваться для получения оперативных сведений о наличии спецодежды у работников; формирования списка работников, нуждающихся в замене спецодежды; планирования закупок спецодежды и др.

В БД должна храниться информация:

- о СПЕЦОДЕЖДЕ: код спецодежды, вид спецодежды, срок носки, стоимость единицы (руб.);
- ЦЕХАХ, работники которых пользуются различными видами спецодежды: код цеха, наименование цеха, Ф.И.О. начальника цеха;
- РАБОТНИКАХ: код работника, Ф.И.О. работника, должность, скидка на спецодежду (%);
- ПОЛУЧЕНИИ: код работника, код спецодежды, дата получения, роспись.

При проектировании БД необходимо учитывать следующее:

- в цеху работают *несколько* работников. Работник работает только в *одном* цеху;
- работник цеха участвует в получении *нескольких* видов спецодежды. Каждое получение имеет отношение только к *одному* работнику;
- один и тот же вид спецодежды поступает *несколько* раз для получения. Каждое получение относится к *одному* виду спецодежды.

Кроме того следует учесть:

- каждый работник *обязательно* работает в цеху. В каждом цехе *обязательно* работают работники;
- работники некоторых должностей *не обязательно* участвуют в получении спецодежды. В каждом получении *обязательно* участвует работник;
- каждый вид спецодежды *обязательно* поступает для получения. Каждое получение *обязательно* относится к некоторому виду спецодежду**.**

**Задание №11.**

ГБДД города производит регистрацию автомобилей. Инспектора

дорожно- патрульной службы следят за безопасностью дорожного движения. В случае нарушения правил дорожного движения к водителям применяются меры взысканий. Виды нарушений и меры взысканий определяются Кодексом об административных правонарушениях.

Необходимо спроектировать базу данных ГБДД, информация которой будет использоваться для подведения статистики совершаемых водителями на- рушений правил дорожного движения; выявления водителей, многократно совершающих нарушения правил дорожного движения; определения наиболее аварийных районов города, размера штрафа за совершенное нарушение и др.

В БД должна храниться информация:

- о ВОДИТЕЛЯХ: *номер водительского удостоверения*, *Ф.И.О.*, *адрес*, *телефон*;
- АВТОМОБИЛЯХ: *номер автомобиля*, *марка*, *модель*, *цвет*, *год выпуска*, *дата регистрации в* ГБДД;
- НАРУШЕНИЯХ правил дорожного движения: *код нарушения*, *вид нарушения* (превышение скорости, управление автомобилем в состоянии алкогольного опьянения и др.), *штраф* за нарушение (диапазон долей базовой величины. Например, штраф за превышение скорости составляет 0,5-10 базовых величин), *предупреждение* сделать или не сделать (Да/Нет, "Да" означает, что инспектор должен сделать водителю предупреждение за совершенное нарушение), *срок лишения права управления автомобилем* (диапазон месяцев. Например, срок за управление автомобилем в состоянии алкогольного опьянения составляет 12 – 36 месяцев);
- ВЗЫСКАНИЯХ с водителей-нарушителей: *код нарушения*, *дата и время нарушения*, *номер водительского удостоверения*, *район совершения нарушения*, *размер штрафа* (доля базовой величины, определяемая инспектором по кодексу об административных правонарушениях), *оплачен штраф или не оплачен* (Да/Нет), *срок лишения права управления автомобилем* (количество месяцев, определяемое инспектором по Кодексу об административных право- нарушениях), *базовая величина* (на дату совершения нарушения, тыс. руб.), *личный номер инспектора ДПС*, установившего нарушение.

При проектировании БД необходимо учитывать следующее:

- водитель может иметь *несколько* автомобилей. Автомобиль принадлежит

*одному* водителю;

- водитель может получить *несколько* взысканий (он может совершить несколько нарушений). Взыскание применяется к *одному* водителю;
- одному и тому же нарушению могут соответствовать *несколько*

взысканий (взыскания к водителям могут применяться за один и тот же вид нарушения). Взысканию соответствует *единственное* нарушение.

Кроме того следует учесть:

- каждый водитель *обязательно* имеет автомобиль (ГБДД хранит сведения только о тех водителях, которые зарегистрировали автомобиль). Каждый автомобиль *обязательно* принадлежит водителю (ГБДД хранит сведения только о зарегистрированных автомобилях);
- водитель *не обязательно* получает взыскания (водитель может не совершить ни одного нарушения). Каждое взыскание *обязательно* применяется к водителю;
- нарушению *не обязательно* соответствует взыскание (нарушение может ни разу никем не совершаться). Каждому взысканию *обязательно* соответствует нарушение.

**Задание №12.**

ЖЭС города производит начисления за коммунальные услуги. Тарифы, установленные на них, не меняются. Квартиросъемщики должны оплачивать коммунальные услуги до 15 числа каждого месяца. За несвоевременную оплату взимается пеня за каждый день просрочки в размере 0,1 % общей суммы, под- лежащей оплате за месяц.

Необходимо спроектировать базу данных **ЖЭС**, информация которой будет использоваться для выявления неплательщиков за коммунальные услуги, определения ежемесячной суммы оплаты квартиросъемщиками за коммунальные услуги, пени за несвоевременную оплату и др.

В БД должна храниться информация:

- о КВАРТИРОСЪЕМЩИКАХ: *лицевой счет*, *Ф.И.О.*, *телефон*;
- КВАРТИРАХ: *адрес* (улица, дом, квартира), *количество проживающих*, *площадь* ($м^2$);
- УСЛУГАХ: *код услуги*, *вид услуги* (отопление, горячее водоснабжение, каналы ТВ и др.), *единица измерения* (гКал, $м^3$, шт. и др.), *тариф* (руб.);
- ОПЛАТЕ ЗА УСЛУГУ: *лицевой счет*, *код услуги*, *фактически расходовано*, *оплатить по дату* (15.ММ.ГГ), *оплачена своевременно или не своевременно* (Да/Нет), *дата оплаты* (указывается в случае, если оплата произведена не своевременно).

При проектировании БД необходимо учитывать следующее:

- квартиросъемщик снимает *одну* квартиру. Квартира имеет *одного* квартиросъемщика;
- квартиросъемщик производит оплату за *несколько* услуг. Оплата за услугу производится *одним* квартиросъемщиком;

- одна и та же услуга может быть связана с *несколькими* оплатами (она оплачивается квартиросъемщиками в разные месяцы). Оплата относится к *одной* услуге.

Кроме того следует учесть:

- каждый квартиросъемщик *обязательно* снимает квартиру. Каждая квартира

*обязательно* имеет квартиросъемщика;

- каждый квартиросъемщик *обязательно* производит оплату за услугу. Оплата за каждую услугу *обязательно* производится квартиросъемщиком;
- услуга *не обязательно* подлежит оплате (услуга может быть ни разу никому не оказана). Оплата за каждую услугу *обязательна*.

**Задание №13.**

Предприятие общественного питания "Бистро" ежедневно занимается приготовлением различных блюд по заказам клиентов. Технология приготовления каждого блюда указана в рецепте на рис. 2.1.

**Закуска "Лобио по-грузински"**

*Состав:*

фасоль стручковая 200 г, лук зеленый 40 г, масло сливочное 30 г, зелень 10 г.

*Технология приготовления:*

ломаную очищенную фасоль, нашинкованный лук посолить, посы- пать перцем и припустить в масле с небольшим количеством воды; добавить зелень и довести до готовности. Затем запечь в духовке.

*Выход – 210 г. Калорий – 725.*

*Рис. 2.1.* Пример кулинарного рецепта

Ежедневно собираются сведения о приготовленных блюдах.

Необходимо спроектировать базу данных **ОБЩЕПИТ**, информация ко- торой будет использоваться для приготовления блюд и анализа их калорийности, составления меню, определения расходов предприятия и др.

В БД должна храниться информация:

- о БЛЮДАХ, для описания которых нужны данные, входящие в их кулинарные рецепты: *номер блюда*, *название блюда*, *вид блюда* (закуска, суп, горячее и т.п.), *выход* (вес порции, г), *изображение блюда*;
- ежедневном ПРИГОТОВЛЕНИИ блюд: *номер блюда*, *количество порций*, *дата приготовления*;
- РЕЦЕПТАХ: *номер блюда*, *время приготовления блюда* (мин),

*технология приготовления*;

- ПРОДУКТАХ, из которых приготавливаются блюда: *код продукта*, *название продукта*, *калорийность* (ккал в 100 г продукта), *вес продукта* (г), *цена* (руб. за 1 кг).

При проектировании БД необходимо учитывать следующее:

- блюдо может состоять из *нескольких* продуктов. Продукт может входить в состав *нескольких* блюд;
- у блюда может быть *несколько* приготовлений (оно может приготавливаться в разные дни в некотором количестве порций). Приготовление соотносится с *одним* блюдом;
- блюдо имеет *один* рецепт. Рецепт соответствует *одному* блюду.

Кроме того следует учесть:

- каждое блюдо *обязательно* состоит из одного или нескольких продуктов. Каждый продукт *обязательно* входит в состав одного или нескольких блюд;
- блюдо *не обязательно* приготавливается (оно может быть не востребовано клиентами). Каждое приготовление *обязательно* соотносится с некоторым блюдом;
- каждое блюдо *обязательно* имеет рецепт. Каждый рецепт *обязательно* соответствует некоторому блюду.

**Задание №14.**

Интернет-магазины реализуют потребителям бытовую технику (утюги, электрочайники, кухонные комбайны и др.) разных моделей известных фирм- производителей (Philips, Bosh, Mulinex и др.). Заказы осуществляются клиента- ми в интернет-магазинах в любое время суток. После подтверждения заказа клиентом по телефону курьер доставляет ему товар по указанному адресу.

Необходимо спроектировать базу данных **ИНТЕРНЕТ-ПРОДАЖИ**, ин- формация которой будет использоваться для анализа спроса потребителей на конкретные модели товаров разных производителей, динамики реализации то- варов в интернет-магазинах за определенные интервалы времени, сравнения условий доставки товаров в разных магазинах и др.

В БД должна храниться информация:

- об ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНАХ: *код магазина, электронный адрес, оплата доставки*
(Да/Нет);

- ТОВАРАХ: *код товара, название товара, фирма, модель, технические характеристики, цена* (руб.)*, гарантийный срок,*

*изображение*;

- ЗАКАЗАХ: *код заказа, код магазина, код товара, дата заказа, время заказа, количество, Ф.И.О. клиента, контактный телефон, подтверждение заказа* (Да/Нет)*;*
- ДОСТАВКЕ: *код заказа, дата доставки, время доставки, адрес доставки, Ф.И.О. клиента, Ф.И.О. курьера.*

При проектировании БД необходимо учитывать следующее:

- товар может продаваться в *нескольких* интернет-магазинах. Интернет- магазин может предлагать к продаже *несколько* товаров;
- товар может быть связан с *несколькими* заказами. Заказ связан с *одним* товаром;
- в интернет-магазине могут осуществляться *несколько* заказов. Заказ связан с *одним* интернет-магазином;
- заказ подлежит *одной* доставке. Доставка связана с *одним* заказом.

Кроме того следует учесть:

- каждый товар *обязательно* реализуется через интернет-магазины. Каждый интернет-магазин *обязательно* реализует товары;
- товар *не обязательно* может быть заказан. Каждый заказ *обязательно* связан с товаром;
- магазин *не обязательно* может иметь заказы. Каждый заказ *обязательно* связан с определенным интернет-магазином;
- заказ *не обязательно* может быть доставлен. Каждая доставка товара *обязательно* связана с заказом.

**Задание №15.**

Банки предоставляют возможность своим клиентам осуществлять безналичные расчеты с помощью эмитируемых ими пластиковых карт и обналичивать деньги в банкоматах.

Каждый банк обслуживает свои банкоматы и своих клиентов по вопросам эксплуатации эмитируемых им пластиковых карт.

Если карточка клиента эмитирована банком, обслуживающим банкомат, то операция выдачи наличных денег банкоматом клиенту осуществляется бес- платно. Если же клиент некоторого банка обналичивает деньги в банкомате другого банка, то банкомат снимает комиссию (1,2 % суммы выдачи).

Клиенты осуществляют операции обналичивания денег в любое время су- ток и в любом банкомате.

Необходимо спроектировать базу данных **БАНКОМАТЫ,** информация которой будет использоваться для анализа операций обналичивания денег клиентами в банкоматах разных банков, частоты обслуживания банкоматами клиентов с взыманием комиссионных вознаграждений, динамики операций обналичивания денег клиентами отдельных банков в разных банкоматах за определенные интервалы времени и др.

В БД должна храниться информация:

- о БАНКАХ: *код банка, название банка, юридический адрес*;
- БАНКОМАТАХ: *номер банкомата, адрес банкомата, код банка* (обслуживающего банкомат);
- КЛИЕНТАХ: *номер карточки клиента, Ф.И.О. клиента, адрес клиента, код банка* (обслуживающего клиента);
- ОПЕРАЦИЯХ выдачи наличных денег клиентам: *номер карточки клиента, номер банкомата, дата, время, комиссия* (Да/Нет), *сумма выдачи* (руб.).

При проектировании БД необходимо учитывать следующее:

- банк обслуживает *несколько* банкоматов. Банкомат обслуживается *одним* банком;
- банк обслуживает *несколько* клиентов. Клиент обслуживается *одним* банком;
- банкомат обслуживает *несколько* клиентов. Клиент обслуживается *несколькими* банкоматами;
- банкомат осуществляет *несколько* операций обналичивания денег. Операция обналичивания денег связана с *одним* банкоматом;
- клиент осуществляет *несколько* операций обналичивания денег. Операция обналичивания денег связана с *одним* банкоматом.

Кроме того следует учесть:

- каждый банк *обязательно* имеет в обслуживании банкоматы. Каждый банкомат *обязательно* обслуживается банком;
- каждый банк *обязательно* имеет клиентов. Каждый клиент *обязательно* обслуживается банком;
- каждый банкомат *обязательно* обслуживает клиентов. Каждый клиент *обязательно* обслуживается банкоматами;
- банкомат *не обязательно* осуществляет постоянно операции выдачи наличных денег. Каждая операция выдачи наличных денег *обязательно* связана с банкоматом;

клиент *не обязательно* осуществляет операции обналичивания денег. Каждая операция обналичивания денег *обязательно* связана с клиентом.

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Целевые аудитории и таргетирование в рекламе и PR»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

## Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ .....3

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ .....4

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН.....6

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....7

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ .....8

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....14

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....16

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа учебной дисциплины «Целевые аудитории и таргетирование в рекламе и PR» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 N 512.

Дисциплина «Целевые аудитории и таргетирование в рекламе и PR» раскрывает основные понятия и базовые положения, принципы и приемы эффективного коммуникационного взаимодействия с группами общественности, лидерами мнений, потребителями и покупателями. В курсе представлен научный подход к изучению различных групп общественности и целевых аудиторий, выделению целевых сегментов, разработке коммуникационных кампаний, основанных на антропологических знаниях и результатах исследований в области поведенческой экономики и медиапотребления.

Основное содержание лекций дисциплины направлено на формирование целостного, объемного представления обучающихся о роли социологических и психологических исследований в рекламной деятельности.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 семестре.

**Цель и задачи дисциплины**

***Целью*** **изучения дисциплины** «Целевые аудитории и таргетирование в рекламе и PR» является формирование у студентов исследовательского и аналитического мышления, направленного на создание психологического портрета целевой аудитории.

***Задачи дисциплины:***

- сформировать у студентов общее представление о содержании и особенностях профессиональных задач в области таргетирования;
- познакомить студентов с различными сегментами и моделями поведения целевой аудитории;
- сформировать навыки исследования и анализа данных о целевой аудитории.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | выпускник должен знать | выпускник должен уметь | выпускник должен иметь практический опыт | |
| Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций | **ПК-2** | **ПК-2.1** Использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в офлайн и онлайн среде при реализации коммуникационного продукта | Особенности анализа целевой аудитории и портрета потребителя | Проводить марктеинговые исследовнаия, направленные на выявление портрета потребителя | Анализа целевых аудиторий проектов и продуктов | Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа |
| | | **ПК-2.2** Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами | Основные виды целевых аудиторий, алгоритмы работы с ними | Организовывать специальным мероприятия для целевых групп, используя методы онлайн и офлан коммуникаций | Работы с различными целевыми группами в профессиональной сфере | |
| Способен проводить подбор каналов продвижения, составлять стратегию продвижения и разрабатывать систему показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | **ПК-4** | **ПК-4.1** Проводит аналитические работы по выбору канала продвижения и реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Виды каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" с учетом целевых аудиторий | Анализировать влияние выбранного канала и стратегии продвижения на целевую адиторию | Стратегического анализа выбора целевых аудиторий в проекте | Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа |
| | | **ПК-4.2** Разрабатывает стратегию продвижения рекламной и PR кампании в | Стратегии продвижения рекламной и PR-кампании | Проводить подбор каналов продвижения в информационно-телекоммуникац | Подбора каналов продвижения и разработкой показателей их | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | | ионной сети "Интернет" и разрабатывать показатели их эффективности. | эффективности с использованием инструментов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет". | |
| | | **ПК-4.3** Составляет отчет по реализации стратегии продвижения проекта рекламной и PR кампании в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" на основе анализа полученных результатов показателей эффективности | Реализацию сущности и вариантов потребительского выбора, факторы вовлеченности потребителя в процесс принятия решения о покупке | Составлять отчет о жизненном стиле, внешних и внутренних факторах поведения потребителей, процесс решения о покупке и их взаимосвязь. | Реализации продвижения проекта и оценки его эффективности | |

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ/балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| | ***Очная форма*** | | | | | | | | | | |
| *Тема 1. Поведение потребителей и продвижение в диджитал-среде.* | 4 | 6 | 4 | | | | | | | 14 | Эссе/ 10<br>Отчет по практикуму по решению задач / 10 |
| *Тема 2. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей в диджитал среде. CJM.* | 4 | 6 | 4 | | | | | | | 14 | Реферат/10<br>Отчет по практикуму по решению задач / 10 |
| *Тема 3. Внутренние факторы поведения потребителей в диджитал-среде* | 4 | 7 | 4 | | | | | | | 14 | Реферат/ 10<br>Отчет по практикуму по решению задач / 10 |
| *Тема 4. Процесс потребительских решений, воронка AIDAS* | 4 | 9 | 4 | | | | | | | 14 | Реферат/ 10<br>Отчет по практикуму по решению задач/ 10 |
| *Тема 5 Организационное покупательское поведение.* | 3 | | 13 | | | | | | | 12 | Отчет по практикуму по решению задач/ 10<br>Тест/ 10 |
| **Всего** | **19** | **28** | **29** | | | | | | | **68** | **100** |
| **Контроль, час** | **36** | | | | | | | | | | **Экзамен** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **180** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **5** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Поведение потребителей и продвижение в диджитал-среде.***

Потребители. Потребление как обретение и использование товаров в материальной форме, услуг и идей. Потребительское поведение: обретение товаров, потребление и избавление от них. Модель потребительского поведения. Жизненный стиль, внешние и внутренние факторы поведения потребителей, процесс решения о покупке и их взаимосвязь. Маркетинговая ориентация предприятия и потребитель. Маркетинг отношений. Поведение потребителей и стратегия маркетинга

***Тема 2. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей в диджитал среде. CJM.***

Глобализация рынков; глобальный подход к маркетингу. Демография и структура глобальных рынков. Концепция культуры. Разнообразие культурных ценностей обществ; ценности, ориентированные на других, ценности, ориентированные на природу, ценности, ориентированные на себя. Культурные вариации в вербальных и невербальных коммуникациях. Кросс-культурные и глобальные маркетинговые стратегии

***Тема 3. Внутренние факторы поведения потребителей в диджитал-среде***

Восприятие и его роль в обработке информации потребителем. Этапы восприятия: экспозиция, внимание, интерпретация. Экспозиция; сигналы/стимулы и их избирательность. Внимание; стимульные, индивидуальные и ситуационные факторы. Стимульные факторы: размер и интенсивность, цвет и движение, изоляция, формат, компрессованные сообщения, количество информации. Не сфокусированное внимание. Интерпретация и еѐ виды: когнитивная, аффективная. Характеристики интерпретации: индивидуальные (обучение, ожидания), ситуационные (время, окружение, причина обработки информации), стимульные.

***Тема 4. Процесс потребительских решений, воронка AIDAS***

Сущность и варианты потребительского выбора. Этапы процесса принятия решения о покупке: осознание необходимости покупки, информационный поиск, оценка и выбор альтернатив до покупки, покупка, потребление, оценка альтернатив после покупки, избавление/отказ от использования. Типы потребительских решений по критерию сложности проблемы: привычные, ограниченные, расширенные решения. Покупка. Импульсивная покупка. Фактор вовлеченности потребителя в процесс принятия решения о покупке

***Тема 5 Организационное покупательское поведение.*** Сущность и масштаб организационных рынков. Организационные покупатели: индустриальные потребители (производители), перепродавцы, госструктуры. Специфика и модель организационного покупательского поведения. Факторы организационного стиля: цели, деятельность, демография. Референтная инфраструктура организационного покупателя. Организационные восприятие, мотивы, обучение, память. Покупающий центр - значение в организации и распределение ролей участников.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекции, семинары, практикумы по решению задач, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

***Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера. В процессе лекций студентам рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену. Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Преподаватель приводит список используемых и рекомендуемых источников для изучения конкретной темы.

В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

При чтении лекций по дисциплине преподаватель использует электронные мультимедийные презентации.

Обучающимся предоставляется возможность копирования презентаций для самоподготовки и подготовки к экзамену.

***Методические указания для обучающихся при работе на семинаре***

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов одногруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

***Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач.***

Отчет по практикуму по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;

- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;

- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

***Методические указания для обучающихся по подготовке к тесту***

Тест – особая форма проверки знаний. Проводится после освоения одной или нескольких тем и свидетельствует о качестве понимания основных понятий изучаемого материала. Тестовые задания составлены к ключевым понятиям, основным разделам, важным терминологическим категориям изучаемой дисциплины.

Для подготовки к тесту необходимо знать терминологический аппарат дисциплины, понимать смысл научных категорий и уметь их использовать в профессиональной лексике.

Владение понятийным аппаратом, включённым в тестовые задания, позволяет преподавателю быстро проверить уровень понимания студентами важных методологических категорий.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы.***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на внеаудиторное изучение отдельных тем или вопросов тем учебной дисциплины. Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по курсу определяется учебным планом. По заданию преподавателя студенты готовят конспекты глав или параграфов учебника, освещающих темы или дидактические единицы, вынесенные на самостоятельное изучение.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

*Работа с литературой (конспектирование)*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только

после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления, в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

*Эссе*

Эссе - короткая работа. Объем эссе составляет от трех до пяти страниц машинописного текста. Начинать необходимо с главной идеи или яркой фразы, которая сразу же должна захватить внимание читателя. Здесь часто применяется сравнительная аллегория, когда неожиданный факт или событие связывается с основной темой эссе. Эссе не может содержать много тем или идей (мыслей). Оно отражает и развивает только один вариант, одну мысль.

Эссе - есть ответ на этот единственный вопрос. Следует отвечать четко на этот поставленный вопрос и не отклонятся от темы. Текст эссе должен быть динамичным и содержать что-то новое или любопытное для читателя. При этом содержание вопроса может охватывать широкий спектр проблем, требующих привлечения большого объема литературы. В этом случае можно принять решение, согласно которому следует освещать и иллюстрировать только определенные аспекты выбранной темы. После этого не возникнет никаких сложностей, если автор не будет выходить за рамки очерченного круга, а выбор будет вполне обоснован и подкреплен соответствующими доказательствами. Исходя из решения о том, как следует отвечать на вопрос, автор должен составить план/структуру своего ответа.

Структура любой письменной работы, в том числе и эссе, как правило, состоит из таких компонентов, как введение, основная часть (развитие темы), заключение.

Введение содержит краткое обоснование актуальности и важности выбранной для исследования проблемы. Во введении необходимо сформулировать цель и задачи исследования, а также дать краткое определение используемых в работе понятий и ключевых терминов. Однако их количество в эссе не должно быть излишне большим (как правило, три или четыре).

Основная часть работы предполагает развитие авторской аргументации и анализа исследуемой проблемы, а также обоснование

выводов на основе имеющихся данных, теоретических положений и фактологического материла. При изложении основного материала эссе, необходимо писать кратко, четко и ясно.

Заключительная часть эссе должна содержать обобщение результатов исследования в форме краткого изложения основных аргументов автора. При этом следует помнить, что заключение должно быть очень кратким (0,5 – 1,0 страница).

*Реферат*

Подготовка рефератов направлена на развитие и закрепление у обучающихся навыков самостоятельного глубокого, творческого и всестороннего анализа научной, методической и другой литературы по актуальным проблемам дисциплины; на выработку навыков и умений грамотно и убедительно излагать материал, четко формулировать теоретические обобщения, выводы и практические рекомендации.

Рефераты должны отвечать высоким квалификационным требованиям в отношении научности содержания и оформления.

Темы рефератов, как правило, посвящены рассмотрению одной проблемы. Объем реферата может быть от 12 до 15 страниц текста, отпечатанного на компьютере через 1,5 интервала, (список литературы и приложения в объем не входят).

Текстовая часть работы состоит из введения, основной части и заключения.

Во введении обучающийся кратко обосновывает актуальность избранной темы реферата, раскрывает конкретные цели и задачи, которые он собирается решить в ходе своего небольшого исследования.

В основной части подробно раскрывается содержание вопроса (вопросов) темы.

В заключении кратко должны быть сформулированы полученные результаты исследования и даны выводы. Кроме того, заключение может включать предложения автора, в том числе и по дальнейшему изучению заинтересовавшей его проблемы.

В список литературы (источников и литературы) обучающийся включает только те документы, которые он использовал при написании реферата.

В приложении (приложения) к реферату могут выноситься таблицы, графики, схемы и другие вспомогательные материалы, на которые имеются ссылки в тексте реферата.

*Самопроверка*

После изучения определенной темы по записям конспекта и учебнику, решения соответствующих задач на практических занятиях и самостоятельно, обучающемуся рекомендуется, используя лист опорных сигналов, воспроизвести по памяти определения, выводы формул, формулировки основных положений и доказательств.

В случае необходимости нужно еще раз разобраться в материале. Помните, недостаточность усвоения того или иного вопроса выясняется

только при изучении дальнейшего материала. Если это имеет место быть, надо вернуться назад и повторить плохо усвоенный материал. Важный критерий усвоения теоретического материала - умение решать задачи или пройти тестирование по пройденному материалу.

*Консультации*

Если в процессе самостоятельной работы над изучением теоретического материала или при решении задач возникают вопросы, разрешить которые самостоятельно не удается, необходимо обратиться к преподавателю для получения у него разъяснений или указаний. В своих вопросах надо четко выразить, в чем испытываете затруднения, характер этого затруднения. За консультацией следует обращаться и в случае, если возникнут сомнения в правильности ответов на вопросы самопроверки.

*Подготовка к промежуточной аттестации*

Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. В процессе подготовки к промежуточной аттестации, ликвидируются имеющиеся пробелы в знаниях, углубляются, систематизируются и упорядочиваются знания. На промежуточной аттестации демонстрируются знания, приобретенные в процессе обучения по конкретной учебной дисциплине.

***Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины***

| **Наименование темы** | **Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение** | **Формы самостоятельной работы** | **Форма текущего контроля** |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Поведение потребителей и маркетинг* | Маркетинговая ориентация предприятия и потребитель. Маркетинг отношений. Поведение потребителей и стратегия маркетинга | Работа с литературой, источниками в сети Internet, Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму, написание эссе | Эссе<br>Отчет по практикуму по решению задач |
| *Тема 2. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей* | Культурные вариации в вербальных и невербальных коммуникациях. Кросс-культурные и глобальные маркетинговые стратегии | Работа с литературой, источниками в сети Internet, Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму, написание реферата | Реферат<br>Отчет по практикуму по решению задач |
| *Тема 3. Внутренние факторы поведения потребителей.* | Интерпретация и еѐ виды: когнитивная, аффективная. Характеристики интерпретации: индивидуальные (обучение, ожидания), ситуационные (время, | Работа с литературой, источниками в сети Internet, Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму, написание реферата | Реферат<br>Отчет по практикуму по решению задач |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | окружение, причина обработки информации), стимульные. | | |
| *Тема 4. Процесс потребительских решений* | Покупка. Импульсивная покупка. Фактор вовлеченности потребителя в процесс принятия решения о покупке | Работа с литературой, источниками в сети Internet, Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму, написание реферата | Реферат<br>Отчет по практикуму по решению задач |
| *Тема 5. Организационное покупательское поведение.* | Организационные восприятие, мотивы, обучение, память. Покупающий центр - значение в организации и распределение ролей участников. | Работа с литературой, источниками в сети Internet, Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму, написание к тесту | Отчет по практикуму по решению задач<br>Тест |

# 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 335 с. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. Музыкант В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 507 с. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

3. Цыганков О.М. Разработка комплекса продвижения. – М.: Лаборатория книги, 2019. - 102 с. — https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература:***

1. Алашкин П. Все о рекламе и продвижении в Интернете / под ред. П. Суворовой. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2019. - 220 с. - https://www.iprbookshop.ru

2. Воробьева Л.В. Покупательские предпочтения. – М.: Лаборатория книги, 2020. - 37 с. - https://www.iprbookshop.ru

3. Иган Джон Маркетинг взаимоотношений: анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений: учебник / пер. Е.Э. Лалаян. - 2-е изд. – М.: Юнити-Дана, 2019. - 375с. - https://www.iprbookshop.ru

4. Федотов Н.М. Стратегии привлечения клиентов. – М.: Лаборатория книги, 2020. - 96 с. - https://www.iprbookshop.ru

5. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А.

Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 486 с. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № | Наименование ресурса | Ссылка |
|---|---|---|
| 1. | Pressfeed.Журнал | https://news.pressfeed.ru/ |
| 2. | Блог российского маркетолога и копирайтера, автора ряда книг и учебников Дмитрия Кота | http://mastertext.ru/category/blog/ |
| 3. | Блог российского копирайтера, автора ряда книг и учебников Петра Панды | https://petr-panda.ru/blog/ |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

При проведении образовательного процесса по дисциплине необходимо наличие:

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)
- Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### *7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины*

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Отчет по практикуму по решению задач | Отчет по практикуму<br>10-7 – практикум выполнен, верно, в срок, представлен грамотный отчет. |

| | | |
|---|---|---|
| | | 6-5– практикум выполнен, верно, в срок, представлен неполный отчет, имеются ошибки, не влияющие на логику и алгоритм расчета.<br>4- 2- практикум выполнен в срок и содержит концептуальные ошибки.<br>0-практикум не выполнен. |
| 2 | Эссе | «10-5» – грамотное использование терминологии, свободное изложение рассматриваемой проблемы, логичность и обоснованность выводов;<br>«4» – грамотное использование терминологии, частично верные суждения в рамках рассматриваемой темы, выводы недостаточно обоснованы;<br>«3» – грамотное использование терминологии, способность видения существующей проблемы, необоснованность выводов, неполнота аргументации собственной точки зрения. |
| 3 | Реферат | «10-5» – грамотное использование терминологии, свободное изложение рассматриваемой проблемы, логичность и обоснованность выводов;<br>«4» – грамотное использование терминологии, частично верные суждения в рамках рассматриваемой темы, выводы недостаточно обоснованы;<br>«3» – грамотное использование терминологии, способность видения существующей проблемы, необоснованность выводов, неполнота аргументации собственной точки зрения. |
| 4 | Тестовые задания | «10-5» – верные ответы составляют более 90% от общего количества;<br>«4-3» – верные ответы составляют 80-50% от общего количества;<br>«2-0» – менее 50% правильных ответов |

## *Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости*

***Примеры заданий практикума по решению задач***

***Задание 1.***

Разработать план исследования потребителей по заданному брифу,

***Задание 2.***

Проанализировать собранные данные о потребителе и сделать выводы.

***Задание 3.***

Сформулировать бриф на разработку стратегии на основе психологического портрета потребителя

***Задание 4.***

Разработать бриф на проведение исследования потребителей для заданного бизнеса.

***Примерные темы эссе***

1. Определение понятия целевой аудитории с точки зрения коммуникаций. Определение рекламы с точки зрения маркетинга.

2. Классификация рекламы. Основные виды рекламы: коммерческая, политическая и социальная.

3. Реклама и общество. Роль рекламы в основных сферах жизни современного общества.

4. Реклама как средство маркетинговых коммуникаций. Цели и функции таргетирования.

5. Принципы взаимодействия рекламы с другими средствами маркетинговых коммуникаций: паблик рилейшнз, стимулированием сбыта и прямым маркетингом (ИМК).

6. Целевые аудитории и роль рекламы в формировании и продвижения бренда.

7. Фирменный стиль. Применение элементов фирменного стиля в рекламе.

8. Принципиальная схема таргетирования.

9. Потребитель как генератор обратной связи в рекламном процессе. Типы покупательского поведения. Процесс принятия решения о покупке.

10. Косвенные участники рекламного процесса: виды и их функции.

11. Критерии выбора средства распространения рекламы и поиска целевой аудитории.

***Примерные темы рефератов***

1. Таргетирование в телевизионной рекламе.

2. Таргетирование в рекламе на радио.

3. Таргетирование в реклама в прессе. Рекламные возможности газет и журналов.

4. Таргетирование в печатной рекламе.

5. Таргетирование в наружной рекламе и в рекламе на транспорте.

6. Таргетирование в Интернет-рекламе.

7. Нетрадиционные средства рекламы - ambient media и партизанская реклама.

8. Рекламное обращение: основные этапы процесса разработки производства. Модели рекламного воздействия.

9. Содержание рекламного обращения. Мотивы поведения потребителя и их использование в рекламной аргументации. Теория УТП.

10. Форма рекламного сообщения: тон и устойчивые стилевые решения.

11. Текстовая структура рекламного обращения.

12. Правила изобразительного оформления рекламного обращения.

13. Функциональность рекламы: приемы увеличения.

14. Первичная и вторичная информация в рекламе. Основные этапы процесса рекламного исследования.

15. Виды рекламных исследований. Исследования эффективности рекламы.

16. Рекламная кампания: основные этапы планирования и реализации. Методы определения бюджета рекламной кампании.

17. Таргетирование и принципы разработки креативной и медиастратегии.

***Типовой тест***

**Что из перечисленного характеризует целевой сегмент?**

a) обретение и использование продуктов
b) покупка товаров
c) эксплуатация товаров
d) все вышеперечисленное

**Что из нижеперечисленного основано на знании целевой аудитории?**

a) стимулирование сбыта на местах продаж
b) расчет цены по методу "издержки плюс прибыль"
c) позиционирование товара
d) все вышеперечисленное

**Что из нижеперечисленного не относится к факторам внешнего влияния на поведение ЦА?**

a) культура
b) жизненный стиль
c) социальный статус
d) нет достоверного ответа

**Какие элементы культуры определяют поведение ЦА**

a) правила поведения
b) ценности
c) нормы
d) все перечисленные элементы

**Какие критерии лежат в основе определения социально-классовой системы общества?**

a) ценности индивидуумов
b) жизненные стили индивидуумов
c) отношения индивидуумов
d) все вышеперечисленные критерии

**Какой научный подход к обучению потребителя "игнорирует" ментальные процессы, рассматривая его как развитие ассоциаций между стимулами и реакциями?**

a) классическая условная рефлексия

b) когнитивный подход
c) бихевнористский подход
d) нет правильного ответа

**Социальным мотивом покупателя при посещении магазина является:**

a) физическая активность
b) знакомство с новыми тенденциями
c) контакт с людьми сходных интересов

**Самые высокие требования к торговому персоналу предъявляют:**

a) традиционные шопперы
b) сервисные шопперы
c) активные шопперы

**Что из указанного ниже не относится к характеристикам источника покупки?**

a) реклама, местонахождение
b) имидж, размер
c) среднегодовое количество покупателей

**Какая ситуация является решающей для покупочного решения?**

a) экспозиция в точке покупке
b) торговый персонал магазина
c) ситуация отсутствия товара

**Является ли послепокупочный диссонанс опасным для продавца?**

a) да
b) иногда, если товар возвращен продавцу
c) нет

**Какие факторы определяют ритуальный характер потребления продукта при организационной покупке?**

a) возможность одолжить или сдать в аренду
b) возможность обмена, коллекционирования
c) возможность использования по основному назначению

**Что такое ремаркетинг?**

a) деятельность маркетологов в направлении, противоположном первоначальному
b) деятельность маркетологов на рынке подержанных товаров
c) деятельность маркетологов по расширению продуктной

категории на рынке

**Какая цепочка понятий является верной?**

a) все покупатели – повторные покупатели - приверженные покупатели -удовлетворенные покупатели

b) все покупатели – приверженные покупатели – повторные покупатели - удовлетворительные покупатели

c) все покупатели – удовлетворительные покупатели – повторные покупатели – приверженные

### *7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации*

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена.

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:<br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины. | Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:<br>1:0-30;<br>2:0-30;<br>3:0-40 **.**<br>**-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые аргументы, использована профессиональная терминология<br>Задание выполнено правильно.<br>Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые аргументы, использована профессиональная терминология.<br>Ход выполнения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые аргументы, использована профессиональная терминология.<br>Задание выполнено частично.<br>**-Менее 50 (неудовлетворительно**)– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задание не выполнено. |

### *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

**Задания 1 типа**

1. Поведение потребителей и маркетинг: взаимосвязь областей знаний.

2. Роль поведения потребителей в принятии маркетинговых решений.

3. Потребительская ориентация организации: внешний и внутренний маркетинг.

4. Процесс принятия потребительского решения и его факторы.

5. Факторная модель потребительского поведения

6. Факторы глобализации рынков. Интернет-маркетинг и поведение потребителей.

7. Факторы внешнего влияния на потребительское поведение.

8. Демография и культура в потребительском поведении.

9. Ценностный компонент культуры потребительского сегмента

10. Культурные вариации в потребительском поведении.

11. Особенности кросс-культурных и глобальных маркетинговых стратегий: потребительский аспект.

12. Интеррыночная сегментация: факторы и примеры использования.

13. Социальное положение потребителя и его маркетинговое значение.

14. Социальный статус потребителей: показатели и выбор шкалы оценки.

15. Типы групп влияния на потребительское поведение.

16. Формы влияния референтных групп на потребительский выбор.

17. Модели процессов персонального влияния; глобальные коммуникации.

18. Диффузия инноваций и классификация потребителей по скорости освоения инноваций.

19. Лица, влияющие на мнения: характеристика, мотивация влияния, использование в маркетинге.

20. Домохозяйство, его типы, структура, жизненный цикл в маркетинговых решениях.

21. Домохозяйство; ролевое поведение и социализация потребителя в маркетинговых решениях.

22. Внутренние факторы поведения потребителей и их использование в маркетинге.

23. Процесс обработки информации потребителем и его маркетинговое значение.

24. Восприятие, его компоненты и роль в обработке информации потребителем.

25. Стимульные факторы в восприятии маркетинговых сообщений.

**Задания 2 типа**

1. Приведите пример таргетирования через жизненный стиль

2. Какие бывают ресурсы потребителей и каково их маркетинговое значение.

3. Пример метода измерения знания потребителя о продукте, его покупке и использовании.

4. От чего зависит отношения потребителей к продукту

5. От чего зависит отношение потребителей к продукту, производителю, продавцу и методы его измерения.

6. Пример иерархии критериев формирования отношения потребителей к продукту

7. Как измерить отношения потребителя к продукту по аффективному, как - по поведенческому и когнитивному компонентам.

8. Пример ситуационного фактора в принятии решения о покупке

9. Критерий классификации потребительских решений. Приведите пример.

10. Как активировать осознания проблемы потребителем.

11. Как осуществляется информационный поиск в потребительском решении.

12. Какие существуют оценочные критерии в потребительском решении.

13. Правило принятия решений о выборе альтернатив, приведите пример работы этого правила.

14. Пример некомпенсационного правила решений.

15. 15 Пример компенсационного правила решений.

16. Пример простого и взвешенного сложения.

17. Мотивы шоп-туров. Приведите примеры.

18. В чем суть маркетинга отношений, приведите примеры.

19. Варианты использования покупок потребителем и их значение в маркетинге.

20. Послепокупочная оценка альтернатив; пути сохранения потребителей.

21. Приведите примеры типов деловых покупателей и решений о покупке; выделите специфику маркетинга для каждого типа.

22. Охарактеризуйте деловое, в том числе организационное, покупательское поведение.

23. Организационный стиль и его факторы. Покупающий центр. Типы решений.

24. Выделите внешние факторы организационного покупательского поведения. Референтная инфраструктура организации-покупателя.

25. Что такое консьюмеризм — выделите глобальные перспективы этого явления.

**Задания 3 типа**

***Задание 1.***

Разработать план исследования потребителей по заданному брифу

***Задание 2.***

Проанализировать собранные данные о потребителе и сделать выводы.

***Задание 3.***

Сформулировать бриф на разработку стратегии на основе психологического портрета потребителя

***Задание 4.***

Разработать бриф на проведение исследования потребителей для заданного бизнеса.

*Сферы бизнеса для выбора брифа*

1. Сетевая розничная торговля продуктами питания.
2. Сетевая розничная торговля непродовольственными товарами.
3. Детские товары.
4. Отечественные продукты питания.
5. Лекарственные препараты.
6. Ювелирные украшения.
7. Бытовые услуги.
8. Банковские услуги.
9. Образование и просвещение.
10. Политическая партия.
11. Книжно-журнальная продукция.
12. Туризм и рекреация.
13. Мобильная связь.
14. Бытовая техника и электроника.
15. Парфюмерия и косметика.
16. Мебель и предметы интерьера.
17. Средства массовой информации.
18. Пассажирские перевозки.
19. Цветы и подарки.
20. Сеть автозаправочных станций.

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Интернет-маркетинг в рекламе и связях с общественностью»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

## Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ 3

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 4

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН 6

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 7

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ 8

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 12

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 15

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Интернет-маркетинг в рекламе и связях с общественностью» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*, утвержденным приказом Минобрнауки России от № 512 от 08.06.2017.

Дисциплина «Интернет-маркетинг в рекламе» направлена на формирование комплекса знаний и практических навыков использования практического инструментария в области теории и практики интернет-маркетинга в рекламе.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 семестре.

**Цель и задачи дисциплины**

Дисциплина «Интернет-маркетинг в рекламе и связях с общественностью» является дисциплиной, формирующей у студентов глубокие знания в области маркетинговой и рекламной деятельности в сети интернет.

***Целью*** освоения дисциплины является формирование у студентов понятийного аппарата, инструментария и методологии деятельности в сфере интернет-маркетинга в рекламе.

***Задачи изучения дисциплины:***

- освоение методов, видов и инструментов интернет – маркетинга в рекламе и связях с общественностью;
- изучение практики использования всех аспектов традиционного маркетинга и рекламы в Интернете, с целью продажи продукта или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними;
- овладение инструментами продвижения компании в глобальной сети в соответствии с общей стратегией развития бизнеса.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **знать** | **уметь** | **иметь практический опыт** | |
| Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного канала | ПК-1 | ПК-1.1 использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта | виды и особенности применения различных инструментов digital-рекламы, этапы работ при реализации маркетинговых задач в цифровой среде | выстраивать отношения с подрядчиками услуг по digital-маркетингу | оценивать эффективность как акций digital маркетинга так и традиционных акций и кампаний при помощи интернет инструментов. | Контактная работа: Лекции Лабораторный практикум Самостоятельная работа |
| | | ПК-1.2 принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта | работать с поисковой системой, знать внутреннюю оптимизацию сайта | составлять портрет целевой аудитории, и уникальное ценностное предложение, настроить и подключить веб-аналитику | планирования программ интернет-маркетинга | |
| | | ПК-1.3 осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами | основные принципы и методы работы с ЦА в интернет-маркетинге | планировать и организовывать под контролем кампании и мероприятия для целевых групп продвижения в сети Интернет | оценки эффективности продвижения целевых групп в сети Интернет | |
| Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические | ПК-2 | ПК-2.1 использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в офлайн и онлайн среде при реализации | основные технологии разработки стратегии продвижения | составлять медиапланы продвижения коммуникационного | медиалпанирования и продвижения коммуникационного продукта в | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций | | коммуникационного продукта | коммуникационного продукт средствами интернет-маркетинга | продукта | офлайн и он-лайн среде | |

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ/балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный [illegible] | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической | | |
| *Тема 1. Информационные технологии в маркетинге и рекламе* | 3 | | | | | 7 | | | | 17 | Отчет по лабораторному практикуму/20 |
| *Тема 2. Продукт. Позиционирование. Дизайн. Usability. Бизнес-планирование* | 4 | | | | | 7 | | | | 17 | Отчет по лабораторному практикуму/20 |
| *Тема 3. Способы продвижения и критерии оценки эффективности.* | 4 | | | | | 8 | | | | 17 | Отчет по лабораторному практикуму/20 |
| *Тема 4. Мониторинг Интернет-проектов* | 4 | | | | | 8 | | | | 18 | Отчет по лабораторному практикуму/20 |
| *Тема 5. Работа с интернет-аудиторией* | 4 | | | | | 8 | | | | 18 | Отчет по лабораторному практикуму/20 |
| **Всего:** | **19** | | | | | **38** | | | | **87** | **100** |
| **Контроль, час** | **36** | | | | | | | | | | **Экзамен** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **180** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных** | **5** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**Тема 1. Информационные технологии в маркетинге и рекламе.**

Введение. Цели и задачи курса. Методы контроля. Определение интернет-маркетинга в рекламе. Продукт, цена, площадка, продвижение. Методологические источники интернет-маркетинга в рекламе (экономика, общая теория маркетинга, партизанский маркетинг) и смежные дисциплины (теория коммуникаций, информационный консалтинг, конкурентная разведка и пр). Web-приложения. Структура Web-приложений. Web-форма.

**Тема 2. Продукт. Позиционирование. Дизайн. Usability. Бизнес-планирование**

Отличия видов позиционирования. Четкое и нечеткое позиционирование: примеры. Дифференциация по видам деятельности. Различия в коммуникациях и продвижении b2b и b2c. Виды и модели работы электронных площадок.

Важность и риски при разработке дизайна. Что такое usability и usability аудит. Применимость usability-анализа – всегда ли это необходимо. Что можно тестировать. Виды usability-тестирования. Что важнее – SEO-оптимизация или usability. Процесс разработки пользовательского интерфейса. Специализированные инструменты usability-тестирования и анализа. Подводные камни юзабилити тестирования

**Тема 3. Способы продвижения и критерии оценки эффективности.**

Ценовые модели размещения рекламы (CPM, CPA и т.д.)**.** Конверсия и ROI интернет-рекламы. Пост-клик маркетинг. Методы оптимизации конверсии. Сплит-тесты (А/Б тестирование). Механизмы отслеживания эффективности рекламы. Медийная реклама. Рынок интернет-рекламы: объемы и сегментация. Применимость различных методов рекламы. Баннеры (виды, типы размещений, технологии).

Виды мобильных сервисов. Аудитория и статистика мобильного интернета. Маркетинг мобильных приложений. Монетизация мобильных сервисов и проблемы монетизации. Реклама в мобильных приложениях.

Продвижение проектов. Социальное, вирусное, поисковое продвижение (аудит, рерайтинг, АГС фильтры, ТИЦ, PageRank).

Статистика и охват аудитории. Прямой маркетинг (e-mail, RSS). Мобильный сайт или мобильное приложение? Критерии эффективности. Закупка новостного трафика (на примере Reedme, RedTram, marketgid). Контекстная реклама (Яндекс.Директ, Гугл.Адсенс, Бегун). Закупка целевого трафика с Яндекс.Маркет. Лидогенерация (плюсы и минусы).

**Тема 4. Мониторинг Интернет-проектов**

Выбор инструментов статистики. Системы статистики (Li.ru, Яндекс.Метрика, Google.Analytics). Отчеты TNS, Гэллоп Медиа по аудитории. Подборки новостей (на базе Google.Reader, Яндекс.Лента).

**Тема 5. Работа с интернет-аудиторией**

Определение целевой аудитории. Удержание и наращивание аудитории. Якорные сервисы. Работа с контентом. Внутренние коммуникации. Поучаем, развлекая. Работа с репутацией. Работа с отрицательными отзывами.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплине «Интернет-маркетинг в рекламе и связях с общественностью» используются такие виды учебной работы, как лекции, лабораторные практикумы, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

***Методические указания для обучающихся по подготовке к лекции***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

***Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных практикумов***

Лабораторные практикумы выполняются в соответствии с рабочим

учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к выполнению лабораторного практикума, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя рекомендации о порядке выполнения заданий;
- настроить под руководством преподавателя инструментальные средства, необходимые для проведения лабораторного практикума
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, требованиях к оформлению, форме представления и критериях оценки результатов работы;

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

*Порядок проведения практикума.*

1. Получение задания и рекомендаций к выполнению практикума.
2. Настройка инструментальных средств, необходимых для выполнения практикума.
3. Выполнение заданий практикума.
4. Подготовка отчета в соответствии с требованиями.
5. Сдача отчета преподавателю.

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

*Требования к оформлению результатов практикумов.*

При подготовке отчета: изложение материала должно идти в логической последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, шрифт TimesNewRoman, размер – 14, выравнивание по ширине, отступ первой строки – 1,25, междустрочный интервал – 1,5, правильное оформление рисунков (подпись, ссылка на рисунок в тексте).

При подготовке презентации: строгий дизайн, минимум текстовых элементов, четкость формулировок, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, воспринимаемая графика, умеренная анимация.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого

обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

*Работа с литературой*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по курсу определяется учебным планом.

*Самопроверка*

После изучения определенной темы по записям конспекта и учебнику, решения соответствующих задач на практических занятиях и самостоятельно, обучающемуся рекомендуется, используя лист опорных сигналов, воспроизвести по памяти определения, выводы формул, формулировки основных положений и доказательств.

В случае необходимости нужно еще раз разобраться в материале. Помните, недостаточность усвоения того или иного вопроса выясняется только при изучении дальнейшего материала. Если это имеет место быть, надо вернуться назад и повторить плохо усвоенный материал. Важный критерий усвоения теоретического материала - умение решать задачи или пройти тестирование по пройденному материалу.

*Консультации*

Если в процессе самостоятельной работы над изучением

теоретического материала или при решении задач возникают вопросы, разрешить которые самостоятельно не удается, необходимо обратиться к преподавателю для получения у него разъяснений или указаний. В своих вопросах надо четко выразить, в чем испытываете затруднения, характер этого затруднения. За консультацией следует обращаться и в случае, если возникнут сомнения в правильности ответов на вопросы самопроверки.

***Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины***

| **Наименование темы** | **Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение** | **Формы самостоятельной работы** | **Форма текущего контроля** |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Информационные технологии в маркетинге и рекламе.* | Методологические источники интернет-маркетинга в рекламе (экономика, общая теория маркетинга, партизанский маркетинг) и смежные дисциплины (теория коммуникаций, информационный консалтинг, конкурентная разведка и пр). | Написание конспекта<br>Работа с литературой, источниками в сети Internet<br>Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму | Отчет по лабораторному практикуму по теме № 1 |
| *Тема 2. Продукт. Позиционирование. Дизайн. Usability. Бизнес-планирование* | Что важнее – SEO-оптимизация или usability. Процесс разработки пользова-тельского интерфейса. Специализированные инструменты usability-тестирования и анализа. Подводные камни юзабилити тестирования | Написание конспекта<br>Работа с литературой, источниками в сети Internet<br>Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму | Отчет по лабораторному практикуму по теме №2 |
| *Тема 3. Способы продвижения и критерии оценки эффективности.* | Статистика и охват аудитории. Прямой маркетинг (e-mail, RSS). Мобильный сайт или мобильное приложение? Критерии эффективности. Закупка новостного трафика (на примере Reedme, RedTram, marketgid). Контекстная реклама (Яндекс.Директ, Гугл.Адсенс, Бегун). Закупка целевого трафика с Яндекс.Маркет. Лидогенерация (плюсы и минусы). | Написание конспекта<br>Работа с литературой, источниками в сети Internet<br>Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму | Отчет по лабораторному практикуму по теме №3 |
| *Тема 4. Мониторинг Интернет-проектов* | Отчеты TNS, Гэллоп Медиа по аудитории. Подборки новостей (на базе Google.Reader, Яндекс.Лента). | Написание конспекта<br>Работа с литературой, источниками в сети Internet<br>Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму | Отчет по лабораторному практикуму по теме №4 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| *Тема 5. Работа с интернет-аудиторией* | Работа с контентом. Внутренние коммуникации. Поучаем, развлекая. Работа с репутацией. Работа с отрицательными отзывами. | Написание конспекта Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму | Отчет по лабораторному практикуму по теме №5 |

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1. Москалев, С. М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе : учебное пособие / С. М. Москалев ; Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2018. – 101 с. : ил. – https://www.iprbookshop.ru

2. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 335 с.— Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru.

***Дополнительная литература***

*1*. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 391 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8299-2. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 507 с. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № п/п | Полное название ресурса | Адрес ресурса |
|---|---|---|
| 1. | MercatorGroup | http://www.mercator.ru/ |
| 2. | РИА Новости. Россия сегодня | https://ria.ru/ |
| 3. | GfK. Международный институт | https://www.gfk.com/ru/ |

| | | |
|---|---|---|
| | маркетинговых и социальных исследований | |
| 4. | Research Rethink React. Исследовательский холдинг Ромир | http://romir.ru/ |
| 5. | Фонд Общественное мнение (ФОМ) | http://corp.fom.ru/ |
| 6. | Институт социологии Российской академии наук | http://www.isras.ru/ |
| 7. | Всероссийский центр исследований общественного мнения (ВЦИОМ) | https://wciom.ru/ |
| 8. | Mediascope | http://mediascope.net/ |
| 9. | Ассоциация коммуникационных агентств России | http://www.akarussia.ru/files/docs/akar_sprav2015.pdf<br><br>http://www.akarussia.ru/files/docs/akar_industrialnye_standarty_prezentaciya.pdf |
| 10. | LPgenerator. | https://lpgenerator.ru/blog/2015/05/06/medijnaya-reklama-v-internete-vidy-preimushestva-effektivnost/<br>https://lpgenerator.ru/blog/categorie |
| 11. | Яндекс | https://yandex.ru/adv/products/display?menu=open/<br>https://yandex.ru/adv/products/context?menu=open// |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Лаборатория информационных технологий для проведения лабораторных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональные компьютеры; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)
- Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### *7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины*

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Лабораторный практикум | 17-20 – ключевые аспекты практикума сформулированы правильно, аргументация и выводы логичны, подкреплены знанием научных фактов.<br>13 –16– ключевые аспекты практикума сформулированы правильно, аргументация и выводы представлены только на одном из уровней мышления;<br>9-12 – ключевые аспекты практикума сформулированы в основном правильно, выводы и послания проекта являются достаточными, хотя и не всегда аргументированными.<br>8-1 – содержание практикума не раскрывает тему, отсутствует аргументация и выводы, не используется профессиональная лексика. |

### *Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости*

### *5 семестр*

*Лабораторный практикум №1*

*Тема: Проверка ссылок.*

Цель работы: Проверка на сайте внутренних и внешних ссылок на наличие битых и отсутствующих страницы, наличие страницы 404, ошибка 500.

Задачи: • научиться проверять актуальность ссылки с помощью онлайнсервисов; • научиться проверять ошибку 500; • научиться проверять наличие страницы 404. В лабораторной работе описываются способы проверки на сайте внутренних и внешних ссылок с помощью сторонних сервисов, а также описание ошибок. Внешний вид лабораторной работы представлен на рисунке 1.

**1. Проверка ссылок**

Лабораторные работы

## Лабораторная работа 1 «Проверка ссылок»

**Цель работы.** Проверка на сайте внутренних и внешних ссылок на наличие битых и отсутствующих страницы, наличие страницы 404, ошибка 500.

**Задачи.**

- Научиться проверять актуальность ссылки с помощью онлайн-сервисов;
- Научиться проверять ошибку 500;
- Научиться проверять наличие страницы 404.

**Краткие теоретические сведения**

**БИТЫЕ ССЫЛКИ**

Битая ссылка — ссылка на несуществующую страницу, документ, изображение. Переходя по битой ссылке пользователь, в лучшем случае, видит сообщение о том, что страница не найдена. В худшем случае он видит служебную страницу сервера.

Чтобы найти битые ссылки можно пройтись по всему сайту и понажимать по всем увиденным ссылкам. Это неплохой метод для сайта из пяти страниц, но что делать, когда количество страниц переваливает за несколько сотен, а то и тысяч? Ручная проверка явно не эффективна.

Существует несколько автоматизированных решений:

- Инструментарий вебмастера Яндекс и Google;
- Разнообразное программное обеспечение;
- Онлайн-сервисы.

**Задание:**

**1.** Для онлайн проверки сайта на битые ссылки перейдем на сервер http://www.brokenlinkcheck.com. Он

Рисунок 1. – Лабораторная работа №1 «Проверка ссылок»

В процессе выполнения студенты анализируют предложенный сайт на битые ссылки с использованием сторонних сервисов и рисуют страницу ошибки 404 и 500.

В лабораторной работе содержится галерея интересных примеров страниц 404 (рисунок 2).

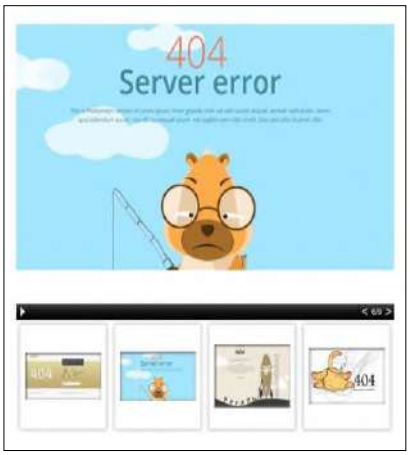



Рисунок 2 – Галерея примеров страниц 404

Последовательно заполняя отчет.

*Лабораторный практикум*
***№ 2***
***Тема:*** *Тестирование юзабилити.*

**Цель работы:** Проанализировать дизайн сайта на соответствие различным критериям.

**Задачи:**

- проверка соответствия логотипа на корпоративные цвета, цветовые линейки;
- принципы юзабилити сайта.

В лабораторной работе описываются способы тестирования юзабилити интерфейса сайта. Внешний вид лабораторной работы представлен на рисунке 4.

**2. Тестирование юзабилити**

Лабораторные работы

**Лабораторная работа 2 «Тестирование юзабилити»**

**Цель работы.** Проанализировать дизайн сайта на соответствие различным критериям.

**Задачи.**

- Проверка соответствия логотипа на корпоративные цвета, цветовые линейки;
- Принципы юзабилити сайта.

**Краткие теоретические сведения**

**ЮЗАБИЛИТИ**

Под понятием юзабилити сайта подразумевается простое и удобное использование веб-ресурса посетителями.

Основные проблемы юзабилити сайтов, с которыми сталкиваются пользователи это:

- отсутствие хорошей навигации;
- сложная или запутанная структура;
- неудачное расположение элементов сайта;
- неуместное использование рекламы.

**ВИЗУАЛЬНАЯ ИЕРАРХИЯ**

Визуальная иерархия один из важнейших принципов эффективного дизайна. Фактически это порядок, в котором человеческий глаз воспринимает увиденное.



Рисунок 4. – Лабораторная работа №2 «Тестирование юзабилити».

В рамках лабораторной работы проверяется дизайна на соответствие различным критериям, таким как, соответствие принципам Usabilty:

Принцип «Визуальная иерархия».

Визуальная иерархия один из важнейших принципов эффективного дизайна. Фактически это порядок, в котором человеческий глаз воспринимает увиденное. Не зная ничего об этих кругах, вы можете легко распределить их по важности. Это и есть визуальная иерархия (рисунок 5).




Рисунок 5 – Принцип визуальной иерархии.

Визуальной иерархии элементов можно добиться не только с помощью размера. Например, разработчики сайта Amazon решили выделить кнопку

«Добавить в корзину» цветом (рисунок 6).




Рисунок 6. – Пример выделения кнопки цветом

В лабораторной работе студенты должны оценить расположение и размеры значимых блоков.

Принцип «Золотое сечение».

Золотое сечение – это магическое число 1,618, которое делает все вещи пропорциональными и эстетически привлекательными (по крайней мере, считается, что это так). Вот пример того, как выглядит золотое сечение (рисунок 7).

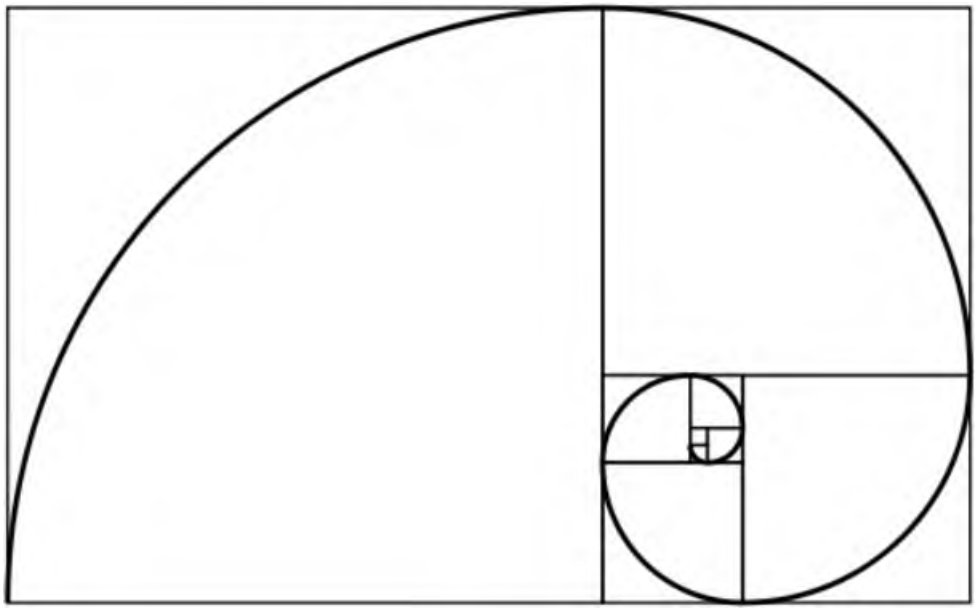


Рисунок 7 – Принцип золотого сечения

В лабораторной работе студенты должны оценить и применить золотое сечение при проверке сайта. Вот, к примеру, сайт Twitter (рисунок 8):

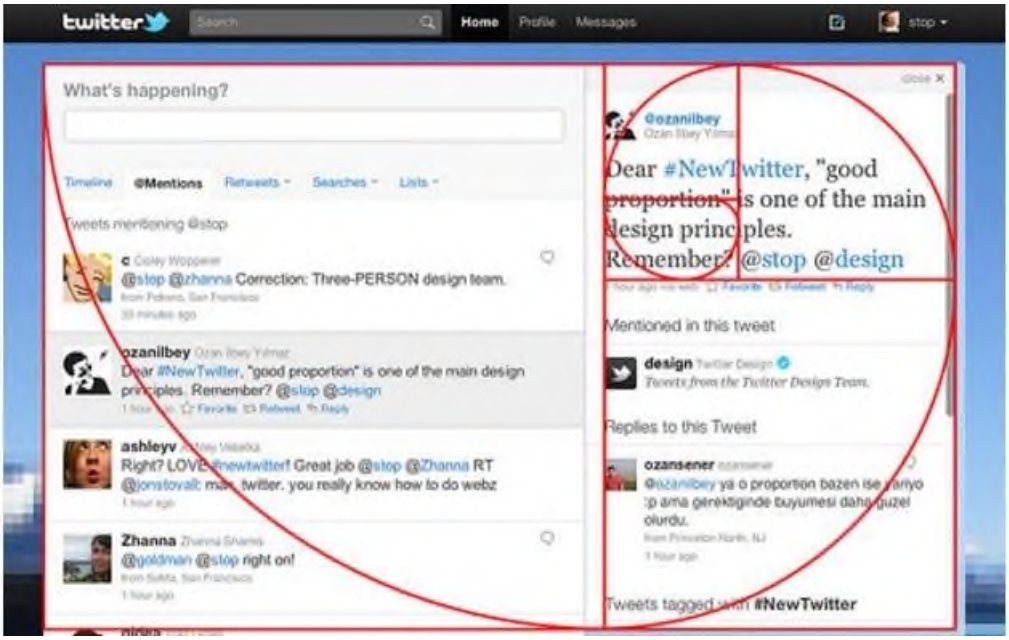



Рисунок 8 – Пример применения золотого сечения

Принцип «Баланса».

Баланс — это равновесие взаимодействующих или противоположных сил в композиции. В такой композиции не возникает ощущения, что какая-то ее часть доминирует над всем остальным. Баланса можно достичь с помощью правильного размещения объектов, размеров объекта и по цвету. Баланс может быть симметричным (верхний рисунок), асимметричным (нижний рисунок), радиальным (объекты расположены кругом и расходятся из одной точки) (рисунок 9).

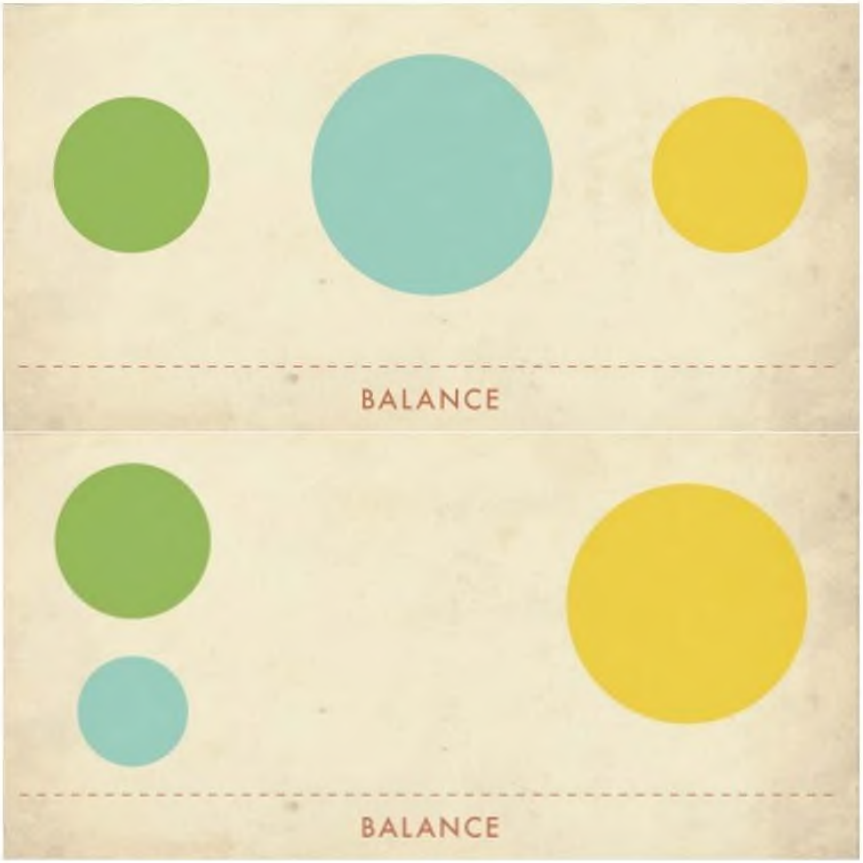



Рисунок 9 – Принцип баланса

В лабораторном практикуме оцениваются расположение элементов в разрезе равновесия (рисунок 10).

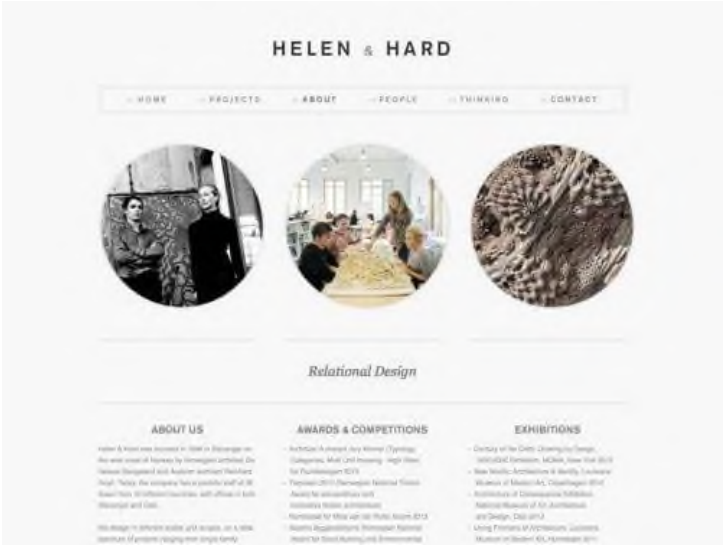



Рисунок 10 – Пример применения принципа баланса.

Принцип «Контраста».

Контраст — это взаимодействие противоположных элементов композиции, таких как цвет, размер, текстура и т.д. Примеры контраста: большой и маленький, шероховатый и гладкий, толстый и тонкий, черный и белый (рисунок 11).

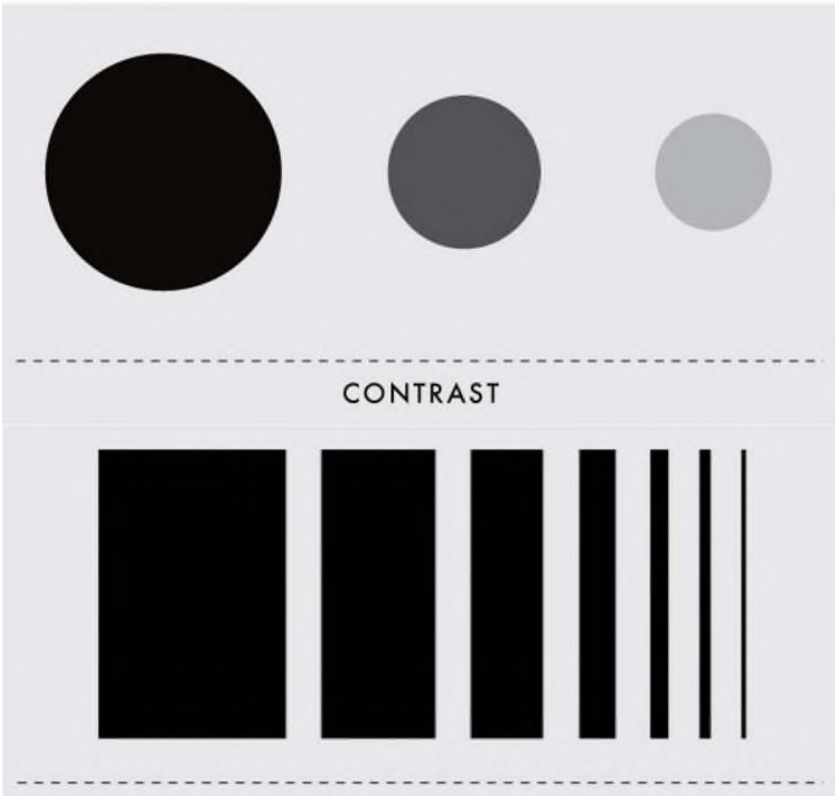



Рисунок 11. – Принцип контраста

В лабораторном практикуме осуществляется поиск в интернете контрастных сайтов и анализ их страниц (рисунок 12).

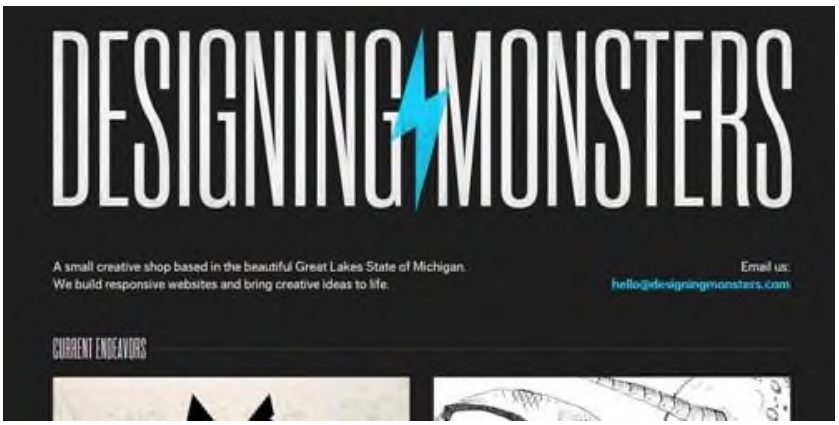



Рисунок 12. – Пример контраста на сайте

Внешний вид отчета по лабораторному практикуму №2 «Тестирование юзабилити» представлен на рисунке 13.

**Отчет по лабораторной работе 2 «Тестирование юзабилити»**

Студент Ф.И.О.

Группа номер группы

1. Проверьте сайт на соответствие принципу визуальной иерархии. Укажите номер выбранного сайта, напишите результат проверки.
   Номер сайта:
   Результат проверки:
2. Проверьте сайт на соответствие принципу золотого сечения. Укажите номер выбранного сайта, напишите результат проверки.
   Номер сайта:
   Результат проверки:
3. Проверьте сайт на соответствие принципу баланса. Укажите номер выбранного сайта, напишите результат проверки.
   Номер сайта:
   Результат проверки:
4. Проверьте сайт на соответствие принципу контраста. Укажите номер выбранного сайта, напишите результат проверки.
   Номер сайта:
   Результат проверки:
5. Зайдите на сайт . Найдите логотип сайта, вставьте его в отчет.

Рисунок 13. – Отчет по лабораторной работе 2 «Тестирование юзабилити»

*Лабораторный практикум №3*

*Тема: Тестирование бизнес-логики.*

Цель работы: Ознакомиться с тестированием бизнес-логики и интер-фейса, выполнить проверку валидности форм, работоспособность капчи и регистрацию на сайте.

Задачи:

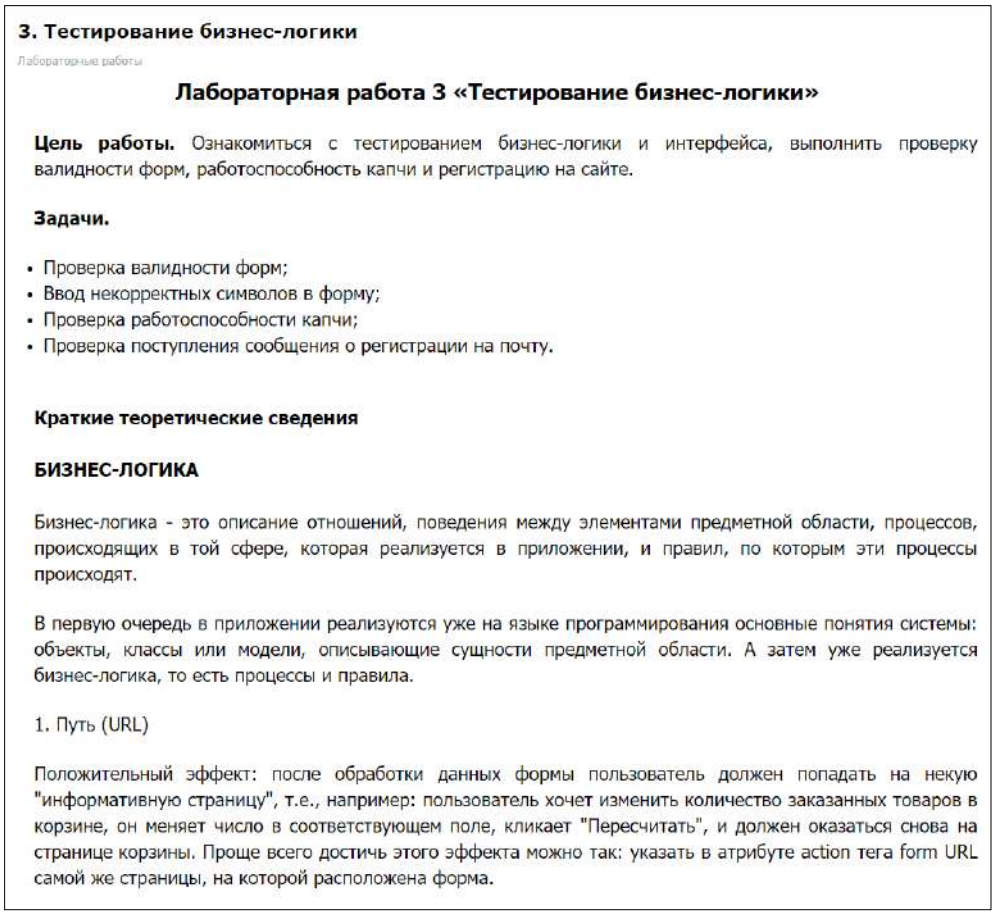
проверка валидности форм;

ввод некорректных символов в форму;

проверка работоспособности капчи;

проверка поступления сообщения о регистрации на почту.

В лабораторном практикуме описываются способы тестирования заполняемых форм на сайтах и проверка работы процессов.



**3. Тестирование бизнес-логики**

Лабораторные работы

**Лабораторная работа 3 «Тестирование бизнес-логики»**

**Цель работы.** Ознакомиться с тестированием бизнес-логики и интерфейса, выполнить проверку валидности форм, работоспособность капчи и регистрацию на сайте.

**Задачи.**

- Проверка валидности форм;
- Ввод некорректных символов в форму;
- Проверка работоспособности капчи;
- Проверка поступления сообщения о регистрации на почту.

**Краткие теоретические сведения**

**БИЗНЕС-ЛОГИКА**

Бизнес-логика - это описание отношений, поведения между элементами предметной области, процессов, происходящих в той сфере, которая реализуется в приложении, и правил, по которым эти процессы происходят.

В первую очередь в приложении реализуются уже на языке программирования основные понятия системы: объекты, классы или модели, описывающие сущности предметной области. А затем уже реализуется бизнес-логика, то есть процессы и правила.

1. Путь (URL)

Положительный эффект: после обработки данных формы пользователь должен попадать на некую "информативную страницу", т.е., например: пользователь хочет изменить количество заказанных товаров в корзине, он меняет число в соответствующем поле, кликает "Пересчитать", и должен оказаться снова на странице корзины. Проще всего достичь этого эффекта можно так: указать в атрибуте action тега form URL самой же страницы, на которой расположена форма.

Внешний вид лабораторной работы представлен на рисунке 14.

Рисунок 14. – *Лабораторный практикум* №2 «Тестирование бизнес-логики»

Формы в общем случае делятся на два основных вида:

- одноооконные формы – полностью (со всеми своими полями) расположены на одной странице;
- пошаговые формы – новые поля появляются (после

загрузки новой страницы или в рамках старой с использованием JavaScript/AJAX) по мере заполнения уже показанных.

В рамках лабораторной работы проверяются заполняемые формы на соответствие различным критериям:

1. Путь (URL)

Положительный эффект: после обработки данных формы пользователь должен попадать на некую «информативную страницу», т.е., например:

пользователь хочет изменить количество заказанных товаров в корзине, он меняет число в соответствующем поле, кликает «Пересчитать», и должен оказаться снова на странице корзины. Проще всего достичь этого эффекта можно так: указать в атрибуте action тега form URL самой же страницы, на которой расположена форма.

Отрицательный эффект: вместо страницы корзины появляется надпись

«Спасибо, операция выполнена успешно». В лучшем случае после этого происходит редирект на страницу корзины. В худшем – пользователю приходится нажимать в браузере Back и… видеть подхваченную из кэша страницу, на которой остались старые данные.

*Месторасположение.*

Положительный эффект: если форма расположена достаточно низко, сделана автоматическая прокрутка к форме.

Отрицательный эффект: страница с формой или результатами выполнения операции открывается в состоянии «вверху окна браузера – верх страницы». Форма или некоторая информация о выполненной операции видна частично или не видна вообще.

*Ошибочные ситуации*.

Положительный эффект: в случае, если пользователь ввёл некоторые данные некорректно (или не ввёл вообще), форма должна быть показана заново, и при этом все введённые данные (за исключением паролей и полей капчи) должны сохранять свои, в удобном для восприятия месте (чаще всего

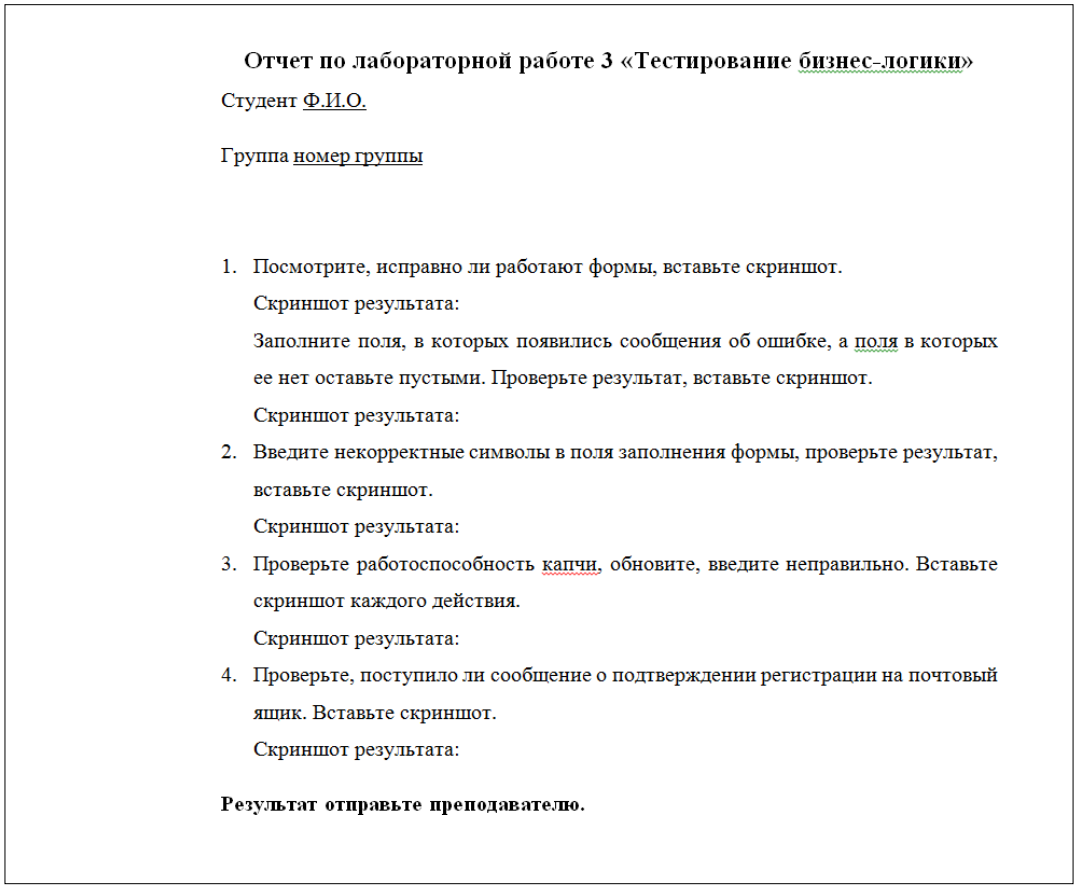
сразу над формой) должна быть указана причина неудачи отправки данных.

Отрицательный эффект: Значения полей «обнуляются», Причина неудачи отправки данных не объяснена, ошибочно заполненные поля не указаны.

Значения полей и спецсимволы.

Положительный эффект: через поле, теоретически, могут быть введены любые символы. Из этого следует необходимость тщательной фильтрации данных перед передачей их в БД или иной приёмник.

Отрицательный эффект: пользователь заполняет поле неверно и проходит дальше. Внешний вид отчета по лабораторной работе №3 «Тестирование бизнес-логики» представлен на рисунке 15.



**Отчет по лабораторной работе 3 «Тестирование бизнес-логики»**

Студент Ф.И.О.

Группа номер группы

1. Посмотрите, исправно ли работают формы, вставьте скриншот.
   Скриншот результата:
   Заполните поля, в которых появились сообщения об ошибке, а поля в которых ее нет оставьте пустыми. Проверьте результат, вставьте скриншот.
   Скриншот результата:
2. Введите некорректные символы в поля заполнения формы, проверьте результат, вставьте скриншот.
   Скриншот результата:
3. Проверьте работоспособность капчи, обновите, введите неправильно. Вставьте скриншот каждого действия.
   Скриншот результата:
4. Проверьте, поступило ли сообщение о подтверждении регистрации на почтовый ящик. Вставьте скриншот.
   Скриншот результата:

**Результат отправьте преподавателю.**

Рисунок 15. – Отчет по лабораторной работе 3 «Тестирование бизнес-логики»

*Лабораторный практикум №4*

*Тема: Тестирование навигации.*

Цель работы: Ознакомиться с тестированием навигации, понять способы перехода по сайту.

Задачи:

посчитать количество переходов до определенного места сайта;

протестировать поиск по сайту;

проверить навигацию кнопки «наверх»;

восстановить путь по адресной строке.

В лабораторной работе описываются способы тестирования навигации, процедуры перемещения пользователей из одного места в другое.

Внешний вид лабораторной работы представлен на рисунке 16.

**4. Тестирование навигации**

Лабораторные работы

## Лабораторная работа 4 «Тестирование навигации»

**Цель работы.** Ознакомиться с тестированием навигации, понять способы перехода по сайту.

**Задачи.**

- Количество переходов до определенного места сайта;
- Тестирование поиска по сайту;
- Проверка кнопки «наверх»;
- Восстановление пути по адресной строке.

**Краткие теоретические сведения**

**ТЕСТИРОВАНИЕ НАВИГАЦИИ**

Помните, что наибольшее число посетителей любого сайта составляют неопытные пользователи Интернета. Им нужна возможность перемещаться по вашему сайту самым простым и быстрым способом.

Поэтому не пытайтесь поразить своих зрителей причудливой системой навигации. Напротив, создайте простую и функциональную систему. Подумайте, что более всего цените в любом Web-сайте вы лично. Вам нужно найти то, что вы ищете. То же самое нужно и вашим посетителям.

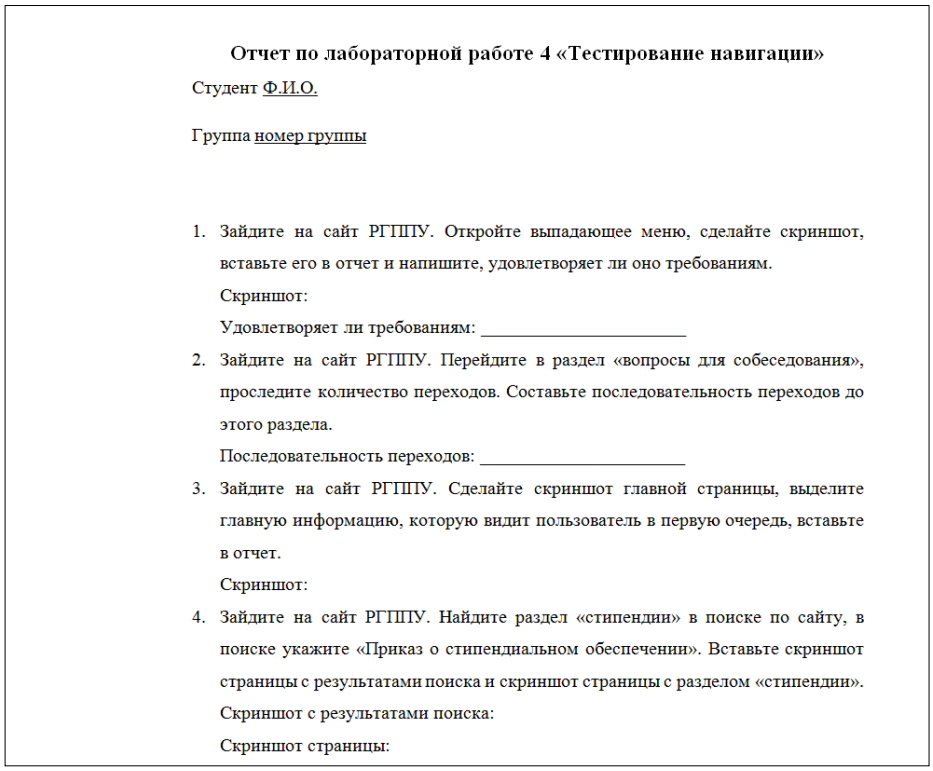
Процедуры перемещения посетителей из одного места сайта в другое ни в коем случае не должны быть испытанием для их терпения. Наоборот, такой переход должен вознаграждать посетителей ценной информацией и вызывать у них ощущения легкости и непринужденности, что побудит их задержаться на вашем сайте подольше - а не уходить из сайта с чувством разочарования и досады.

**ДИНАМИЧЕСКАЯ НАВИГАЦИЯ**

Навигация по странице должна подсказывать посетителю его следующее действие. К примеру, все мы привыкли, что при наведении указателя на элемент с видео, стрелочка меняется на указательный палец. Или при наведении курсора на текст, стрелка меняется на курсор-выделение.

Рисунок 16 – Лабораторный практикум №4 «Тестирование навигации».

Внешний вид отчета по лабораторной работе №4 «Тестирование навигации» представлен на рисунке 17.



**Отчет по лабораторной работе 4 «Тестирование навигации»**

Студент Ф.И.О.

Группа номер группы

1. Зайдите на сайт РГППУ. Откройте выпадающее меню, сделайте скриншот, вставьте его в отчет и напишите, удовлетворяет ли оно требованиям.
   Скриншот:
   Удовлетворяет ли требованиям: _____
2. Зайдите на сайт РГППУ. Перейдите в раздел «вопросы для собеседования», проследите количество переходов. Составьте последовательность переходов до этого раздела.
   Последовательность переходов: _____
3. Зайдите на сайт РГППУ. Сделайте скриншот главной страницы, выделите главную информацию, которую видит пользователь в первую очередь, вставьте в отчет.
   Скриншот:
4. Зайдите на сайт РГППУ. Найдите раздел «стипендии» в поиске по сайту, в поиске укажите «Приказ о стипендиальном обеспечении». Вставьте скриншот страницы с результатами поиска и скриншот страницы с разделом «стипендии».
   Скриншот с результатами поиска:
   Скриншот страницы:

Рисунок 17. – *Лабораторный практикум* №4 «Тестирование навигации»

Внешний вид отчета по лабораторной работе №4 «Тестирование навигации» представлен на рисунке 18.

***Отчет по лабораторной работе 4 «Требование навигации»***
***Студент Ф.И.О.***
***Группа номер группы***

***1.*** Зайдите на сайт «Синергия». Откройте выпадающее меню, сделайте скриншот, вставьте его в отчет и напишите, удовлетворяет ли оно требованиям.
Скриншот:
Удовлетворяет ли оно требованиям_____

***2.*** Зайдите на сайт «Синергия». Перейдите в раздел «расписание», проследите количество переходов до этого раздела.
Последовательность переходов_____
***3.*** Зайдите на сайт «Синергия». Сделайте скриншот главной страницы, выделите главную информацию, которую видит пользователь, вставьте в отчет.
Скриншот:
4. Зайдите на сайт «Синергия». Найдите раздел «Стипендии и иные виды материальной поддержки» в поиске по сайту, в поиске укажите «Приказ о стипендиальном обеспечении». Вставьте скриншот страницы с результатом поиска и скриншот страницы с разделом «Стипендии и иные виды материальной поддержки».
Скриншот с результатами поиска:
Скриншот страницы:

Рисунок 18. – Отчет по лабораторной работе 4 «Тестирование навигации»

*Лабораторный практикум №5*

*Тема: Кроссбраузерное тестирование.*

Цель работы: Ознакомиться с кроссбраузерным тестированием, провести ручное тестирование на нескольких браузерах.

Задачи:

выбор браузеров для тестирования;

тестирование сайта в различных браузерах.

В лабораторной работе описываются способы тестирования отображения Web-приложения в различных браузерах, на примере самых популярных. Проверяется совместимость в цвете, шрифтах, расположении картинок и других элементов.

Для выполнения работы студенты должны скачать и установить различные версии браузеров или воспользоваться отдельным сервисом позволяющим по экспериментировать со стилями для просмотра.

Внешний вид лабораторной работы представлен на рисунке 19.



**5. Кроссбраузерное тестирование**

Лабораторные работы

**Лабораторная работа 5 «Кроссбраузерное тестирование»**

**Цель работы.** Ознакомиться с кроссбраузерным тестированием, провести ручное тестирование на нескольких браузерах.

**Задачи.**

- Выбор браузеров для тестирования;
- Тестирование сайта в различных браузерах.

**КРОССБРАУЗЕРНОЕ ТЕСТИРОВАНИЕ**

**Тестирование кроссбраузерности** — вид тестирования, направленный на поддержку и правильное полное отображение программного продукта в разных браузерах, мобильных устройствах, планшетах, экранах различного размера.

Кроссбраузерное тестирование (cross-browser testing) — важный этап при разработке любой программы. Внешний вид сайта и его корректное отображение на любом современном устройстве играет определяющую роль для заказчика.

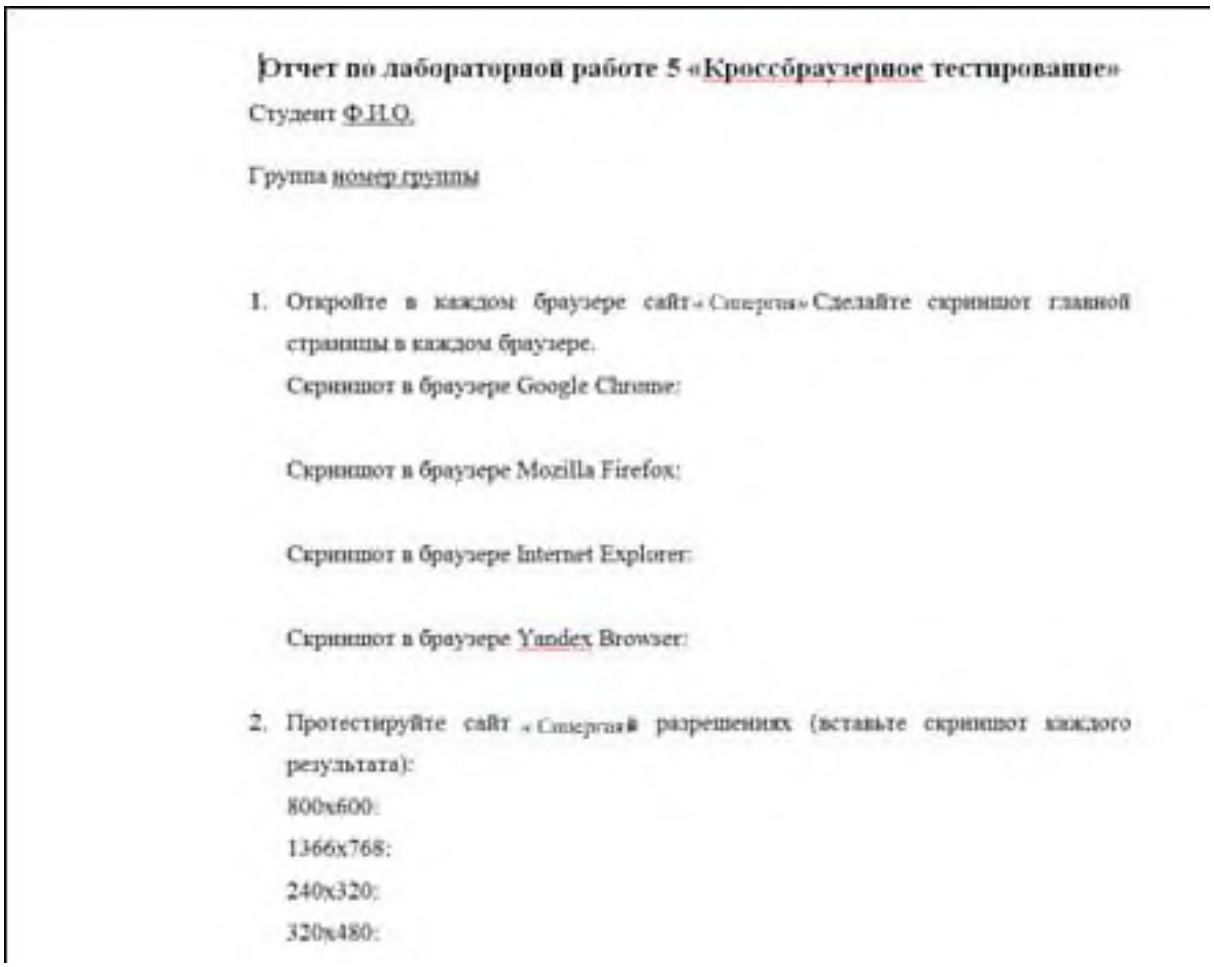
Cross-browser testing сайта начинается с выбора браузеров. Заказчик сам определяет, с какими именно веб-обозревателями будет работать его приложение. Но задача разработчика и тестировщика — подсказать клиенту, какой браузер будет главным, следует изучить статистику заходов подобных приложений, определить какими браузерами пользуется такая аудитория.

Как правило, рассматривают самые популярные браузеры: Google Chrome, Mozilla Firefox, Internet Explorer, Yandex Browser.

Основные моменты для тестирования: вёрстка (цвет, шрифты, расположение графических картинок и динамических элементов)

Рисунок 19. – *Лабораторный практикум* №5 «Кроссбраузерное тестирование».

Внешний вид отчета по лабораторном практикуме №5 «Кроссбраузерное те- стирование» представлен на рисунке 20.



**Отчет по лабораторной работе 5 «Кроссбраузерное тестирование»**

Студент Ф.И.О.

Группа номер группы

1. Откройте в каждом браузере сайт «Сингерия» Сделайте скриншот главной страницы в каждом браузере.
   Скриншот в браузере Google Chrome:

   Скриншот в браузере Mozilla Firefox:

   Скриншот в браузере Internet Explorer:

   Скриншот в браузере Yandex Browser:

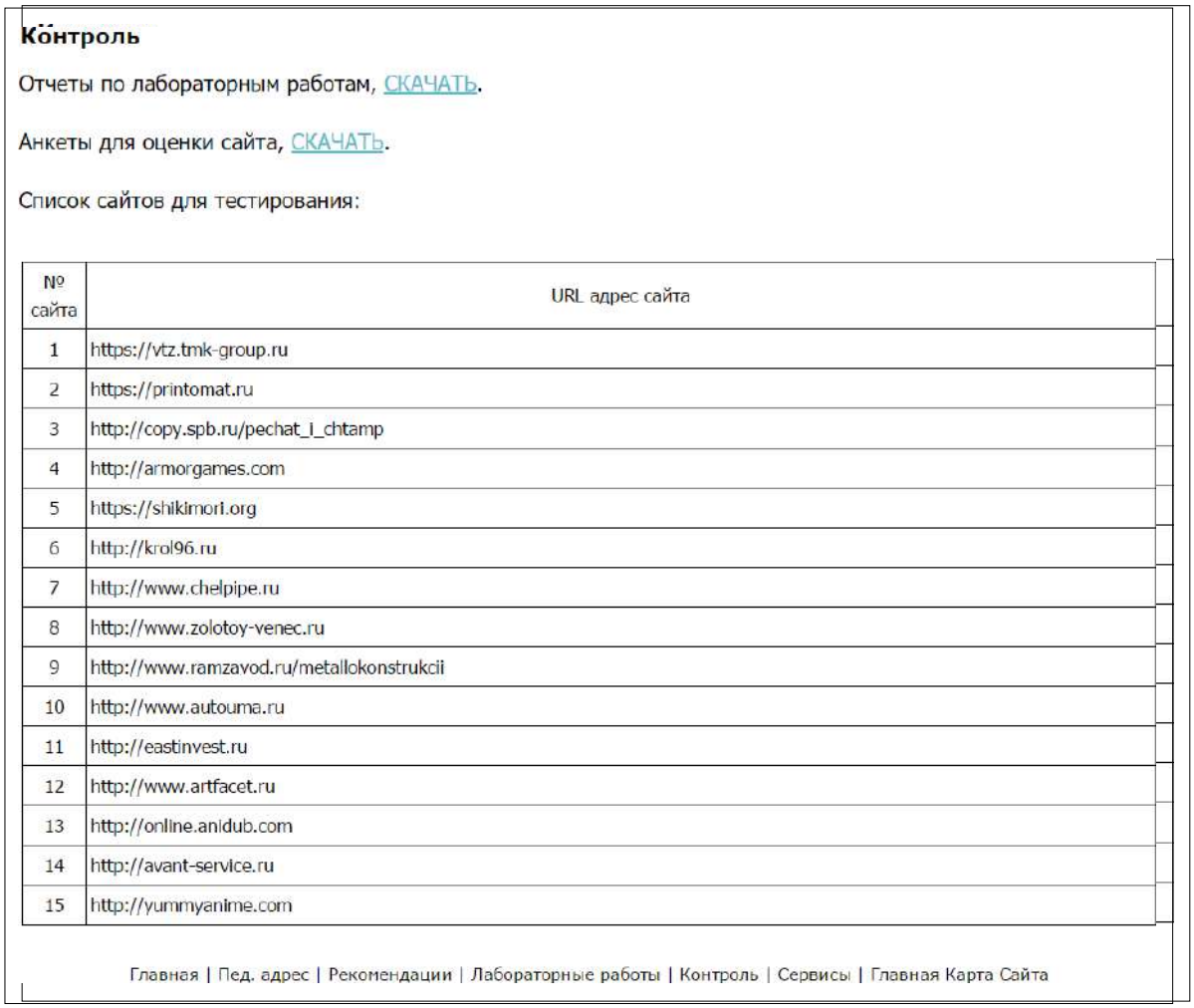
2. Протестируйте сайт «Сингерия» разрешениях (вставьте скриншот каждого результата):
   800x600:
   1366x768:
   240x320:
   320x480:

Рисунок 20.– Отчет по лабораторному практикуму № 5 «Кроссбраузерное тестирование».

Блок «Контроль»

В разделе содержится ссылка на скачивание отчетов, необходимых для выполнения заданий в лабораторных работах, а так же ссылка на скачивание примеров анкет по оценке сайта.

Внешний вид раздела «Контроль» представлен на рисунке 21. Присутствует таблица со списком сайтов, которые нужно протестировать в ходе выполнения лабораторных работ.



**Контроль**

Отчеты по лабораторным работам, СКАЧАТЬ.

Анкеты для оценки сайта, СКАЧАТЬ.

Список сайтов для тестирования:

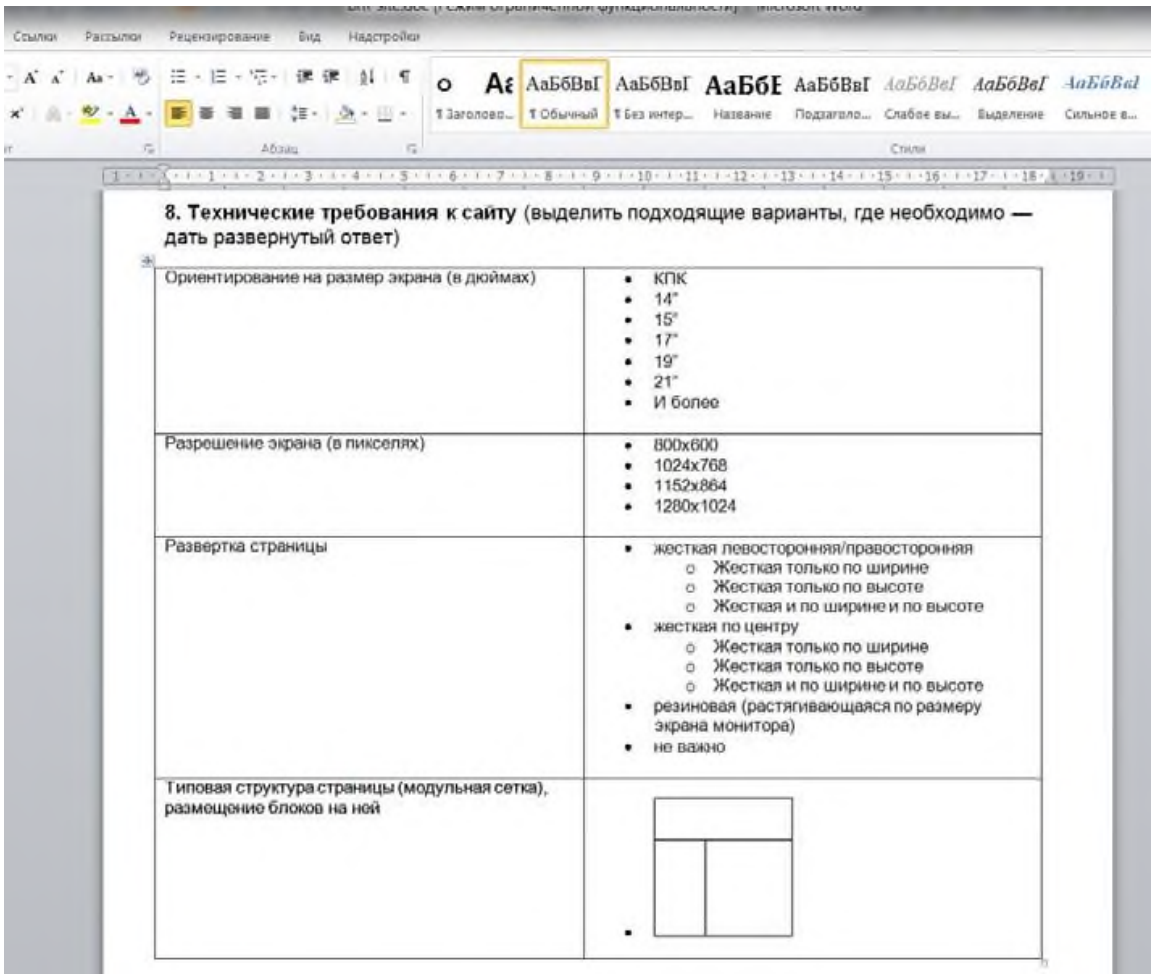
| № сайта | URL адрес сайта |
|---|---|
| 1 | https://vtz.tmk-group.ru |
| 2 | https://printomat.ru |
| 3 | http://copy.spb.ru/pechat_i_chtamp |
| 4 | http://armorgames.com |
| 5 | https://shikimori.org |
| 6 | http://krol96.ru |
| 7 | http://www.chelpipe.ru |
| 8 | http://www.zolotoy-venec.ru |
| 9 | http://www.ramzavod.ru/metallokonstrukcii |
| 10 | http://www.autouma.ru |
| 11 | http://eastinvest.ru |
| 12 | http://www.artfacet.ru |
| 13 | http://online.anidub.com |
| 14 | http://avant-service.ru |
| 15 | http://yummyanime.com |

Главная | Пед. адрес | Рекомендации | Лабораторные работы | Контроль | Сервисы | Главная Карта Сайта

Рисунок 21 – Внешний вид раздела контроль

Примеры анкет необходимы для анализа сторонних сайтов и оценке качества подготовки анкет другими специалистами (рисунок 30).

Могут быть использованы брифы – краткая письменная форма согласи- тельного порядка между планирующими сотрудничать сторонами, в которой прописываются основные параметры будущего программного, графического, медийного или какого-либо иного проекта.



**8. Технические требования к сайту** (выделить подходящие варианты, где необходимо — дать развернутый ответ)

| | |
|---|---|
| Ориентирование на размер экрана (в дюймах) | • КПК<br>• 14"<br>• 15"<br>• 17"<br>• 19"<br>• 21"<br>• И более |
| Разрешение экрана (в пикселях) | • 800x600<br>• 1024x768<br>• 1152x864<br>• 1280x1024 |
| Развертка страницы | • жесткая левосторонняя/правосторонняя<br>  ○ Жесткая только по ширине<br>  ○ Жесткая только по высоте<br>  ○ Жесткая и по ширине и по высоте<br>• жесткая по центру<br>  ○ Жесткая только по ширине<br>  ○ Жесткая только по высоте<br>  ○ Жесткая и по ширине и по высоте<br>• резиновая (растягивающаяся по размеру экрана монитора)<br>• не важно |
| Типовая структура страницы (модульная сетка), размещение блоков на ней | • |

Рисунок 22. – Пример анкеты

Также был сформирована интерактивная анкета с использованием сервиса Survio, которые студенты должны заполнить и создать свои аналогичные анкеты (рисунок 23).

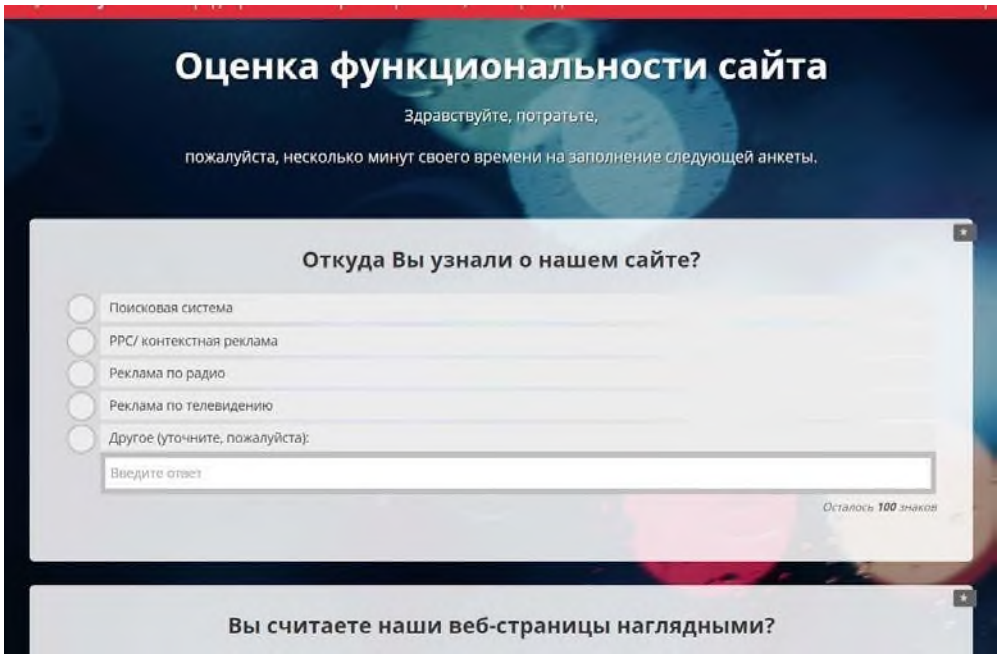
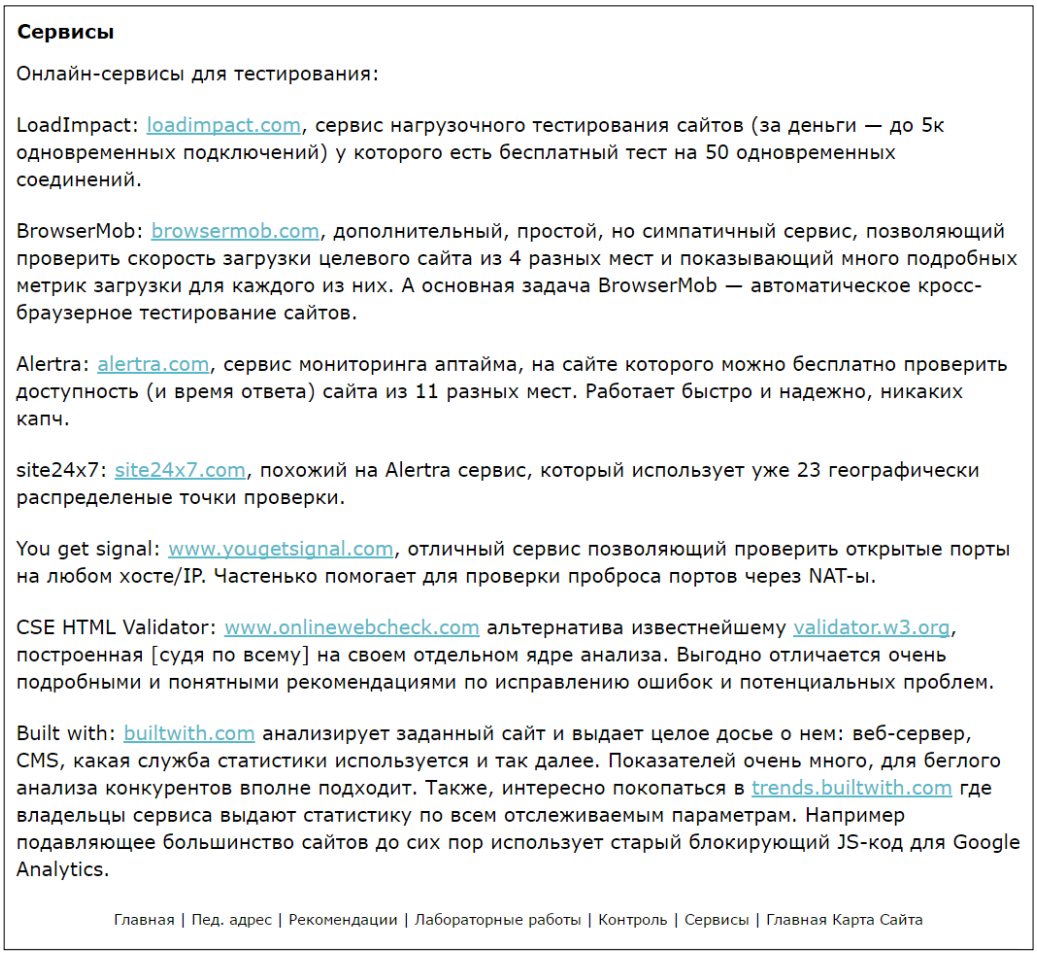



Рисунок 23 – Пример интерактивной анкеты

### Блок «Сервисы»

Для более профессиональной оценки сайта был подготовлен раздел со ссылками на внешние ресурсы, которые после ввода адресной строки сайта помогут оценить качество сайта автоматически.

Внешний вид раздела сервисы представлен на рисунке 24.



**Сервисы**

Онлайн-сервисы для тестирования:

LoadImpact: loadimpact.com, сервис нагрузочного тестирования сайтов (за деньги — до 5к одновременных подключений) у которого есть бесплатный тест на 50 одновременных соединений.

BrowserMob: browsermob.com, дополнительный, простой, но симпатичный сервис, позволяющий проверить скорость загрузки целевого сайта из 4 разных мест и показывающий много подробных метрик загрузки для каждого из них. А основная задача BrowserMob — автоматическое кросс-браузерное тестирование сайтов.

Alertra: alertra.com, сервис мониторинга аптайма, на сайте которого можно бесплатно проверить доступность (и время ответа) сайта из 11 разных мест. Работает быстро и надежно, никаких капч.

site24x7: site24x7.com, похожий на Alertra сервис, который использует уже 23 географически распределеные точки проверки.

You get signal: www.yougetsignal.com, отличный сервис позволяющий проверить открытые порты на любом хосте/IP. Частенько помогает для проверки проброса портов через NAT-ы.

CSE HTML Validator: www.onlinewebcheck.com альтернатива известнейшему validator.w3.org, построенная [судя по всему] на своем отдельном ядре анализа. Выгодно отличается очень подробными и понятными рекомендациями по исправлению ошибок и потенциальных проблем.

Built with: builtwith.com анализирует заданный сайт и выдает целое досье о нем: веб-сервер, CMS, какая служба статистики используется и так далее. Показателей очень много, для беглого анализа конкурентов вполне подходит. Также, интересно покопаться в trends.builtwith.com где владельцы сервиса выдают статистику по всем отслеживаемым параметрам. Например подавляющее большинство сайтов до сих пор использует старый блокирующий JS-код для Google Analytics.

Главная | Пед. адрес | Рекомендации | Лабораторные работы | Контроль | Сервисы | Главная Карта Сайта

Рисунок 24. – Внешний вид раздела сервисы

В разделе присутствуют сервисы для тестирования, такие как:

LoadImpact: (loadimpact.com) – сервис нагрузочного тестирования сайтов.

BrowserMob (browsermob.com) – сервис позволяющий проверить скорость загрузки целевого сайта из 4 разных мест и показывающий много подробных метрик загрузки для каждого из них. А основная задача BrowserMob — автоматическое кросс-браузерное тестирование сайтов.

Alertra (alertra.com) – сервис мониторинга аптайма, на сайте которого можно бесплатно проверить доступность (и время ответа) сайта из 11 разных мест.

site24x7 (site24x7.com) – похожий на Alertra сервис, который использует 23 географически распределенные точки проверки.

You get signal (www.yougetsignal.com) – сервис позволяющий проверить открытые порты на любом хосте/IP. Помогает для проверки проброса портов через NAT-ы.

CSE HTML Validator (www.onlinewebcheck.com) – альтернатива известнейшему validator.w3.org, построенная на своем отдельном ядре анализа. Выгодно отличается очень подробными и понятными рекомендациями по исправлению ошибок и потенциальных проблем.

Built with: builtwith.com анализирует заданный сайт и выдает целое досье о нем: веб-сервер, CMS, какая служба статистики используется и так далее.

### *7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации*

Промежуточная аттестация по дисциплине «Интернет-маркетинг в рекламе и связях с общественностью» проводится в форме экзамена.

| **Процедура оценивания** | **Шкала и критерии оценки, балл** |
|---|---|
| Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:<br><br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br><br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br><br>Задание №3 – задание на проверку | Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:<br>1:0-30;<br>2:0-30;<br>3:0-40 **.**<br><br>**-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые аргументы, использована профессиональная терминология<br>Задание выполнено правильно.<br>Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br><br>**-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые аргументы, использована профессиональная терминология.<br>Ход выполнения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br><br>**-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые аргументы, использована |

| | |
|---|---|
| умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины. | профессиональная терминология.<br>Задание выполнено частично.<br><br>-**Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задание не выполнено. |

### *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

**Задания 1 типа.**

1. Определение интернет-маркетинга.
2. Продукт, цена, площадка, продвижение.
3. Методологические источники интернет-маркетинга в рекламе (экономика, общая теория маркетинга, партизанский маркетинг) и смежные дисциплины (теория коммуникаций, информационный консалтинг, конкурентная разведка и пр).
4. Web-приложения. Структура Web-приложений. Web-форма.
5. Отличия видов позиционирования. Четкое и нечеткое позиционирование: примеры.
6. Дифференциация по видам деятельности. Различия в коммуникациях и продвижении b2b и b2c.
7. Виды и модели работы электронных площадок.
8. Важность и риски при разработке дизайна. Что такое usability и usability аудит.
9. Применимость usability-анализа – всегда ли это необходимо. Что можно тестировать.
10. Виды usability-тестирования.
11. Что важнее – SEO-оптимизация или usability.
12. Процесс разработки пользовательского интерфейса. Специализированные инструменты usability-тестирования и анализа.
13. Подводные камни юзабилити тестирования
14. Ценовые модели размещения рекламы (CPM, CPA и т.д.).
15. Конверсия и ROI интернет-рекламы.
16. Пост-клик маркетинг. Методы оптимизации конверсии. Сплит-тесты (А/Б тестирование).
17. Механизмы отслеживания эффективности рекламы. Медийная реклама.
18. Рынок интернет-рекламы: объемы и сегментация.
19. Применимость различных методов рекламы. Баннеры (виды, типы размещений, технологии).
20. Виды мобильных сервисов. Аудитория и статистика мобильного интернета.
21. Маркетинг мобильных приложений. Монетизация мобильных сервисов и проблемы монетизации.

22. Реклама в мобильных приложениях.

23. Продвижение проектов. Социальное, вирусное, поисковое продвижение (аудит, рерайтинг, АГС фильтры, ТИЦ, PageRank).

24. Статистика и охват аудитории. Прямой маркетинг (e-mail, RSS). 25. Мобильный сайт или мобильное приложение? Критерии эффективности.

**Задания 2 типа.**

1. Как происходит закупка новостного трафика (на примере Reedme, RedTram, marketgid).
2. Объясните механизм контекстной рекламы (Яндекс.Директ, Гугл.Адсенс).
3. Как происходит закупка целевого трафика с Яндекс.Маркет.
4. В чем плюсы и минусы лидогенерации.
5. Как происходит выбор инструментов статистики.
6. Охарактеризуйте системы статистики (Li.ru, Яндекс.Метрика, Google.Analytics).
7. Отчеты TNS, Гэллоп Медиа по аудитории.
8. Подборки новостей (на базе Google.Reader, Яндекс.Лента).
9. Определение целевой аудитории. Удержание и наращивание аудитории.
10. Якорные сервисы. Работа с контентом. Внутренние коммуникации.
11. Работа с репутацией. Работа с отрицательными отзывами.
12. Приведите примеры основных этапов разработки маркетинговой стратегии в интернете.
13. Что такое электронный товар: классификация, характеристика, примеры электронных товаров. Стратегия разработки новых электронных товаров.
14. Классифицируйте услуги на электронном рынке и приведите примеры.
15. Охарактеризуйте сеть Интернет как канал распределения и функции его участников.
16. Охарактеризуйте сеть Интернет как канал коммуникации. Выделите Отличия сети Интернет как канала коммуникации от традиционных каналов маркетинговых коммуникаций.
17. Проведите анализ рекламы в сети Интернет. Особенности рекламы. Рекламные носители. Ценовые модели размещения рекламы.
18. Проведите анализ рекламы с использование электронной почты (e-mail реклама). Списки рассылки. Дискуссионные листы. Индивидуальные письма.
19. Выделите преимущества и недостатки e-mail рекламы.

20. Охарактеризуйте сеть Интернет как дополнительный канал распределения. Каналы распределения товаров и услуг. Виды и уровни каналов распределения.

21. Сеть Интернет как дополнительный канал распределения. Посредники в структуре каналов распределения.

22. Выделите виды маркетинговых исследований в сети Интернет.

23. Выделите структуру аудитории.

24. Проведите анализ методов маркетинговых исследований в интернете.

25. Проведите характеристику основных понятий и особенности их проявления на электронном рынке.

**Задания 3 типа**

1. Определение семантическое ядро для определенного сайта

Необходимо составить ключевые слова для семантического ядра и объяснить по каким критериям оценивался сайт для построения семантического ядра

2. Составление текста объявления

Необходимо составить три вида одного объявления для контекстной рекламы определенного товара или услуги. Выбрать ключевые слова, по которым будет показываться данное

объявление. Обосновать выбор слов и текста объявления

3. Создать свою группу в социальной сети

Выбрать социальную сеть. Зарегистрировать группу. Создать оформление группы. Разместить пять постов, 10 фотографий и три видео. Отправить приглашения 10-ти своим друзьям вступить в группу.

4. Подготовить письменный анализ сайта

Выбрать сайт. Зайти на один из веб-сервисов для анализа сайта. Считать результаты. Расшифровать показатели подробно. Выработать рекомендации для улучшения сайта.

4. Подготовить письменный анализ страницы в социальных сетях.

Выбрать страницу в социальных сетях. Зайти на один из сервисов для мониторинга социальных сетей. Считать результаты. Расшифровать показатели подробно. Выработать рекомендации для улучшения страницы.

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Веб-аналитика»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

## Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ .....3

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ .....4

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН.....6

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....8

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ .....9

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....12

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....14

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Веб-аналитика» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 N 512.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 и 6 семестрах.

**Цели и задачи дисциплины**

***Целью*** дисциплины «Веб-аналитика» является формирование системы теоретических знаний, практических навыков и умений у студентов, позволяющих оценивать успешность маркетинговых кампаний в Интернет и эффективность сайта в целом на основе данных о его посещаемости.

***Задачи***:

- рассмотреть сущность веб-аналитики, историю и тенденции развития;
- уточнить понятийный аппарат веб-аналитики;
- проанализировать веб-аналитику 2 (ключевой понятийный анализ) и парадигму Trinity;
- рассмотреть качественные и количественные показатели веб-аналитики;
- проанализировать особенности работы в системах сбора статистики и содержание веб-журналов, веб-маяков, счетчиков, анализаторов пакетов;
- провести обзор систем веб-аналитики Яндекс.Метрика и GoogleAnalitics;
- изучить технологию построения отчетов в системах веб-аналитики, статистическую значимость показателей;
- рассмотреть теоретические и практические аспекты оценки эффективности мероприятий интернет-маркетинга (SEO, рекламных кампаний).

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **выпускник должен знать** | **выпускник должен уметь** | **выпускник должен иметь практический опыт** | |
| Способен проводить подбор каналов продвижения, составлять стратегию продвижения и разрабатывать показатели эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет | **ПК-4** | **ПК-4.1** Проводит аналитические работы по выбору канала продвижения и реализации стратегии продвижения в информационно - телекоммуникационной сети "Интернет" | сущность веб-аналитики, ее принципы, технологии и инструменты, способы разработки стратегии продвижения веб- ресурсов в Интернет | разрабатывать рекомендации по совершенствованию продвижения веб- ресурсов в интернет на основе системы отчетов в сервисах веб-аналитики | выявления проблем продвижения веб- ресурсов в Интернет на основе данных систем веб-аналитики | Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа |
| | | **ПК-4.2** Разрабатывает стратегию продвижения рекламной и PR кампании в информационно - телекоммуникационной сети "Интернет" | содержания количественных и качественных показателей веб-аналитики, связь системы показателей с целями продвижения в Интернет | оценивать эффективность маркетинговых кампаний, стратегий по продвижению в интернет и сайта в целом | отчетов в сервисах веб-аналитики и применения методов оценки эффективности продвижения в Интернет | |
| | | **ПК-4.3** Составляет отчет по реализации стратегии продвижения проекта рекламной и PR кампании в информационно - телекоммуникационной сети "Интернет" на основе анализа | типовые возможности статистических систем | представлять результаты проведенного исследования эффективности и результативности интернет - активности в виде научного отчета, статьи или доклада | работы в интернет - браузерах и социальных сетях | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | полученных результатов показателей эффективности | | | | |
| Способен разрабатывать, реализовывать и продвигать индивидуальный и (или) коллективный проект в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", анализировать результаты работы по реализации проекта | **ПК-5** | **ПК-5.1** Готовит основные документы по разработке и сопровождению проекта в информационно - телекоммуникационной сети "Интернет" | Специальную терминологию систем сбора статистики | Обобщать и критически оценивать результаты сбора веб-статистики | Работы с современными методиками и технологиями сбора веб - статистики | Контактная работа:<br>Лекции<br>Практические занятия<br>Самостоятельная работа |
| | | **ПК-5.2.** Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связи с общественностью и применяет их при разработке индивидуальных и (или) коллективных проект в информационно - телекоммуникационной сети "Интернет" | технологии рекламы в сети интернет | использовать современные методы управления корпоротивными финансами для планирования и анализа затрат на рекламу в сети интернет | оценки эффективности и результативности интернет - активности | |

# 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ/балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| ***Очная форма*** | | | | | | | | | | | |
| ***5 семестр*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1. Сущность веб-аналитики* | | | | | | 18 | | | | 8 | Отчет по лабораторному практикуму/ 25 |
| *Тема 2. Взаимосвязь веб-аналитики, Интернет-маркетинга и Digital-рекламы* | | | | | | 18 | | | | 8 | Отчет по лабораторному практикуму/ 25 |
| *Тема 3. Обзор, настройки и отчеты GoogleAnalytic* | | | | | | 20 | | | | 8 | Отчет по лабораторному практикуму/ 25 |
| *Тема 4. Обзор, настройки и отчеты Яндекс. Метрики* | | | | | | 20 | | | | 8 | Отчет по лабораторному практикуму/ 25 |
| **Всего:** | | | | | | **76** | | | | **32** | **100** |
| **Контроль, час** | **-** | | | | | | | | | | **Зачет** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **108** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **3** | | | | | | | | | | |
| ***6 семестр*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 5. Анализ эффективности платных и бесплатных источников трафика* | | | | | | 26 | | | | 22 | Отчет по лабораторному практикуму/ 30 |
| *Тема 6. Анализ эффективности сайта* | | | | | | 26 | | | | 22 | Отчет по лабораторному практикуму/ 35 |
| *Тема 7. Продвинутые возможности* | | | | | | 26 | | | | 22 | Отчет по лабораторному практикуму/ 35 |

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ/балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| *веб-аналитики* | | | | | | | | | | | |
| **Всего:** | | | | | | **78** | | | | **66** | **100** |
| **Контроль, час** | **36** | | | | | | | | | | **Экзамен** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **180** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **5** | | | | | | | | | | |
| **Всего по дисциплине:** | | | | | | **154** | | | | **98** | **100*2** |
| **Контроль, час** | **36** | | | | | | | | | | **Зачет Экзамен** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **288** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **8** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Сущность веб-аналитики.***

Понятие, цели, задачи и методы веб-аналитики. Инструменты для сбора статистики: счетчики JavaScript, лог-анализаторы. Классификация систем интернет-аналитики: системы веб-аналитики, анализаторы логово, системы интернет- статистики с детализацией по просмотрам страниц, системы интернет-аналитики с детализацией поведения посетителя на странице, диспетчеры тегов, счетчики-рейтинги. Стратегическая и сквозная веб-аналитика. Три принципа веб-аналитики. История развития веб- аналитики. Традиционная веб-аналитика и веб-аналитика 2.0. Парадигма Trinity.

***Тема 2. Взаимосвязь веб-аналитики, Интернет-маркетинга и Digital-рекламы.***

Российский рынок Digital рекламы и роль веб-аналитики. Информационные ресурсы общества**.** Форматы интерактивной рекламы и форматы интернет-продвижения, не вошедшие в Digital. Сравнительная характеристика перфоманс-маркетинга (Performance-basedmarketing) и веб-аналитики. Понятие аудитории и интернет-исследования. Определение и содержание CMS. Динамический и статический сайт. Характеристика контента и его создание и распространение. Критерии классификации систем управления контентом. Простая, шаблонная, профессиональная, универсальная CMS. Функциональные и технологические возможности систем управления контентом.

***Тема 3. Обзор, настройки и отчеты GoogleAnalytics.***

Обзор интерфейса и структура аккаунта. Основные отчеты. Преимущества и ограничения GoogleAnalytics. Установка и проверка кода отслеживания на сайте. Основные настройки счетчика (отчеты по демографии, настройки сеанса, фильтры, группы контента и каналов). Настройка целей и событий. Управление доступом.

***Тема 4. Обзор, настройки и отчеты Яндекс. Метрики.***

Плюсы и минусы Яндекс.Метрики. Основные принципы работы счетчика. Настройки счетчика (настройка кода, фильтры, операции, уведомления, доступы). Настройка целей и событий. Функционал отчетов (сегменты, визуализация, кастомизация отчета). Основные отчеты Яндекс.Метрики.

***Тема 5. Анализ эффективности платных и бесплатных источников трафика.***

Использование UTM-меток. Анализ потока кликов, поиск тенденций в анализе источников. Алгоритм анализа конверсий. Анализ эффективности SEO-продвижения, контекстной рекламы, email-

маркетинга, трафика соцсетей. Построение систем сквозной аналитики. Анализ эффективности рекламы. Построение воронки привлечения и продаж для выполнения KPI. Медиапланирование и прогнозирование результата.

***Тема 6 Анализ эффективности сайта.***

Алгоритм анализа эффективности сайта. Технический анализ сайта (по устройствам, браузерам, скорости загрузки). Анализ поведения пользователей на сайте (контент сайта, поиск по сайту, карта поведения). Использование тепловых карт (кликов, ссылок, скроллинга) и вебвизора для анализа сайта.

***Тема 7 Продвинутые возможности веб-аналитики.***

A/B тестирование страниц: основной принцип тестирования страниц, виды тестов (A/B, многовариантное, сплит). Контроль достоверности теста. Создание и запуск тестов с помощью GoogleAnalytics и GoogleOptimize. Продвинутые возможности GoogleAnalytics: создание и использование пользовательских параметров и показателей, вычисляемые показатели, импорт расходов рекламных кампаний. Системы отслеживания звонков: Calltracking, статический и динамический коллтрекинг, погрешности систем отслеживания звонков.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лабораторный практикум, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

***Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных практикумов***

Лабораторные практикумы выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к выполнению лабораторного практикума, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя рекомендации о порядке выполнения заданий;
- настроить под руководством преподавателя инструментальные средства, необходимые для проведения лабораторного практикума

- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, требованиях к оформлению, форме представления и критериях оценки результатов работы;

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

*Порядок проведения практикума.*

1. Получение задания и рекомендаций к выполнению практикума.
2. Настройка инструментальных средств, необходимых для выполнения практикума.
3. Выполнение заданий практикума.
4. Подготовка отчета в соответствии с требованиями.
5. Сдача отчета преподавателю.

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

*Требования к оформлению результатов практикумов.*

При подготовке отчета: изложение материала должно идти в логической последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, шрифт TimesNewRoman, размер – 14, выравнивание по ширине, отступ первой строки – 1,25, междустрочный интервал – 1,5, правильное оформление рисунков (подпись, ссылка на рисунок в тексте).

При подготовке презентации: строгий дизайн, минимум текстовых элементов, четкость формулировок, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, воспринимаемая графика, умеренная анимация.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

*Работа с литературой*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала,

формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по курсу «Веб-аналитика» определяется учебным планом.

При самостоятельной работе студенты руководствуются методическими рекомендациями по дисциплине при минимальном участии преподавателя.

***Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины***

| **Наименование темы** | **Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение** | **Формы самостоят. работы** | **Форма текущего контроля** |
|---|---|---|---|
| *Тема 1 Сущность веб-аналитики.* | Понятие, цели, задачи и методы веб-аналитики. Инструменты для сбора статистики: счетчики JavaScript, лог-анализаторы. | Работа с литературой, источниками в сети Internet<br>Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму | Отчёт по лабораторному практикуму |
| *Тема 2 Взаимосвязь веб-аналитики, Интернет-маркетинга и Digital-рекламы.* | Российский рынок Digital рекламы и роль веб-аналитики. Форматы интерактивной рекламы и форматы интернет-продвижения, не вошедшие в Digital. Сравнительная характеристика перфоманс-маркетинга (Performance-basedmarketing) и веб-аналитики. Понятие аудитории и интернет-исследования. Определение и содержание CMS. | Работа с литературой, источниками в сети Internet<br>Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму | Отчёт по лабораторному практикуму |
| *Тема 3. Обзор, настройки и отчеты GoogleAnalytics.* | Обзор интерфейса и структура аккаунта. Основные отчеты. Преимущества и ограничения GoogleAnalytics. | Работа с литературой, источниками в сети Internet<br>Подготовка к | Отчёт по лабораторному практикуму |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоят. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| | | практикуму, подготовка отчета по практикуму | |
| *Тема 4 Обзор, настройки и отчеты Яндекс.Метрики.* | Плюсы и минусы Яндекс.Метрики. Основные принципы работы счетчика. Настройки счетчика (настройка кода, фильтры, операции, уведомления, доступы). | Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму | Отчёт по лабораторному практикуму |
| *Тема 5 Анализ эффективности платных и бесплатных источников трафика.* | Использование UTM-меток. Анализ потока кликов, поиск тенденций в анализе источников. Алгоритм анализа конверсий. | Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму | Отчёт по лабораторному практикуму |
| *Тема 6 Анализ эффективности сайта.* | Использование тепловых карт (кликов, ссылок, скроллинга) и вебвизора для анализа сайта. | Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму | Отчёт по лабораторному практикуму |
| *Тема 7 Продвинутые возможности веб-аналитики.* | АСистемы отслеживания звонков: Calltracking, статический и динамический коллтрекинг, погрешности систем отслеживания звонков. | Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму | Отчёт по лабораторному практикуму |

# 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 335 с.— Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru.

2. Щербаков А. Интернет-аналитика: поиск и оценка информации в web-ресурсах / А. Щербаков. – Москва : Книжный мир, 2012. – 78 с. – https://www.iprbookshop.ru

3. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 367 с. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература:***

1. Раскрутка: секреты эффективного продвижения сайтов / А. Бабаев, Н. Евдокимов, М. Боде и др. - СПб. : Питер , 2014 - 272 с. : ил.

2. Алашкин, П. Все о рекламе и продвижении в Интернете : практическое пособие : [16+] / П. Алашкин ; ред. П. Суворова. – Москва : Альпина Бизнес Букс, 2016. – 220 с. – https://www.iprbookshop.ru

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № | Наименование ресурса | Ссылка |
|---|---|---|
| 1 | Электронная библиотечная система «РУКОНТ» | https://lib.rucont.ru/ |
| 2 | Яндекс.Метрика | https://metrika.yandex.ru/welcome |
| 3 | GoogleAnalytics- сервис для анализа поведения пользователей сайтов и приложений. | analytics.google.com |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Лаборатория информационных технологий для проведения лабораторных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональные компьютеры; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

### 6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные

**профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

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

При проведении образовательного процесса необходимо наличие:

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)
- Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### *7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины*

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Лабораторный практикум | 25-23 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы;<br>22-15 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы;<br>14-1 – работа выполнена в срок, в основном самостоятельно, использованы соответствующие формулы; определены соответствующие спецификации, имеются ошибки в расчетах; выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы;<br>0 – обучающийся подготовил работу несамостоятельно или не завершил в срок, описание спецификации содержит незначительные ошибки, выводы и ответы на вопросы отсутствуют. |
| 2. | Лабораторный практикум | 30-25 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы;<br>24-16 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы;<br>15-1 – работа выполнена в срок, в основном самостоятельно, использованы соответствующие формулы; определены соответствующие спецификации, имеются ошибки в расчетах; выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы;<br>0 – обучающийся подготовил работу несамостоятельно или не завершил в срок, описание спецификации содержит незначительные ошибки, выводы и ответы на вопросы отсутствуют. |
| 3. | Лабораторный практикум | 35-29 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, сделаны необходимые |

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| | | выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы;<br>28-17 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы;<br>16-1 – работа выполнена в срок, в основном самостоятельно, использованы соответствующие формулы; определены соответствующие спецификации, имеются ошибки в расчетах; выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы;<br>0 – обучающийся подготовил работу несамостоятельно или не завершил в срок, описание спецификации содержит незначительные ошибки, выводы и ответы на вопросы отсутствуют. |

***Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости***

***<u>Типовые задания к лабораторным практикумам</u>***
***(5-й семестр)***

***Лабораторный практикум № 1***

**Работа с программным обеспечением. Инсталляция программного обеспечения, его использование и обновление.**

**Цель работы:** научиться пользоваться образовательными информационными ресурсами, искать нужную информацию с их помощью; овладеть навыками установки программного обеспечения.

**Задание 1.**

1. Откройте Интернет-браузер.
2. В строке поиска введите фразу «каталог образовательных ресурсов».
3. Перечислите, какие разделы включают в себя образовательные ресурсы сети Интернет.
4. Охарактеризуйте любые три.

**Задание 2.**

С помощью Универсального справочника-энциклопедии найдите ответы на следующие вопросы:

1. Укажите время утверждения григорианского календаря.
2. Каков диаметр атома?
3. Укажите смертельный уровень звука.

4. Какова температура кипения железа?

5. Какова температура плавления ртути?

6. Укажите скорость обращения Луны вокруг Земли?

7. Какова масса Земли? 8. Какая гора в России является самой высокой?

9. Дайте характеристику народа кампа.

10. Укажите годы правления Ивана I.

11. Укажите годы правления Екатерины I.

12. Укажите годы правления Ивана IV.

13. Укажите годы правления Хрущева Н.С.

14. В каком году был изобретен первый деревянный велосипед?

**Задание 3.**

1. Установите программу «FineReader 6.0. Тренажер» из папки «ПР1» Рабочего стола на компьютер. Опишите все этапы установки.

2. Удалите программу «FineReader 6.0.Тренажер» через «Панель управления». Опишите все этапы.

**Содержание отчета**

Отчет должен содержать:

1. Название работы.
2. Цель работы.
3. Задание.
4. Результаты выполнения задания.
5. Вывод по работе.

***Лабораторный практикум № 2***

**Цель:** научиться устанавливать и настраивать CMS Joomla

**Задание.** Установить и настроить Joomla!

Перед установкой Joomla! необходимо установить локальный сервер Денвер. После установки Денвера выполняем следующее:

1 Переходим на наш виртуальный диск, мы назвали его Z, и переходим в папку Z:home/localhost/www , именно здесь мы и будем создавать папки с нашими проектами. Создадим новую папку, например: Project. Не забудьте запустить сервер Denwer, иначе **установка Joomla** будет невозможна. Далее набираем в адресной строчке своего браузера localhost/project.

2 Естественно, что в ней пока ничего нет, но это не страшно, главное, что все работает. И так, архив мы распаковали, теперь необходимо все содержимое этой папки скопировать в наш проект, т.е. в папку project. Обращаю внимание, именно содержимое папки, а не саму папку **Joomla**1.5.14. После того, как все файлы будут скопированы, нужно обновить страницу localhost/project

3 Здесь нам предлагают выбрать язык, выбираем русский, и нажимаем кнопку Next. Далее появляется окно с проверкой необходимых компонентов.

4 Нажимаем Далее. Следующий пункт — это соглашении с

лицензией, нажимаем Далее. И вот на 4-ом шаге остановимся подробнее. Это конфигурация Базы Данных, она пока что у нас не создана, поэтому займемся ее созданием. Чтобы создать БД, открываем новую вкладку, и вводим в строку браузера следующую строку: http://localhost/tools/

5 Далее заходим в папку phpadmin и попадаем в программу, которая поможет нам создать и управлять нашей базой данных.

6 Для начала нам нужно создать новую Базу Данных, назовем ее тоже project, чтобы не запутаться. В поле «Создать новую БД» вводим project и нажимаем кнопку «Создать». Далее нажимаем на домик, в левой части экрана, и возвращаемся на начальную страницу. Теперь нас интересует пункт Привилегии, заходим в него. Находим пункт «Добавить нового пользователя», нажимаем и видим форму добавления пользователя.

7 Чтобы не путаться назовем пользователя тоже Project;

В поле хост пишем localhost;

Вводим пароль 2 раза, какой выберите не принципиально; И в пункте глобальные привилегии нажимаем на кнопку «Отметить все» и затем кликаем «Пошел».

После этого увидите окно, в котором будет сообщено, что новый пользователь успешно добавлен. И на этом конфигурирование нашей базы данных завершено, можем вернуться к **установке Joomla**.

8 Остановились мы на пункте 4, называется он База данных. Здесь нам нужно заполнить необходимые поля, нажимаем далее, видим окно с конфигурацией FTP, здесь мы ничего не трогаем и переходим к завершающему окну, которое называется «Главная конфигурация».

9 Здесь мы вводим название нашего сайта, E-mail, на который вам будут приходить письма, если вдруг потеряете пароль и пароль администратора, который нам понадобится для входа в панель администратора. Нажимаем Далее, затем выскочит окошко, в котором надо нажать ОК.

10 Видим последнюю страницу в *установке Joomla*, которая информирует нас о том, что необходимо удалить папку *Installation*, чтобы не возникало проблем с повторной установкой Joomla. Так же сообщается логин для Администратора сайта. Логин для входа в админскую зону: *admin* и пароль соответственно, который Вы вводили в главной конфигурации. Теперь переходим в Z:homelocalhostwwwproject и удаляем оттуда папку installation. На этом *установка Joomla*, может считаться завершенной.

11 Чтобы зайти в панель администратора, пишем адрес localhost/home/project/administrator, вводим логин и пароль.

**Установка Joomla на локальный сервер**

Скачиваем и устанавливаем все требуемые файлы. Открываем папку «home» (по умолчанию C:\WebServers\home) и создаем папку с названием сайта, например: «site.ru». Внутри созданной папки создаём ещё одну, с именем «www» - и распаковываем туда скачанные исходники Joomla. Сравниваем полученный результат с примером на скриншоте.

Чтобы сделать сайт самому, осталось последнее усилие – установить CMS. Запускаем «Start Denwer», открываем любой браузер и прописываем в адресной строке: http://127.0.0.1/denwer/.

Откроется страница, где наша задача: найти строку «phpMyAdmin - администрирование СУБД» - кликаем. Откроется страница, откуда можно перейти через левую верхнюю вкладку по адресу «База данных». Внимательно прописываем латинскими буквами выбранное название сайта (site) и кликаем «создать». База данных, необходимая для работоспособности сайта, создана.

В новом окне браузера вновь вводим название сайта (http://site.ru) – появится предложение выбора языка. Выбираем, идём далее – просматриваем лицензию, идём далее. Откроется страница «Основные установки» - внимательно заполняем поля: «Название хоста», «Имя и пароль пользователя», «Имя базы данных». Введённые данные следует сохранить – они понадобятся для получения доступа к сайту.

FTP-сервер у нас отсутствует, поэтому настройки FTP пропускаем. Далее появится предложение ввести: «Название сайта», «e-mail», «Пароль администратора». Заполняем (крайне настоятельно рекомендуется для первой пробы установить демо-данные) – нажимаем «далее».

Если нужно сделать сайт бесплатно, то рекомендуется удалить папку installation.

Вбивайте в адресную строку название сайта и можете любоваться полученным результатом. Для управления сайтом пройдите по ссылке (потребуется логин и пароль, указанные в процессе установки, как показано на скриншоте):

**Установка шаблона сайта на Joomla**

CMS установлена, вход в администраторскую панель осуществлен. В нашем случае стандартный шаблон заменен новостным «ZT_News_III», содержащий бонус: «ZT_News_III_template», «Plugin_System_ZT_Mega_Menu», а также дополнительные модули. Для установки необходимо скачать файлы на компьютер, разархивировать и найти в панели управления вкладку «Расширения – Установить/Удалить».

Как добавить шаблон? Кликаем «Выберите файл», находим архив шаблона на компьютере и нажимаем «Загрузить файл и Установить».

**Настройка Joomla**

**Настройка шаблона и модулей**

Настройка Joomla начинается с настройки компонентов.

Главное в настройке джумлы – это настройка компонентов. Для активации плагинов и модулей переходим по адресу «Расширения – Менеджер плагинов/модулей». Контролируем, чтобы рядом с каждым нужным пунктом была установлена галочка.

Далее следует задействовать установленный шаблон сайта. Переходим в «Расширения – Менеджер шаблонов» и выбираем имеющийся (в нашем случае «ZT_News_III_template») – устанавливаем

по умолчанию. Преобладающее количество качественных шаблонов обладает собственными настройками, в частности, различными цветовыми гаммами (у нас зелёная, серая и красная).

Что касается прилагаемых модулей, то имеется следующий ассортимент:

JV_G-Weather_module – модуль, позволяющий отображать на сайте погоду от Google. В настройках присутствует выбор интересуемого региона.

JV_Headline_module – собирает новости всех категорий для отображения в заголовке страницы.

JV_News_module – отображает превью статьи на первой странице.

JV_Tabs_Module – представляет лучший контент для пользователей в виде выпадающего содержания.

Любой из вышеперечисленных модулей свободно редактируется в разделе «Расширения – Менеджер модулей».

**Начало работы с Joomla**

Пока информация не добавлена – шаблон выглядит пустым. Чтобы сделать свой сайт конкурентоспособным, привлекающим всеобщее внимание – наполняйте его качественным и уникальным, интересным для пользователей контентом.

Прежде, чем добавлять записи, нарисуйте структуру сайта:

Раздел -> Категория -> Статья

В разделе «Содержание» находятся менеджеры для редактирования каждой составляющей структуры. Начнем с разделов: переходим во вкладку «Содержание – Менеджер Разделов», в правом верхнем углу выбираем «Новый» - создаем раздел.

Заполняем поля «Название» (указываем название раздела на русском языке) и «Псевдоним» (название на латинице, рекомендуется транслитерация). Для автоматической транслитерации слов существует весьма удобный (достаточно ввести текст на русском языке, чтобы мгновенно получить его же, но английскими буквами) онлайн-сервис translit.ru – рекомендуется к использованию.

Проверяем, отмечена ли публикация (должно быть «да») - и нажимаем кнопку «Сохранить» в правом верхнем углу.

Переходим во вкладку «Содержание – Менеджер Категорий». Полностью аналогично создаём категории. «Содержание – Менеджер статей» - здесь вы будете очень частым гостем. Новые статьи соотносим с разделами и категориями, следим за наличием выбора публикации, чтобы материал отображался на главной странице.

Теперь требуется настроить внешний вид главной страницы, задать параметры отображения материалов. Переходим в раздел «Меню – Главное меню», находим пункт «Home/(Домой)» - выбираем тип пункта меню. Это может быть одна страница, блог, другие варианты. Для новостного сайта идеально подходит варианта блога для отображения на главной странице множества различных статей – его и выбираем!

Дополнительные параметры в правой части экрана позволяют редактировать размещаемый контент.

**Содержание отчета**

Отчет должен содержать:

1. Название работы.
2. Цель работы.
3. Задание.
4. Результаты выполнения задания.
5. Вывод по работе.

***Лабораторный практикум № 3***

**Цель:** выработать практические навыки работы в Google Analytics.

Задание.

1. Перейти на главную страницу сервиса. Зарегистрироваться.
2. Создать аккаунт Google.
3. Когда все будет готово – нажмите на «Получить идентификатор отслеживания».
4. Прочитайте условия соглашения и примите его.

**Содержание отчета**

Отчет должен содержать:

1. Название работы.
2. Цель работы.
3. Задание.
4. Результаты выполнения задания.
5. Вывод по работе.

***Лабораторный практикум № 4***

**Цель:** научиться работать с сервисом от *Яндекс.Метрики* для сбора статистики и аналитики.

**Задание.**

1. Для использования Яндекс.Метрики зарегистрируйтесь в сервисах Яндекса. После перехода в Метрику нужно «связать» сайт с ней. Для этого добавить счётчик.
2. Заполнить форму. Если будет использоваться вебвизор, включите его, чтобы действия посетителей записывались. Установите флажок на Пользовательском Соглашении и нажмите кнопку «Создать счётчик»:
3. Проверить, работает ли метрика.
4. Изучить графики.
5. Перейти во вкладку «Отчеты — Стандартные отчеты». Описать данные «Аудитория», по данным ЦА.

**Содержание отчета**

Отчет должен содержать:

1. Название работы.
2. Цель работы.
3. Задание.

4. Результаты выполнения задания.
5. Вывод по работе.

## ***Типовые задания к лабораторным практикумам (6-й семестр)***

***Лабораторный практикум № 5***

*Цель:* выявить каналы с целевым трафиком и высокой конверсией

1. Изучить отчет «Источники трафика» Google Analytics. Для этого необходимо выбрать «Обзор», и система представит показатели в виде диаграмм и графиков.

Для анализа качества трафика изучите полученные показатели:

1. Страниц/сеанс. Он показывает, сколько страниц просматривает посетитель за сеанс, для подсчета используется среднее значение зашедших пользователей на сайт за сеанс. Также это выражается как «Глубина просмотра».

2. Средняя длительность сеанса. По этому параметру видно, какое количество времени обычно проводит один пользователь на сайте.

3. Показатель отказов. Это процент от общего числа посетителей, которые прочли на сайте одну страницу и вышли.

**Содержание отчета**

Отчет должен содержать:

1. Название работы.
2. Цель работы.
3. Задание.
4. Результаты выполнения задания.
5. Вывод по работе.

***Лабораторный практикум № 6***

**Цель:** приобрести навыки, достаточные для начала профессионального анализа эффективности сайта.

Тема «Анализ сайта организации»

**Задание.**

Сделайте анализ сайта организации по предложенному плану.

Задание должно быть выполнено в формате PowerPoint.

Обязательно графическое сопровождение с пометками, ссылками и выводами. Примерный план анализа сайта:

1. Название, домен
2. Вид/тип сайта
3. Структура сайта (ключевые разделы)
4. Контент сайта (просмотреть основные разделы сайта и дать оценку; тест на юзабилити)
5. Аудитория сайта
6. Конкуренты
7. Ключевые слова сайта

8. Дизайн сайта

9. Посещаемость сайта (проверить здесь http://www.raskruty.ru/), счетчики (если есть, то какие; посмотреть данные, если информация открыта)

10. Поисковый анализ сайта: - анализ позиций сайта в поисковиках (на какой странице сайт?) - "подсказки" в поисковых системах - проверить через: http://wordstat.yandex.ru/ https://adwords.google.com/KeywordPlanner http://adstat.rambler.ru/wrds/ - проверить с помощью SEO-анализатора: http://www.hmx.ru/analizer.html

11. Общие выводы: плюсы и минусы сайта - анализ продвижения сайта проверить через: http://be1.ru/stat/

**Содержание отчета**

Отчет должен содержать:

1. Название работы.
2. Цель работы.
3. Задание.
4. Результаты выполнения задания.
5. Вывод по работе.

***Лабораторный практикум № 7***

**Цель:** Приобретение навыка последовательности шагов A/B-тестирования, которые помогут провести базовое тестирование продукта.

**Задание.**

1. Определите цели

Определите основные бизнес-задачи вашей компании и убедитесь, что цели A/B-тестирования с ними совпадают.

2. Определите метрику

Затем вам нужно определить метрику, на которую вы будете смотреть, чтобы понять, является ли новая версия сайта более успешной, чем изначальная. Обычно в качестве такой метрики берут коэффициент конверсии, но можно выбрать и промежуточную метрику вроде показателя кликабельности (CTR).

3. Разработайте гипотезу

Затем нужно разработать гипотезу о том, что именно поменяется, и, соответственно, что вы хотите проверить. Нужно понять, каких результатов вы ожидаете и какие у них могут быть обоснования.

4. Подготовьте эксперимент

Для того, чтобы тест выдавал корректные результаты сделайте следующее:

Создайте новую версию (B), отражающую изменения, которые вы хотите протестировать.

Определите контрольную и экспериментальную группы.

Убедитесь, что пользователи будут видеть версии A и B в случайном порядке.

Определите уровень статистической значимости (α).

Определите минимальный размер выборки.
Определите временные рамки.
5. Проведите эксперимент
Обсудите параметры эксперимента с исполнителями.
Выполните запрос на тестовой закрытой площадке, если она у вас есть. В самом начале проведения тестирования проверьте, действительно ли оно работает.
6. Анализируйте результаты.

**Содержание отчета**

Отчет должен содержать:
1. Название работы.
2. Цель работы.
3. Задание.
4. Результаты выполнения задания.
5. Вывод по работе.

### *7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации*

Промежуточная аттестация по дисциплине «Веб-аналитика» проводится в форме зачета и экзамена.

| № | Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя.<br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающегося принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>Задания №3 – тестовое задание | Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале:<br>Задание 1: 0-30 баллов<br>Задание 2: 0-30 баллов<br>Задание 3: 0-40 баллов<br>**«Зачтено»**<br>**– 90-100** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>**– 70 -89** – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения заданий правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>**– 50 - 69** – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задание решено частично.<br>**«Не зачтено»**<br>**– менее 50** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены. |
| 2 | Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:<br><br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий | Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:<br>Задание 1: 0-30 баллов<br>Задание 2: 0-30 баллов<br>Задание 3: 0-40 баллов<br><br>**-90 и более (отлично)** – ответ правильный, |

| № | Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| | оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>Задание №3 – тестовое задание | логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-70 и более (хорошо) –** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Ход решения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-50 и более (удовлетворительно) –** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены частично.<br>**-Менее 50 (неудовлетворительно)** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены |

## *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

### ***5 семестр (зачет)***

***Задания 1-го типа***

1. Дайте определение понятия веб-аналитики.
2. Цели веб-аналитики.
3. Задачи веб-аналитики.
4. Методы веб-аналитики.
5. Инструменты для сбора статистики.
6. Системы веб-аналитики, анализаторы логово.
7. Системы интернет- статистики с детализацией по просмотрам страниц.
8. Системы интернет-аналитики с детализацией поведения посетителя на странице.
9. Диспетчеры тегов.
10. Счетчики-рейтинги.
11. Традиционная веб-аналитика и веб-аналитика 2.0.
12. Парадигма Trinity.
13. Форматы интерактивной рекламы и форматы интернет-продвижения, не вошедшие в Digital.
14. Понятие аудитории и интернет-исследования.
15. Динамический и статический сайт.
16. GoogleAnalytics. Обзор интерфейса и структура аккаунта. Основные отчеты.
17. Установка и проверка кода отслеживания на сайте.

18. Настройка целей и событий. Управление доступом.

19. Основные отчеты Яндекс.Метрики.

20. Функционал отчетов (сегменты, визуализация, кастомихация отчета).

***Задания 2-го типа***

1. Сущность веб-аналитики.
2. Счетчики javascript.
3. Лог-анализаторы.
4. Классификация систем интернет-аналитики.
5. Стратегическая и сквозная веб-аналитика.
6. Три принципа веб-аналитики.
7. История развития веб- аналитики.
8. Взаимосвязь веб-аналитики и интернет-маркетинга.
9. Взаимосвязь веб-аналитики и Digital-рекламы.
10. Российский рынок Digital-рекламы.
11. Роль веб-аналитики в рекламе.
12. Сравнительная характеристика перфоманс-маркетинга (Performance-basedmarketing) и веб-аналитики.
13. Определение и содержание CMS. Простая, шаблонная, профессиональная, универсальная CMS.
14. Характеристика контента и его создание и распространение.
15. Критерии классификации систем управления контентом.
16. Функциональные и технологические возможности систем управления контентом.
17. Преимущества и ограничения GoogleAnalytics.
18. Основные настройки счетчика (отчеты по демографии, настройки сеанса, фильтры, группы контента и каналов).
19. Плюсы и минусы Яндекс.Метрики.
20. Основные принципы работы счетчика. Настройки счетчика (настройка кода, фильтры, операции, уведомления, доступы).

***Задания 3-го типа***

**Задание 1**

Проведите исследование социальной сети ВКонтакте по следующему алгоритму:

1. Анализ структуры
2. Выделение каскадов
3. Выделение сообществ
4. Анализ способов распространения информации. Сделайте отчет и презентацию по результатам исследования.

**Задание 2**

Основы работы с R. Обработка статистических данных»

1. Загрузить данные для своего варианта в переменную-вектор.

2. Получить справочную информацию по своим данным, просмотреть их содержимое.

3. Проверить, есть ли среди данных пропуски.

4. Создать новую переменную-вектор, в которой будут 1, если значение в исходном векторе больше среднего, и -1, если значение переменной меньше среднего, и 0, если значение равно среднему.

5. Вывести описательную статистику.

6. Построить графики абсолютных частот и плотности распределения.

**Задание 3**

Анализ сайта

- выбрать публичный сайт в Интернет (интернет-магазин, информационный сайт о мероприятии и т.д.) и представить краткую характеристику компании-владельца;

- провести мониторинг активностей компании в Интернет (поисковые системы, социальные сети и т.д.);

- из списка метрик веб-аналитики сформировать систему метрик, позволяющих оценить контент, социальные медиа, SEO, посадочные страницы, PR и брендинг, email-маркетинг и воронку продаж и коммуникации и обосновать свой выбор.

**Задание 4**

**Обзор, настройки и отчеты Google Analytics.**

*Цели работы*

Изучение функций и отчетов Google Аналитики и приобретение практических навыков и умений анализа данных по сайту интернет-магазина Google Merchandise Store в Google Analytics.

Ситуационное задание выдается индивидуально или творческому коллективу студентов (2-3 человека). В качестве компании выбирается интернет-магазин Google Merchandise Store, статистика по которому доступна в тестовом аккаунте Google Analytics.

*Последовательность действий:*

- получить доступ к тестовому аккаунту https://support.google.com/analytics/answer/6367342?hl=ru (рисунок 1)

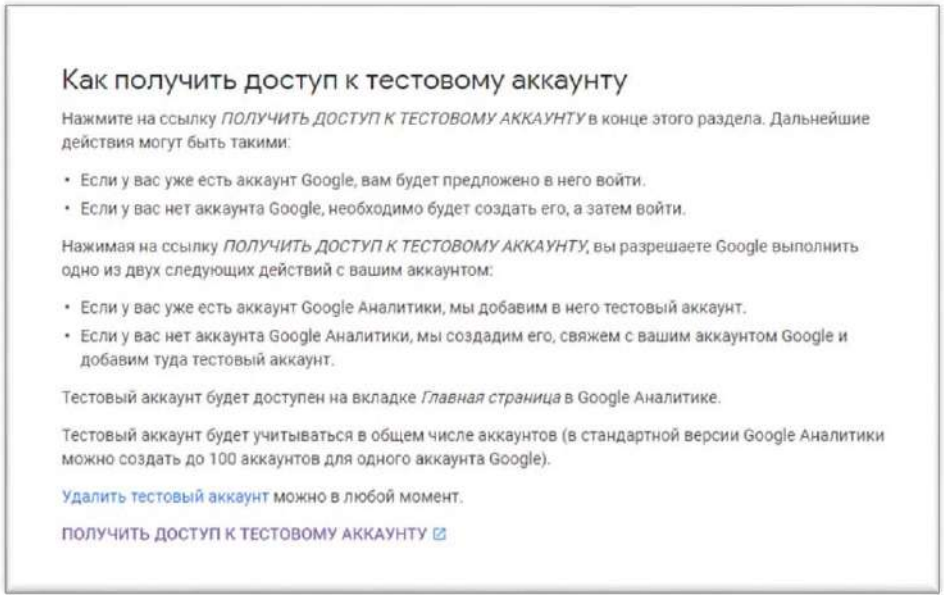


Рисунок 1 – Получение доступа к тестовому аккаунту в Google Analytics

Результаты задания оформляются в виде презентации, коллективно презентуются и обсуждаются.

Отчет должен содержать:

– Выявление тенденций в поведении пользователей на основе анализа общих объектов Модели атрибуции, Группы каналов, Сегменты конверсии, Специальные отчеты, Сводки, Сегменты, Полные отчеты;

– анализ пользовательских сегментов (настроить собственные сегменты);

– создание собственных сводок, специальных отчетов и моделей атрибуции;

– рекомендации по оптимизации сайта.

***<u>6 семестр (экзамен)</u>***

***Задания 1-го типа***

1. Анализ эффективности платных и бесплатных источников трафика.
2. Анализ потока кликов.
3. Поиск тенденций в анализе источников.
4. Построение систем сквозной аналитики.
5. Анализ эффективности рекламы.
6. Построение воронки привлечения и продаж для выполнения KPI.
7. Медиапланирование и прогнозирование результата.
8. Анализ эффективности сайта.
9. Технический анализ сайта (по устройствам, браузерам, скорости загрузки).
10. A/B тестирование страниц.
11. Контроль достоверности теста.
12. Создание и запуск тестов с помощью GoogleAnalytics и

GoogleOptimize.

13. Продвинутые возможности GoogleAnalytics: создание и использование пользовательских параметров и показателей.

14. Продвинутые возможности GoogleAnalytics: вычисляемые показатели, импорт расходов рекламных кампаний.

15. Системы отслеживания звонков.

16. Погрешности систем отслеживания звонков.

17. Продвижение в социальных сетях.

18. SocialMediaOptimization (SMO).

19. Мониторинг социальных сетей и блогов.

20. Таргетинг. Ретаргетинг.

21. Медийная (баннерная) реклама.

***Задания 2-го типа***

1. Использование UTM-меток.

2. SEO-продвижение.

3. Контекстная реклама.

4. Email-маркетинг.

5. Анализ эффективности сайта.

6. Алгоритм анализа конверсий.

7. Анализ эффективности SEO-продвижения.

8. Анализ эффективности контекстной рекламы.

9. Анализ эффективности email-маркетинга.

10. Анализ эффективности трафика соцсетей.

11. Алгоритм анализа эффективности сайта.

12. Анализ поведения пользователей на сайте (контент сайта, поиск по сайту, карта поведения).

13. Использование тепловых карт (кликов, ссылок, скроллинга) и вебвизора для анализа сайта.

14. Продвинутые возможности веб-аналитики.

15. Основной принцип тестирования страниц.

16. Виды тестов (A/B, многовариантное, сплит).

17. Calltracking

18. Статический и динамический коллтрекинг.

19. Продвижение компании с помощью SMM.

20. Способы привлечения посетителей из поисковых систем.

***Задания 3-го типа***

**Задание 1**

Обзор, настройки и отчеты Яндекс.Метрики

Цели работы

Изучение функций и отчетов Яндекс. Метрике и приобретение практических навыков и умений анализа данных по сайту в Яндекс. Метрике.

В качестве компании выбирается компания, статистика по которой доступна в демо-версии Яндекс.Метрики.

Результаты задания оформляются и презентуются.

Отчет должен содержать:

- общий анализ стандартных отчетов Посещаемость, Конверсии, источники, Аудитория, Содержание, Технологии, Мониторинг;
- анализ поведения пользователей с помощью Вебвизора;
- выводы по картам метрики (ссылок, кликов, скроллинга и взаимодействию с формами);
-рекомендации по оптимизации сайта.

**Задание 2**

Анализ эффективности платных и бесплатных источников трафика.

Цели работы

Приобретение практических навыков настройки отчетов для анализа интернет-рекламы в Google Analytics.

Ситуационное задание выдается индивидуально. В качестве компании выбирается интернет-магазин Google Merchandise Store, статистика по которому доступна в тестовом аккаунте Google Analytics.

Последовательность действий https://ppc.world/articles/otchety-dlya-analiza-internet-reklamy-vgoogle-analytics/

Отчет должен содержать:

- отчет по кампаниям (позволяет оценить количество трафика, которые дает источник и канал, и его качество по показателям отказа, глубины просмотра и длительности сеанса. Это поможет в оптимизации работы с каналами и распределении бюджета);
- отчет по анализу расходов;
- анализ времени по конверсиям;
- отчет по основным путям до конверсии;
- отчет по ассоциированным конверсиям;
- отчет по мобильным устройствам;
- отчет по времени загрузки страниц;
- общие выводы и рекомендации.

**Задание 3**

Анализ эффективности сайта.

Цели работы

Приобретение практических навыков анализа эффективности сайта и оценки его юзабилити.

Ситуационное задание выдается индивидуально.

Последовательность действий:

- проанализировать три метода оценки юзабилити сайта на основе научных публикаций в российском индексе научного цитирования, при анализе основной акцент сделать на модели факторов юзабилитики,

алгоритме оценки и методе сбора данных (ссылки на источники обязательны);

- выбрать публичный сайт в Интернет (интернет-магазин, информационный сайт о мероприятии и т.д.), найти два аналогичных сайта-конкурента;

- выбрать наиболее соответствующий специфике сайта метод оценки его юзабилити и провести оценку юзабилити выбранного сайта и сайтов конкурентов, все члены творческого коллектива выступают в качестве экспертов, участвующих в оценке;

- сформулировать выводы по результатам оценки и разработать рекомендации по совершенствованию.

Отчет должен содержать:

- описание трех методов оценки;

- подробную расшифровку выбранного для оценки метода;

- краткую характеристику выбранной компании, сайт которой будет оцениваться, и 2-х компаний-конкурентов;

- скриншоты элементов сайтов, соответствующих оцениваемым факторам юзабилити;

- табличные формы с оценками факторов экспертами;

- результаты оценки, выводы и рекомендации тезисно.

**Задание 4**

Продвинутые возможности веб-аналитики. Методы аналитики в Инстраграмм.

Цели работы

Освоение практических навыков и умений настраивать и использовать систему аналитики Инстраграм.

Ситуационное задание выполняется индивидуально. В качестве анализируемого профиля выбирается индивидуальный профиль студента в Инстраграм.

Последовательность действий:

- перевести личный профиль из обычного в бизнес-категорию;

- в блоке «Настройки» выбрать пункт «Связанные аккаунты» и связать профиль со своей страничкой в социальной сети (ВКонтакте, Facebook и т.д.);

- во вкладке профиля вашего аккаунта в верхнем правом углу появится иконка статистики, нажатие по которой отобразит данные о показах, охвате, вовлеченности, демографические данные, связанные с возрастом публики, ее месторасположением, временем просмотра постов, и многое другое;

- данные Instagram Insights проанализировать в Excel.

Отчет должен содержать:

- анализ показателей аналитики профиля Инстраграм

- анализ метрик аналитики публикации

- анализ показателей аналитики Stories

- результаты вычисления более сложных показателей (роста и коэффициента показов, коэффициента охвата, коэффициента просмотров, коэффициента кликов, коэффициента выходов, коэффициента просматриваемости (Completion Rate).

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Медийная и контекстная реклама в Интернет»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

# Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ ..... 3

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ..... 4

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ..... 7

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 8

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 9

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 13

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ..... 16

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Медийная и контекстная реклама в Интернет» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 N 512.

Дисциплина «Медийная и контекстная реклама в Интернет» предполагает осмысление обучающимся методологии планирования и реализации интерактивных коммуникационных кампаний в цифровой среде, дает целостное представление о месте и роли Интернет-коммуникаций в комплексе продвижения, раскрывает технологии стратегической интеграции медийных и контекстных рекламных коммуникаций бренда.

Основное содержание дисциплины направлено на понимание и осмысление видов медийной и контекстной рекламы и особенностей планирования медийной и контекстной рекламных кампаний.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 6 семестре.

**Цель и задачи дисциплины**

Целью изучения дисциплины «Медийная и контекстная реклама в Интернет» является создание условий для усвоения обучающимися методологии планирования и реализации интерактивных коммуникационных кампаний.

***Задачи дисциплины:***

- создание представления у обучающихся об алгоритмах разработки медийных и контекстных рекламных кампаний;
- сформировать понимание различий между видами медийной и контекстной рекламы;
- развить навыки WEB-аналитики, востребованные в профессиональной деятельности.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | выпускник должен знать | выпускник должен уметь | выпускник должен иметь практический опыт | |
| Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций | **ПК-2** | **ПК-2.1.** Использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в офлайн и онлайн среде при реализации коммуникационного продукта | современные технологии выбора инновационных систем при реализации коммуникационного продукта | анализировать экспертные оценки и на их базе осуществлять выбор инновационных систем в онлайн среде | самостоятельного выбора и анализа технологий медиарилешнз | Контактная работа: Практические занятия Самостоятельная работа |
| | | **ПК-2.2.** Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами | принципы и механизмы работы поисковых систем информационно-телекоммуникационной сети "Интернет". | проводить исследование спроса и анализировать тенденции его изменения на основе аналитических данных. | прогнозирования спроса на основе аналитических данных. | |
| | | **ПК-2.3** Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта | Особенности медийной рекламы в Интернете, основы сбора статистики пользователей сетью Интернет. | проводить медийные рекламные кампании в сети Интернет | разработки медийных рекламных кампаний в сети Интернет | |
| Способен проводить | **ПК-4** | **ПК-4.1** Проводит | Инструменты маркетинговых | проводить подбор | подбора каналов | Контактная работа: |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| подбор каналов продвижения, составлять стратегию продвижения и разрабатывать показатели эффективности продвижения в информационно - телекоммуникационной сети "Интернет" | | аналитические работы по выбору канала продвижения и реализации стратегии продвижения в информационно - телекоммуникационной сети "Интернет" | исследований, для осуществления выбора стратегических альтернатив | каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и разрабатывать показатели их эффективности. | продвижения и разработки показателей их эффективности с использованием инструментов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет". | Практические занятия Самостоятельная работа |
| | | **ПК-4.2** Разрабатывает стратегию продвижения рекламной и PR кампании в информационно - телекоммуникационной сети "Интернет" | определение понятия «медийная реклама», Функции и задачи медийной рекламы в комплексе Интернет-коммуникаций | работать с преимуществами и недостатками медийной рекламы | разработки стратегии медийной рекламы в Интернете | |
| | | **ПК-4.3** Составляет отчет по реализации стратегии продвижения проекта рекламной и PR кампании в информационно - телекоммуникационной сети "Интернет" на основе анализа полученных результатов показателей эффективности | основы технологий работы с медийной и контекстной рекламой в интернете | прописывать стратегию для каналов и средств маркетинговых коммуникаций в digital-среде | Применения методов оценки эффективности медийной рекламной кампании. | |
| Способен разрабатывать, реализовывать и продвигать индивидуальный и (или) коллективный проект в информационно - телекоммуникационной сети "Интернет", | **ПК-5** | **ПК-5.1** Готовит основные документы по разработке и сопровождению проекта в информационно - телекоммуникационной сети "Интернет" | управление бюджетом медийной рекламной кампании | планировать запуск медийной рекламной кампании | сопровождения медийных кампаний в Интернете | Контактная работа: Практические занятия Самостоятельная работа |
| | | **ПК-5.2.** Реализует | знает алгоритмы | привлекать посетителей | коммуникационного | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| анализировать результаты работы по реализации проекта | | типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связи с общественностью и применяет их при разработке индивидуальных и (или) коллективных проект в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | запуска медийной и контекстной рекламы в Интернет | из поисковых систем | сопровождения Интернет-продаж | |

# 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ/балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической | | |
| *Введение в дисциплину. Методологические аспекты рекламной деятельности в сети Интернет.* | | 20 | | | | | | | | 18 | Доклад-презентация/ 20 |
| *Тема 1. Контекстная реклама.* | | 19 | | | | | | | | 16 | Доклад-презентация/ 20 |
| *Тема 2. Медийная реклама.* | | | 20 | | | | | | | 16 | Отчет по практикуму по решению задач / 30 |
| *Тема 3. Точки on-line контактов с аудиторией и прогнозирование целевого трафика* | | | 19 | | | | | | | 16 | Отчет по практикуму по решению задач / 30 |
| **Всего:** | | **39** | **39** | | | | | | | **66** | **100** |
| **Контроль, час** | **36** | | | | | | | | | | **Экзамен** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **180** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **5** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Введение в дисциплину. Методологические аспекты рекламной деятельности в сети Интернет.***

Интернет и новые средства коммуникации. Основные категории и понятия рекламной деятельности в сети Интернет. Рекламные процессы в Интернете. Социально-психологические аспекты рекламных Интернет-коммуникаций. Виды рекламы в Интернет. Виды и особенности рекламных и коммуникационных кампаний в сети Интернет. Определение группы целевого воздействия. Таргетинг, ретаргетинг, ремаркетинг. Особенности процессов производства и размещения рекламных сообщений в Интернет-среде. Понятие и содержание веб-аналитики. Эмпирические исследования в Интернете. Анализ потребителей Интернет-рекламы. Цели on-line рекламы. Стратегия on-line рекламы.

***Тема 1. Контекстная реклама.***

Определение понятия «контекстная реклама». Контекстная реклама в поисковой системе. Поисковая реклама. Тематическая реклама. Реклама мобильных приложений. Смарт-баннер. Медийно-контекстный баннер. Контекстно-медийные сети. Создание кампании. Создание объявлений. Управление ставками. Максимизация количества кликов. Целевое положение на странице поиска. Оптимизатор цены за конверсию. Статистика по целям. Целевая цена за конверсию. Целевая рентабельность инвестиций в рекламу. Настройка показа. Динамические поисковые объявления. Запуск рекламной кампании. Управление бюджетом контекстной рекламной кампании. Подготовка отчетности. Методы оценки эффективности контекстной рекламной кампании.

***Тема 2. Медийная реклама.***

Определение понятия «медийная реклама». Функции и задачи медийной рекламы в комплексе Интернет-коммуникаций. Типология медийной рекламы. Преимущества и недостатки медийной рекламы. Баннерная реклама. Видеореклама. Аудиореклама. Брендирование. Текстово-графические блоки. Кросс-медийная сеть. Планирование медийной рекламной кампании. Настройка и типы размещения медийной рекламы. Ценообразование и модели продаж. Показатели эффективности медийной рекламы. Закупка и размещение медийной рекламы. Системы размещения и аудита. Ретаргетинговые технологии, торги в реальном времени (RTB). Управление бюджетом медийной рекламной кампании. Подготовка отчетности. Методы оценки эффективности медийной рекламной кампании.

***Тема 3. Точки on-line контактов с аудиторией и прогнозирование целевого трафика***

Каналы и средства маркетинговых коммуникаций в digital-среде. Сайт и привлечение посетителей из поисковых систем (SEO). Форма обратной связи. Отзывы. QR-код. Рассылки. Подписки. Кнопки «поделиться». Источники трафика. Качество целевого трафика. Проблемы и перспективы прогнозирования целевого трафика. Оптимизация сайта под социальные медиа, привлечение участников социальных медиа (SMO). Коммуникации в социальных медиа (SMM). Рекламный потенциал и недостатки блога. Технологии вирусного маркетинга в сети Интернет. Коммуникационное сопровождение Интернет-продаж. Лидогенерация. Маркетинг поисковых систем и тематических площадок (SEM).

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплины «Медийная и контекстная реклама в Интернет» используются такие виды учебной работы, как семинары, практикумы по решению задач, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

### *Методические указания для обучающихся при работе на семинаре*

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов согруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем

наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

***Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач***

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

− ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;

− получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;

− получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины. Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом. При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

*Работа с литературой (конспектирование)*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией,

способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода. Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты. Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

***Методические указания для обучающихся по подготовке доклада – презентации***

Доклад – сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут. Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);
- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию. Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.

2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).

3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.

4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.

5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.

6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).

7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

- готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего;
- план сообщения;
- краткие выводы из всего сказанного;
- список использованных источников.

### *Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины*

| **Наименование темы** | **Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение** | **Формы самостоятельной работы** | **Форма текущего контроля** |
|---|---|---|---|
| *Введение в дисциплину. Методологические аспекты рекламной деятельности в сети Интернет.* | Интернет и новые средства коммуникации. Основные категории и понятия рекламной деятельности в сети Интернет. Определение группы целевого воздействия. Эмпирические исследования в Интернете. Анализ потребителей Интернет-рекламы. Цели on-line рекламы. Стратегия on-line рекламы. | Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка доклада-презентации | Доклад-презентация |
| *Тема 1. Контекстная реклама.* | Реклама мобильных приложений. Смарт-баннер. Управление ставками. | Работа с литературой, источниками в сети | Доклад-презентация |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | Максимизация количества кликов. Целевое положение на странице поиска. Оптимизатор цены за конверсию. Статистика по целям. Целевая цена за конверсию. Целевая рентабельность инвестиций в рекламу. Подготовка отчетности. | Internet Подготовка доклада-презентации | |
| *Тема 2. Медийная реклама.* | Функции и задачи медийной рекламы в комплексе Интернет-коммуникаций. Кросс-медийная сеть. Настройка и типы размещения медийной рекламы. Ценообразование и модели продаж. Закупка и размещение медийной рекламы. Системы размещения и аудита. Ретаргетинговые технологии, торги в реальном времени (RTB). Методы оценки эффективности медийной рекламной кампании. | Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму | Отчёт по практикуму по решению задач |
| *Тема 3. Точки on-line контактов с аудиторией и прогнозирование целевого трафика* | Форма обратной связи. Отзывы. QR-код. Рассылки. Подписки. Кнопки «поделиться». Качество целевого трафика. Проблемы и перспективы прогнозирования целевого трафика. Оптимизация сайта под социальные медиа, привлечение участников социальных медиа (SMO). Рекламный потенциал и недостатки блога. Коммуникационное сопровождение Интернет-продаж. Лидогенерация. Маркетинг поисковых систем и тематических площадок (SEM). | Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму | Отчёт по практикуму по решению задач |

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. —

Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 335 с.— Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература:***

1. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 444 с. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru.

*2. Синяева, И. М.* Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

## 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № п/п | Наименование ресурса | Ссылка |
|---|---|---|
| 1. | MercatorGroup | http://www.mercator.ru/ |
| 2. | РИА Новости. Россия сегодня | https://ria.ru/ |
| 3. | GfK. Международный институт маркетинговых и социальных исследований | https://www.gfk.com/ru/ |
| 4. | Research Rethink React. Исследовательский холдинг Ромир | http://romir.ru/ |
| 5. | Фонд Общественное мнение (ФОМ) | http://corp.fom.ru/ |
| 6. | Институт социологии Российской академии наук | http://www.isras.ru/ |
| 7. | Всероссийский центр исследований общественного мнения (ВЦИОМ) | https://wciom.ru/ |
| 8. | Mediascope | http://mediascope.net/ |
| 9. | Ассоциация коммуникационных агентств России | http://www.akarussia.ru/files/docs/akar_sprav2015.pdf<br><br>http://www.akarussia.ru/files/docs/akar_industrialnye_standarty_prezentaciya.pdf |
| 10. | Блог CallbackHunter. | https://callbackhunter.com/blog/vsyo-o-mediynoy-reklame-v-internete/ |
| 11. | LPgenerator. | https://lpgenerator.ru/blog/2015/05/06/medijnaya-reklama-v-internete-vidy-preimushestva-effektivnost/<br><br>https://lpgenerator.ru/blog/categorie |
| 12. | Яндекс | https://yandex.ru/adv/products/display?menu=open/<br>https://yandex.ru/adv/products/context?menu=open// |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

При проведении образовательного процесса по дисциплине необходимо наличие:

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)

- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)
- Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### *7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины*

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Практикум по решению задач | Отчет по практикуму<br>30-12 – практикум выполнен верно в срок, представлен грамотный отчет.<br>11 - 9– практикум выполнен верно в срок, представлен неполный отчет, имеются ошибки, не влияющие на логику и алгоритм расчета.<br>8 - 2- практикум выполнен в срок и содержит концептуальные ошибки.<br>0 - практикум не выполнен. |
| 2. | Доклад - презентация | «20-5» – доклад выполнен в соответствии с заявленной темой, презентация легко читаема и ясна для понимания, грамотное использование терминологии, свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик правильно ответил на все вопросы в ходе дискуссии;<br>«4» – не корректное оформление презентации, грамотное использование терминологии, в основном свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик частично правильно ответил на все вопросы в ходе дискуссии;<br>«3» – отсутствие презентации, докладчик испытывал затруднения при выступлении и ответе на вопросы в ходе |

| | | |
|---|---|---|
| | | дискуссии. |

***Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости***

***<u>Типовые темы докладов-презентаций</u>***

1. Интернет и новые средства коммуникации.
2. Основные категории и понятия рекламной деятельности в сети Интернет.
3. Рекламные процессы в Интернете.
4. Социально-психологические аспекты рекламных Интернет-коммуникаций.
5. Предпосылки экономического поведения пользователей Интернета.
6. Виды рекламных и коммуникационных кампаний в сети Интернет.
7. Группы целевого воздействия в Интернет-продвижении.
8. Технологии производства и размещения рекламных сообщений в Интернет-среде.
9. Эмпирические исследования в Интернете.
10. Анализ потребителей Интернет-рекламы.
11. Содержание WEB-аналитики.
12. Функции и задачи медийной рекламы в комплексе Интернет-коммуникаций.
13. Типология медийной рекламы.
14. Преимущества и недостатки медийной рекламы.
15. Системы размещения и аудита медийной рекламы.
16. Ценообразование и модели продаж медийной рекламы.
17. Проблемы оценки эффективности медийной рекламы.
18. Проблемы оценки эффективности контекстной рекламы.
19. Проблемы и перспективы прогнозирования целевого трафика.
20. Коммуникации в социальных медиа.
21. Рекламный потенциал и недостатки блога.
22. Технологии вирусного маркетинга в сети Интернет.
23. Коммуникационное сопровождение Интернет-продаж.
24. Лидогенерация: проблемы и перспективы.
25. Маркетинг поисковых систем и тематических площадок.

***<u>Типовые задания к практикумам по решению задач</u>***

- *Практикум по решению задач №1*

*Тема:* Контекстная реклама.

Ключевые вопросы, подлежащие изучению в ходе практикума:

- Создание кампании.
- Создание объявлений.
- Управление ставками.
- Максимизация количества кликов.
- Целевое положение на странице поиска.
- Оптимизация цены за конверсию.
- Настройка показа.
- Запуск рекламной кампании.
- Управление бюджетом контекстной рекламной кампании.
- Подготовка отчетности.
- Прогнозирование оценки эффективности контекстной рекламной кампании.

- *Практикум по решению задач №2*

*Тема:* Медийная реклама.

Ключевые вопросы, подлежащие изучению в ходе практикума:

- Планирование медийной рекламной кампании.
- Настройка медийной рекламы.
- Закупка и размещение медийной рекламы.
- Ретаргетинг.
- Управление бюджетом медийной рекламной кампании.
- Подготовка отчетности.
- Прогнозирование эффективности медийной рекламной кампании.

- *Практикум по решению задач №3*

*Тема:* Точки on-line контактов с аудиторией и прогнозирование целевого трафика.

Ключевые вопросы, подлежащие изучению в ходе практикума:

- Привлечение посетителей на сайт из поисковых систем.
- Оптимизация сайта под социальные медиа, привлечение участников социальных медиа.
- Разработка концепции формы обратной связи.
- Стимулирование пользователей к написанию отзыва.
- Размещение QR-кода.
- Управление подписками и рассылками.
- Ведение корпоративного блога.
- Запуск вирусной рекламной кампании.
- Моделирование кнопки «поделиться».
- Прогноз целевого трафика.

### *7.2. Описание оценочных средств для проведения*

***промежуточной аттестации***

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена.

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:<br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br><br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br><br>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины. | Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:<br>1:0-30;<br>2:0-30;<br>3:0-40 **.**<br>**-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые аргументы, использована профессиональная терминология<br>Задание выполнено правильно.<br>Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые аргументы, использована профессиональная терминология.<br>Ход выполнения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые аргументы, использована профессиональная терминология.<br>Задание выполнено частично.<br>**-Менее 50 (неудовлетворительно**)– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задание не выполнено. |

## *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

**Задания 1 типа**

1. Виды рекламы в Интернет.
2. Понятие таргетинга.
3. Понятие ретаргетинг.
4. Понятие ремаркетинга.
5. Понятие и содержание веб-аналитики.
6. Понятие контекстной рекламы.
7. Цели медийной рекламы.
8. Цели контекстной рекламы.
9. Стратегия on-line коммуникаций.
10. Определение поисковой рекламы.
11. Определение тематической рекламы.
12. Определение рекламы мобильных приложений.

13. Определение смарт-баннера.
14. Определение медийно-контекстного баннера.
15. Определение контекстно-медийной сети.
16. Определение целевой рентабельности инвестиций в рекламу.
17. Определение динамических поисковых объявлений.
18. Определение медийной рекламы.
19. Определение баннерной рекламы.
20. Определение видеорекламы.
21. Определение аудиорекламы.
22. Определение понятия брендирования в медийной рекламе.
23. Определение текстово-графических блоков в медийной рекламе.
24. Определение кросс-медийной сети.
25. Понятие целевого трафика и его качества.

**Задания 2 типа**

1. Определение актуальные направления развития содержания профессиональных функций в области проектирования визуальных рекламных коммуникаций в Интернет-среде на ближайшие 5 лет.
2. Определение актуальные направления развития содержания профессиональных функций в области проектирования визуальных рекламных коммуникаций в Интернет-среде на ближайшие 10 лет.
3. Определение актуальные направления развития содержания профессиональных функций в области проектирования визуальных рекламных коммуникаций в Интернет-среде на ближайшие 20 лет.
4. Составьте перечень требований к уровню профессиональных компетенций дизайнера, требующегося для работы в отделе Интернет-продвижения.
5. Составьте чек-лист рекомендательного характера для разработчиков медийных рекламных кампаний.
6. Составьте чек-лист рекомендательного характера для разработчиков контекстных рекламных кампаний.
7. Составьте чек-лист рекомендательного характера для разработчиков рекламного WEB-дизайна.
8. Составьте перечень требований к уровню профессиональных компетенций в области информационной безопасности для контент-маркетолога.
9. Представьте прогноз развития новых форм Интернет-коммуникаций на ближайшие 5 лет.
10. Представьте прогноз развития новых форм Интернет-коммуникаций на ближайшие 10 лет.
11. Представьте прогноз развития новых форм Интернет-коммуникаций на ближайшие 20 лет.
12. Сформулируйте типовой перечень задач рекламных служб и служб по связям с общественностью, реализующим медийные и

контекстные рекламные кампании в Интернете.

13. Сформулируйте типовой перечень требований к структуре рекламной службы и служб по связям с общественностью, реализующим медийные и контекстные рекламные кампании в Интернете.

14. Предложите алгоритм продвижения товаров и услуг на B2B-рынке посредством медийной и контекстной рекламы.

15. Предложите алгоритм продвижения товаров и услуг на B2C-рынке посредством медийной и контекстной рекламы.

16. Предложите алгоритм продвижения услуг на G2B-рынке посредством медийной и контекстной рекламы.

17. Составьте перечень требований к уровню профессиональных компетенций и содержанию профессиональных функций коммуникативного дизайнера WEB-разработок и производства рекламного продукта, предназначенного для размещения в Интернете.

18. Составьте перечень требований к уровню профессиональных компетенций и содержанию профессиональных функций сотрудника отдела SMM-коммуникаций.

19. Составьте перечень требований к уровню профессиональных компетенций и содержанию профессиональных функций сотрудника отдела коммуникационного сопровождения Интернет-продаж.

20. Представьте сравнительную характеристику показателей эффективности медийных и контекстных рекламных кампаний.

21. Представьте структурно-функциональную схему взаимодействия субъектов и объектов профессиональной деятельности в ходе реализации медийных и контекстных рекламных кампаний в Интернете.

22. Составьте чек-лист социально-психологических показателей, подлежащих прогнозированию в ходе разработки медийных и контекстных рекламных кампаний в Интернете.

23. Составьте чек-лист психографических показателей, подлежащих прогнозированию в ходе разработки медийных и контекстных рекламных кампаний в Интернете.

24. Составьте чек-лист поведенческих показателей, подлежащих прогнозированию в ходе разработки медийных и контекстных рекламных кампаний в Интернете.

25. Составьте чек-лист экономических показателей, подлежащих прогнозированию в ходе разработки медийных и контекстных рекламных кампаний в Интернете.

**Задания 3 типа**

Представить кейс и вариант его решения. Исходные данные (кейс) обучающийся формулирует самостоятельно. Кейс должен содержать данные, позволяющие ответить на следующие вопросы:

- Кто заказывает рекламу?

- Кому адресована реклама?
- Где распространяется реклама?
- Что рекламируется?
- Зачем рекламируется?

На основании условий сформулированного кейса, представить концепцию коммуникационной кампании, планируемой к реализации посредством медийной и контекстной рекламы, включающую:

- Справочно-библиографический аппарат отчета по результатам рекламных исследований в Интернете.
- Цели и задачи коммуникационной кампании.
- Творческую концепцию рекламных сообщений.
- Параметры размещения медийной рекламы.
- Параметры показов контекстной рекламы.
- Параметры мониторинга в ходе реализации кампании.
- Прогнозирование эффективности кампании.
- Расчет примерного бюджета.
- Идеи креативных решений для реализации кампании, повышающих эффективность рекламной и PR-деятельности в Интернете.

Область спроса торговой марки / бренда, для которого разрабатывается концепция коммуникационной кампании:

1. Розничная торговля продуктами питания «в шаговой доступности».
2. Розничная торговля непродовольственными товарами «в шаговой доступности».
3. Дошкольное образование.
4. Высшее образование.
5. Обучение за рубежом.
6. Импортные продукты питания.
7. Автосервисы премиум-класса.
8. Автосервисы среднего класса.
9. Женская обувь и галантерея.
10. Мужская обувь и галантерея.
11. Антиквариат и предметы роскоши.
12. Парикмахерские услуги и салоны красоты.
13. Розничные финансовые и инвестиционные услуги.
14. Образование и просвещение пожилых людей.
15. Экологическое потребление.
16. Компьютерная техника и программное обеспечение.
17. Товары для сада и огорода.
18. Интернет-СМИ.
19. Грузоперевозки.
20. Компьютерные игры.
21. Культурно-массовые мероприятия.

22. Домашний текстиль.
23. Дизайн жилых помещений и ремонт квартир.
24. Загородная недвижимость.
25. Мобильные приложения.

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Спичрайтинг»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

# Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ ..... 3

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ..... 4

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ..... 5

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 6

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 7

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 10

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ..... 13

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Спичрайтинг» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, утвержденным Приказом Минобрнауки России от 08.06.2017г. № 512

Дисциплина «Спичрайтинг» предполагает осмысление и анализ обучающимся методологии работы с текстами выступлений, разного рода речей, презентаций и подготовкой к выступлению руководителей и ключевых лиц организации. Дисциплина построена на методах активного обучения для погружения обучающегося в практико-ориентированную учебную активность для приобретения навыков различных методов, приемов и техник спичрайтинга.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью* и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре.

**Цель и задачи дисциплины**

Целью изучения дисциплины «Спичрайтинг» является формирование у студентов базовых представлений об основных приемах качественного создания речей и текстов выступлений, а также выработке практических навыков выступлений.

***Задачи дисциплины:***

а) приобрести знания в области основных особенностей риторики и основ выступлений;

б) знать методы и приемы составления успешных текстов выступлений и подготовки к ним.

г) уметь проводить подготовку к выступлению, включая анализ ЦА,

д) сформировать навыки составления качественных текстов выступлений.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **знать** | **уметь** | **иметь практический опыт** | |
| Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа | ПК- 3 | ПК- 3.1. осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта | основы создания текстов выступлений разных форматов в соответствии с ЦА и коммуникационными каналами | создавать и редактировать тексты выступлений под запросы ЦА и в соответствии с тематикой и спецификой коммуникационного канала | создания спичей и текстов публичных выступлений | Контактная работа: Лабораторные работы Самостоятельная работа |

# 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| *7 семестр* | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1. Цели и задачи курса* | | | | | | 10 | | | | 26 | Отчёт по лабораторному практикуму № 1/25 |
| *Тема 2. Виды публичных речей* | | | | | | 10 | | | | 26 | Отчёт по лабораторному практикуму № 2/25 |
| *Тема 3. Этапы работы спичрайтера с текстом публичного выступления* | | | | | | 10 | | | | 26 | Отчёт по лабораторному практикуму № 3/25 |
| *Тема 4. Спичрайтинг в разных дискурсивных практиках* | | | | | | 10 | | | | 26 | Отчёт по лабораторному практикуму № 4/25 |
| **Всего:** | | | | | | **40** | | | | **104** | **100** |
| Контроль, час | **36** | | | | | | | | | | **Экзамен** |
| Объем дисциплины (в академических часах) | **180** | | | | | | | | | | |
| Объем дисциплины (в зачетных единицах) | **5** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Цели и задачи курса***

Спичрайтинг: определение, цель и задачи спичрайтинга, его виды. Спичрайтинг как разновидность PR-деятельности, как один из видов PR-технологий.

***Тема 2. Виды публичных речей***

Спичрайтинг как раздел практической риторики. Виды публичных речей: информационная, убеждающая, эпидейктическая, протокольная.

Информационная речи и ее виды. Убеждающая речь.

Система аргументов в убеждающей речи, общая характеристика.

Эпидейктическая речь, ее виды (протокольная, траурная, торжественная, неформальная). Структурно-содержательные особенности публичных речей. Языковые средства формирования положительного имиджа PR-субъекта в разных видах публичной речи.

***Тема 3. Этапы работы спичрайтера с текстом публичного выступления***

Этапы работы спичрайтера с текстом устного выступления: подготовка к выступлению, написание и организация текста выступления. Этап подготовки: сбор информации; работа спичрайтера со спикером; выявление особенностей целевой аудитории (социо-демографические параметры, степень подготовленности), ее взаимоотношений со спикером. Разработка темы, стратегические установки темы выступления, работа спичрайтера с источниками; обработка материала, выстраивание смысловой структуры текста (формулировка основных тезисов выступления на этапе смыслового программирования). Этап написания текста выступления. Работа с текстом. Написание спичрайтером плана выступления (модели развития мысли) Композиция спича: вступление, основная часть, заключение. Вступление, его цели и задачи. Речевые приемы привлечения внимания целевой аудитории (набор контактоустанавливающих средств). Основная часть. Роль тезиса и ключевых слов в основной части выступления. Аргументация в основной части спича. Рациональные и эмоциональные аргументы. Роль иллюстраций в основной части текста выступления. Заключение текста спича. Виды заключений. Рекомендации спичрайтеру по составлению публичных речей для разных сфер связей с общественностью. Этап организации текста выступления. Произнесение речи. Речь подготовленная и неподготовленная. Репетиция и исполнение речи. Работа спичрайтера со спикером на репетиции текста, контроль спикера при исполнении текста. Основные требования к произнесению речи (выразительность, дикция, тембр). Роль кинесических и проксемических средств в

публичном выступлении спикера. Выразительные средства в разных видах публичных речей.

***Тема 4. Спичрайтинг в разных дискурсивных практиках***

Спич в бизнес-коммуникации (коммерческой сфере). Особенности бизнес-коммуникации. Образ современного бизнесмена/руководителя. Особенности работы спичрайтера с руководителем организации. Внешние и внутрикорпоративные выступления руководителя. Тематические особенности спичей, ориентированных на разные целевые группы организации.

Виды публичных речей в бизнес-коммуникации (информационная, убеждающая, эпидейктическая, протокольная), ситуации их реализации.

Языковые средства формирования положительного имиджа PR-субъекта в спичах.

Спич в сфере политики. Особенности политической риторики в современной России. Имидж современного политика. Политический спич: структурно-содержательные, языковые и прагматические особенности.

Виды публичных речей в политической сфере (информационная, убеждающая, эпидейктическая, протокольная), ситуации их реализации.

Языковые средства формирования положительного имиджа PR-субъекта в спичах.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплины «Спичрайтинг» используются такие виды учебной работы, как лабораторный практикум, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

***Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных практикумов***

Лабораторные практикумы выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к выполнению лабораторного практикума, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя рекомендации о порядке выполнения заданий;
- настроить под руководством преподавателя инструментальные средства, необходимые для проведения лабораторного практикума

- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, требованиях к оформлению, форме представления и критериях оценки результатов работы;

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

*Порядок проведения практикума.*

1. Получение задания и рекомендаций к выполнению практикума.
2. Настройка инструментальных средств, необходимых для выполнения практикума.
3. Выполнение заданий практикума.
4. Подготовка отчета в соответствии с требованиями.
5. Сдача отчета преподавателю.

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

*Требования к оформлению результатов практикумов.*

При подготовке отчета: изложение материала должно идти в логической последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, шрифт TimesNewRoman, размер – 14, выравнивание по ширине, отступ первой строки – 1,25, междустрочный интервал – 1,5, правильное оформление рисунков (подпись, ссылка на рисунок в тексте).

При подготовке презентации: строгий дизайн, минимум текстовых элементов, четкость формулировок, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, воспринимаемая графика, умеренная анимация.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

*Работа с литературой*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет

значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по курсу «Спичрайтинг» определяется учебным планом.

При самостоятельной работе студенты руководствуются методическими рекомендациями по дисциплине при минимальном участии преподавателя.

***Методические указания для обучающихся по подготовке к экзамену***

При подготовке к экзамену с использованием учебника важно:

- запоминать терминологию
- записывать краткие тезисы с опорой на ключевую информацию
- определять связи между темами и разделами изучаемой дисциплины
- структурировать важную информацию в виде схем, таблиц, графиков

Рекомендуется повторять важный материал перед сном, а самый важный после пробуждения. Перед экзаменом важно чувствовать отдохнувшим и выспавшимся.

***Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины***

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоят. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Цели и задачи курса* | Спичрайтинг как разновидность PR-деятельности, как один из видов PR-технологий. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка отчета по практикуму. | Отчёт по лабораторному практикуму№ 1/25 |
| *Тема 2. Виды публичных речей* | Структурно-содержательные особенности публичных речей. Языковые средства формирования положительного имиджа PR-субъекта в разных видах публичной речи. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка отчета по практикуму. | Отчёт по лабораторному практикуму № 2/25 |
| *Тема 3. Этапы работы спичрайтера с текстом публичного выступления* | Работа спичрайтера со спикером на репетиции текста, контроль спикера при исполнении текста. Основные требования к произнесению речи (выразительность, дикция, тембр). Роль кинесических и проксемических средств в публичном выступлении спикера. Выразительные средства в разных видах публичных речей. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка отчета по практикуму. | Отчет по лабораторному практикуму № 3/25 |
| *Тема 4. Спичрайтинг в разных дискурсивных практиках* | Виды публичных речей в политической сфере (информационная, убеждающая, эпидейктическая, протокольная), ситуации их реализации.<br>Языковые средства формирования положительного имиджа PR-субъекта в спичах. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка отчета по практикуму. | Отчет по лабораторному практикуму № 4/25 |

# 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература***

1. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 159 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13318-9. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература***

1. *Голуб, И. Б.* Литературное редактирование : учебник и практикум для вузов / И. Б. Голуб. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 397 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06578-7. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. Дзялошинский, И. М. Риторика : учебник и практикум для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 232 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02665-8. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № п/п | Полное название ресурса | Адрес ресурса |
|---|---|---|
| 1. | Mediascope | http://mediascope.net/ |
| 2. | Pressfeed.Журнал | https://news.pressfeed.ru/ |
| 3. | Спичрайтеры России | https://speechwritersofrussia.ru/category/best-texts |
| 4. | Экспертно-аналитический портал «Гуманитарное развитие в России и за рубежом». Ораторская активность президентов США | http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2006/720 |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Лаборатория информационных технологий для проведения лабораторных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональные компьютеры; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение;

https://loginom.ru/platform/pricing)

- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)
- Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### *7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины*

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| **1.** | Лабораторный практикум | 25-20 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, правильно выбраны совместимые комплектующие, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы;<br>19-10 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, правильно выбраны совместимые комплектующие, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы;<br>9-6 – работа выполнена в срок, в основном самостоятельно, использованы соответствующие формулы; определены соответствующие спецификации, имеются ошибки в расчетах; выбраны совместимые комплектующие необходимые, выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы;<br>5 – обучающийся подготовил работу несамостоятельно или не завершил в срок, описание спецификации содержит незначительные ошибки, выводы и ответы на вопросы отсутствуют. |

## *Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости*

**Лабораторный практикум №1**

Изучите профессиональную деятельность следующих отечественных спичрайтеров:

• политический журналист газеты «Известия» Александр Бовин, спичрайтер Леонида Брежнева.

• Симон Кордонский, спичрайтер Владимира Путина с 2000-2004 гг.

• Ева Василевская, глава рефентуры президента РФ, спичрайтер Дмитрия Медведева с 2009 по 2013 гг. Выделите специфические признаки профессии.

**Лабораторный практикум №2**

Напишите PR-текст (до 2000 знаков без пробелов). Выделите в нем основные признаки PR-текст. Аргументируйте свою позицию.

**Лабораторный практикум №3**

Подготовьте речь устного выступления от лица ученого на тему загрязнения окружающей среды в социальной сети «Инстаграм».

Подготовьте письменную речь от лица ученого на тему загрязнения окружающей среды для публикации в «Российской газете».

**Лабораторный практикум №4**

Проанализируйте сетевые фриланс-ресурсы. Выявите наиболее популярные. Расскажите об одном из них (условия сотрудничества, профессиональные требования, средний доход, возможности)

**Лабораторный практикум №5**

Подготовьте речь для публичного выступления главы государства. Тема и медиаплощадка произвольны.

***Промежуточная аттестация по дисциплине «Спичрайтинг» проводится в форме экзамена.***

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:<br><br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:<br>Задание 1: 0-30 баллов<br>Задание 2: 0-30 баллов<br>Задание 3: 0-40 баллов<br><br>**-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично.<br>**-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена |

***Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся***

***Задания 1-го типа***

1. Спичрайтинг: определение, цели, задачи. Спичрайтинг как вид профессиональной деятельности копирайтера.

2. Спичрайтинг как раздел практической риторики. Структура

практической риторики (оратор и текст, поведение оратора в аудитории, техника аргументации, оратор и аудитория).

3. Спичрайтинг. Спичрайтер. Спичрайтерский текст: определение понятий.

4. Виды публичных речей (общая характеристика).

5. Виды публичных речей. Информационная речь и ее виды.

6. Виды публичных речей. Убеждающая речь. Система аргументов в убеждающей речи,общая характеристика.

7. Виды публичных речей. Эпидейктическая речь, ее виды. Протокольная речь как разновидность эпидейктической речи, ее структурно-содержательные особенности.

8. Эпидейктическая речь, ее виды. Траурная речь как разновидность эпидейктической речи, ее структурно-содержательные особенности.

9. Эпидейктическая речь, ее виды. Торжественная речь как разновидность эпидейктической речи, ее структурно-содержательные особенности.

10. Эпидейктическая речь, ее виды. Неформальная речь как разновидность эпидейктической речи, ее структурно-содержательные особенности и язык.

11. Языковые средства формирования положительного имиджа PR-субъекта в разных видах публичной речи.

12. Этапы работы спичрайтера с текстом устного выступления: подготовка к
выступлению, написание и организация текста выступления.

13. Подготовки спичрайтера к работе с текстом публичного выступления.

14. Спичрайтер и целевая аудитория. Способы работы спичрайтера с целевыми группами.

15. Работа спичрайтера с текстом публичного выступления. Композиция спичрайтерского текста.

16. Работа спичрайтера с источниками информации.

17. Речевые приемы привлечения внимания целевой аудитории.

18. Роль тезиса и ключевых слов в основной части спичрайтерского текста. Аргументация в спиче.

19. Роль заключения в публичном выступлении. Виды заключений в текстах спичей.

20. Рекомендации спичрайтеру по составлению публичных речей для разных сфер связей с общественностью.

21. Работа спичрайтера со спикером. Произнесение речи спикером. Подготовленная и неподготовленная речь выступления.

22. Основные требования к произнесению речи (выразительность, дикция, тембр).

23. Роль кинесических и проксемических средств в публичном выступлении спикера.

24. Выразительные средства в разных видах публичных речей.

25. Особенности спича в коммерческой сфере. Образ современного руководителя компании.

***Задания 2 типа***

1.Тематические особенности спичей в коммерческой сфере.

2. Виды публичных речей в коммерческой сфере (информационная, убеждающая, эпидейктическая, протокольная), ситуации их реализации.

3. Образ современного политика.

4. Политический спич: структурно-содержательные, языковые и прагматические особенности.

5. Виды публичных речей в политической сфере (информационная, убеждающая, эпидейктическая, протокольная), ситуации их реализации.

6. Языковые средства формирования положительного имиджа PR-субъекта в коммерческом и политическом спичах.

7. Факторы, влияющие на речевую деятельность.

8. Западная модель спичрайтинга.

9. Русская модель спичрайтинга.

10. Типологии аудитории: по размеру, возрасту, подготовленности, подвижности, отношению к оратору / выступлению и др.

11. Типы публичных выступлений.

12. Подготовительный этап работы спичрайтера: сбор информации о том, для кого пишется текст.

13. Разработка содержания выступления.

14. Структурирование текста публичного высказывания.

15. Работа над словесным оформлением высказывания.

16. Организация устного выступления, способы подготовки спикера

17. Подготовка к произнесению речи.

18. Классификации публичной речи по степени подготовленности.

19. Поведение оратора в аудитории.

20. Особенности мультимедийных и интерактивных средств при создании текстов

21. Роль и значение спичрайтинга для специалиста по медиакоммуникациям.

***Задания 3 типа***

1. Подготовьте текст публичного выступления на произвольную тематику.

2. Подготовьте убеждающую речь для публичного выступления политика, необходимую для привлечения голосов избирателей в ходе предвыборной гонки.

3. Проанализируйте законодательство в сфере рекламы и PR. Выделите основные положения, регулирующие правовые отношения спичрайтинговой деятельности

4. Подготовьте речь публичного выступления от лица руководителя произвольной организации для следующей аудитории:

А) партнеры организации;

Б) сотрудники организации;

В) представители государственной власти.

5. Составьте план публичного выступления для Президента РФ на произвольную тематику.

6. Подготовьте публичное выступление от собственного лица на произвольную тематику.

Текст 1. Выступление Президента ОАО "ЛУКОЙЛ" на совещании по вопросам внутреннего аудита

В нашей Компании сложились уникальные отношения между акционерами, менеджментом и коллективами. В Компании работают специалисты всех отраслей, у нас сложилось хорошее взаимопонимание с нашими трудовыми коллективами. В 2011 году Компания будет отмечать свое 20-летие. Праздничные мероприятия пройдут на многих предприятиях в регионах нашей деятельности. За 20 лет существования Компании у нас ни разу не возникало очагов социальной напряженности. Создание объединённой профсоюзной организации, сохранение системы коллективных договоров, внедрение социально-ответственной политики даёт нам возможность вести диалог с трудовыми коллективами и не давать поводов для социальных конфликтов. В тоже время у нас сложились прекрасные отношения с акционерами. Состав наших акционеров стабилен. Они рассчитывают на долговременную стратегию развития Компании. Сложилась уникальная ситуация: зачастую менеджмент и акционеры это одни и те же люди и они не заинтересованы в короткой дивидендной политике. Та дивидендная политика, которая проводилась у нас в течение 20 лет, вполне удовлетворяет наших акционеров и даёт возможность Компании очень динамично развиваться. Простой пример: мы в год платим около $30 млрд. налогов в российский бюджет, более $10 млрд. расходуем на инвестиции, а акционерам выплачиваем $1,2-1,4 млрд. дивидендов в год. Все эти годы акционеры адекватно воспринимают эту ситуацию. Следующая зона нашей ответственности - государство. Мы стабильно платим налоги в государственный бюджет. Я не обсуждаю много это или мало, налоги всегда большие. Но мы стабильно их платим, и за все эти годы к нам не было претензий по поводу неуплаты налогов. Мы ни разу не нарушили сроки выплаты заработной платы и оплаты налогов. У нас стабильные отношения с властями как в нашей стране, так и во всех иностранных государствах, в которых мы работаем. Наши компании в других странах достаточно комфортно себя чувствуют и пользуются уважением руководства этих стран, что даёт нам возможность стабильно развиваться. И, наконец, общество. Мы так же ответственны перед

обществом. Мы производим продукцию хорошего качества и поставляем ее на рынок по рыночным, справедливым ценам. А за уровень доходов населения и социальную стабильность несет ответственность государство. Именно оно определяет налоговую политику. Мы не тратим бюджетные деньги. Их распределяет правительство. Мы уверены, что ответственная политика правительства будет вести к тому, что уровень жизни наших граждан будет расти. Таким образом, во всех сегментах своей ответственности Компания достаточно социально ориентирована. И мы уверены в своем стабильном развитии. В ноябре 2011 года мы будем презентовать стратегию нашего развития на последующие 10 лет. 16.03.2011 Текст 2. Выступление Э. Долгалёва, руководителя направления IBM Websphere, IBM RCIS, на кконференции компании IBM Коллеги добрый день! Спасибо огромное за ваше время. Спасибо, что вы пришли, присоединились к нам. Мы старались сделать сегодняшнюю конференцию очень интересной, и я хотел бы в двух словах рассказать, как она организована, что можно сегодня узнать, что можно сегодня увидеть, с кем сегодня можно будет познакомиться. На самом деле мы делаем всё для того, чтобы как можно больше было общения поэтому если у вас есть вопросы к IBM. Вот мы постарались выделить специалистов наших, с наклеечкой «я из IBM». У нас есть отдельный стенд, у нас есть организаторы, поэтому не стесняйтесь подходите спрашивайте, задавайте вопросы, мы познакомим с ребятами, кто отвечает за вас, кто работает с вами как клиент… Хорошего дня, хочу вам пожелать хорошего дня, хорошего общения! Пожалуйста, общайтесь с нами, общайтесь с нашими партнёрами. Ну и конечно да, про наших партнёров, хотел сказать 15 огромное спасибо партнёрам, которые помогли нам организовать данное мероприятие это компания техносил консалтинг и компания синимекс это спонсоры наших паралелльных сессий, без них это мероприятие было бы сделать гораздо тяжелей. Спасибо огромное вам, хорошего дня!

Задание 2. Переведите текст спича из письменной формы в устную с учетом всех предъявляемых требований. Напишите полученные вариант. Текст 1. Выступление Президента ОАО «НК «Роснефть» И.И.Сечина на Круглом Столе ПМЭФ Уважаемые дамы и господа, коллеги по отрасли и гости Форума! От имени нефтяной компании Роснефть, которой выпала большая честь быть спонсором Форума, я хочу приветствовать Президента Российской Федерации Владимира Владимировича Путина и находящихся в этом зале глубокоуважаемых коллег, с которыми мы работаем и взаимодействуем почти каждый день, можно сказать, бок обок. Я приветствую не только коллег по отрасли, но и сидящих здесь банкиров, аналитиков, консультантов, производителей оборудования. Участники этой встречи – это большая и мощная группа,

под контролем которой находится капитал стоимостью в два с половиной триллиона долларов. Для меня большая честь выступать в столь представительной аудитории! Я прошу коллег передать также самые искренние приветствия всем тем, кто держит сейчас вахту на промыслах, на буровых – в песках и вечной мерзлоте, в жаре и холоде, тем, кто тяжелым физическим трудом обеспечивает потребителей нефтью и газом. Прежде, чем начать свое выступление, считаю необходимым сделать все оговорки, касающиеся ограничения ответственности. Необходимость таких оговорок связана с обсуждением в докладе не только фактов, но также прогнозов и оценок. Позвольте теперь изложить позицию компании «Роснефть» по ключевым проблемам развития нефтегазовой отрасли. Прежде всего, хотел бы отметить, что состояние ряда региональных экономик внушает нам сдержанный оптимизм. Начиная со второй половины 2009 года, а это уже почти 4 года, мировая экономика за счет ряда регионов демонстрирует рост. Значительное снижение бюджетного дефицита в США, а также существенное уменьшение стоимости обслуживания государственных ценных бумаг проблемных стран еврозоны позволяет надеяться на стабилизацию их финансового положения. Мы ожидаем ускорения общемировой экономической динамики. При этом можно утверждать, что мировая экономика вполне адаптировалась к сложившемуся умеренно высокому уровню мировых цен на ресурсы и вовсе не дефицит ресурсов или цены на них порождают турбулентность в мировом экономическом развитии[…..]. Для укрепления своей конкурентоспособности ЕС было бы крайне важно кооперироваться с поставщиками энергоресурсов по цепочке создания продукции с включением энергоемких компонентов. Не углубляясь здесь в этот вопрос, скажу, что «сухой» газ Северного моря хорош для энергетики, если же речь идет о газо- и нефтехимии наряду с энергетикой, то российская ресурсная база, обладающая богатыми запасами «жирного» газа, вполне могла бы рассматриваться ЕС как приоритетная [….] Одной из важнейших особенностей развития мировой энергетики на современном этапе является возрастание роли глобальной конкуренции. Она приобрела многоплановый характер: межстрановой, межсекторный, корпоративный, технологический, финансовый. Важная роль энергетики проявляется в таких сторонах глобальной конкуренции, как поддержка странами национальных производителей, выполнение энергетическим сектором функции наполнения бюджета, поддержка энергетическим сектором роста экономик, доступ к технологиям, финансовым ресурсам и т.п. Ключевые игроки в нефтегазовой отрасли обладают разными возможностями, рыночной историей, конкурентными преимуществами, активами, инструментами ведения бизнеса. Эти стороны и возможности 6 должны полноценно использоваться. При этом национальные компании, имеющие возможности расширенного доступа к ресурсной

базе, повышают свои компетенции, и все больше становятся международными; транснациональные корпорации, традиционно имеющие опыт управления крупными проектами, сосредотачиваются на наиболее крупных и сложных проектах и регионах, требующих крупных инвестиций, с элементами риска. Среди сервисно-технологических компаний, на наш взгляд, максимальные перспективы в условиях растущей конкуренции имеют те, которые делают ставку на технологическое лидерство. Особое значение имеет увеличение межтопливной конкуренции. Еще несколько лет назад делалась ставка на возобновляемые источники энергии, однако сейчас уже ясно, что как фактор энергобезопасности, как фактор развития и конкурентноспособности национальной промышленности они не состоялись. Сейчас ключевой тренд в этой плоскости -- увеличение роли газа в мировом энергобалансе, поставляемого, в том числе и в виде СПГ. Ведь рынок газа АТР в перспективе до 2020 года удвоится. Ясно, что конкуренция за вхождение в это «окно возможностей» предстоит самая серьезная. Российские компании, в том числе и «Роснефть», адекватно реагируют на этот вызов, осуществляя инвестиции в газовые проекты. При этом надо согласиться с тем, что нефть еще долгое время будет оставаться главным сырьем для производства моторных топлив, при этом развивающиеся страны будут стараться «подтянуть» уровень своей автомобилизации до планки развитых стран. Это – сам по себе фактор поддержки нефтяных цен. За прошедший год важнейшим событием для компании стала сделка с ТНК-ВР. В этой связи я хочу заявить, что интеграция бизнес-процессов уже практически завершена, объединенная компания работает как единое целое. Роснефть сейчас обладает достаточным потенциалом для развития новых проектов в разведке и добыче углеводородов в России и за рубежом, модернизации российской нефтепереработки, адаптации самых современных мировых технологий и запуска собственного внутрикорпоративного инновационного контура развития. Развитие собственного бизнеса «Роснефти» и сделка с ТНК-ВР вызвали мощный синергетический эффект. На текущий момент его оценка превысила наш первоначальный расчетный показатель и достигла 12 миллиардов долларов. Я хотел бы остановиться еще на вопросе наших инвестиционных вложений. У нас большая инвестпрограмма. При этом финансовое положение Компании улучшилось и будет оставаться стабильным. Мы применяем систему рейтингования проектов, позволяющую контролировать эффективность вложений. Так, мы осуществляем очень крупный объем инвестиций в реконструкцию наших нефтеперерабатывающих заводов. Это обеспечит нам рост объемов переработки и позволит закрепиться на рынке высокомаржинальной продукции, а потребители получат высококачественные современные нефтепродукты. […] компания продолжает активно наращивать портфель международных проектов, в

первую очередь, по линии нефтедобычи. Мы уже присутствуем в Венесуэле (где начали промышленную добычу на блоке «Хунин 6»), Вьетнаме, Бразилии, Мексиканском заливе (где уже силами СП с ExxonMobil бурим первую разведочную скважину), Канаде, Алжире и ОАЭ. Этот список может быть значительно расширен уже в ближайшее время. В-четвертых, мы все время повышаем профессионализм менеджмента. Я думаю, все это делает «Роснефть» полноценной международной нефтегазовой компанией, адекватно реагирующей на любые вызовы мировой экономики, органично вписаться в международное конкурентное пространство и разделение труда. Спасибо за внимание! 26.04.2013

Текст 2. Выступление Главы ОАО «НК «Роснефть» И. И. Сечина на Третьем Евразийском форуме «Инновации и международная интеграция» (Верона, Италия) Уважаемые коллеги, дамы и господа! Приветствую вас на этом важном форуме. Уверен, что представительный состав участников, серьезный перечень обсуждаемых вопросов внесут положительный вклад в процессы взаимодействия, направленные на взаимовыгодное сотрудничество, научно-технический прогресс и экономический рост в интересах народов наших стран на основе учета взаимных интересов, доверия и долгосрочности отношений. 17 Хочу поблагодарить мэра города Верона господина Флавио Този за предоставление площадки для проведения форума. Также хочу выразить благодарность руководству банка «Интеза Санпаоло», Газпромбанка, ассоциации «Коносоре Евразия Ассосиэйшн», за организацию Форума и приглашение принять участие в его работе. Не могу не выразить слова соболезнования в связи с трагической гибелью талантливого руководителя, замечательного человека и большого друга Кристофа де Маржери […..] Хочу обратить внимание уважаемых коллег на ограничение ответственности в связи с наличием в нашей презентации некоторых дискуссионных оценок и предварительных предложений. Стратегическое долгосрочное сотрудничество нуждается в стабильности рынка. Существенный дестабилизирующий фактор последнего времени - это цены на нефть, вышедшие за пределы естественного коридора волатильности. Менее чем за 17 недель стоимость нефти сорта Brent снизилась со 115,7 до 82,9 долларов за баррель, потеряв, таким образом, в цене 28,3%. В этой связи нам требуется выявить факторы влияния – как фундаментальные, так и ситуативные. Объективная составляющая наблюдаемого процесса связана с накопленным с начала года определенным превышением предложения над спросом и некоторым замедлением динамики потребления, вызванным стагнацией мировой экономики. Эти фундаментальные факторы не соответствуют масштабам последствий. Значит, есть и другие обстоятельства. Одним из важнейших факторов,

повлиявших на цены на нефть, стало укрепление доллара США. Во второй половине 2014 года ФРС США значительно снизила объемы «количественного смягчения», по сути прекратила поддерживать денежную массу в равновесном уровне – в результате произошло укрепление доллара относительно корзины прочих валют, например, по отношению к Евро доллар вырос примерно на 10%. Подобное изменение монетарной политики не могло не отразится на цене активов и товаров. По нашей оценке, укрепление доллара США объясняет около 40% снижения цен на нефть. Другие факторы – усиление страновой конкуренции и информация о росте запасов в США – также носят во многом регуляторный и региональный характер. Таким образом, региональные рынки становятся генератором общего ценового тренда. Рынок часто склонен преувеличивать такие факторы, расширительно их толковать и распространять на глобальные процессы. При этом, надо отметить, что глобальные запасы нефти сейчас находятся на уровне существенно ниже среднего многолетнего их уровня. Важно также отметить, что за последние два месяца резко – в разы – снизилось количество открытых фьючерсных позиций – и это тоже следствие вполне определенного регуляторного воздействия. Нельзя отмести и субъективные факторы: политические риски и соответствующее манипулирование со стороны ключевых игроков этого рынка […] Насколько долгосрочны проявившиеся в последние месяцы тенденции? Может быть, есть уверенность в стабильности в охваченных конфликтами странах Ближнего Востока? Конечно, возможное окончание режима санкций в отношении Ирана может привести к превышению предложения. Но фундаментальные факторы важнее. Такие, как необходимость доказательного подтверждения ресурсной базы некоторых крупных поставщиков стран Персидского Залива. Почему общие требования международных финансовых организаций, договоренности об открытости информации по нефтяным ресурсам не распространятся на всех? Напомню, что Россия несколько лет назад приняла решение об открытости этой информации […..]. В этих условиях политической, макроэкономической и конъюнктурной турбулентности мы должны заглянуть за временные горизонты десяти-двадцати лет, мы должны увидеть там, что альтернативы международному разделению труда, конструктивному и взаимовыгодному сотрудничеству и взаимодействию, не существует. И те, кто действует против объективных 18 экономических законов, действует во вред рынку, то есть, в том числе и себе. Эти люди не осознают последствий таких действий. В экономической науке популярна так называемая концепция «попутного ветра», обеспечивающая быстрый рост. «Попутный ветер» для нашего сотрудничества – это та естественная синергия, которая соединяет наши экономики, наши потенциальные возможности и наш бизнес. В этой

связи пользуюсь случаем, чтобы поблагодарить наших итальянских хозяев за гостеприимство, а также наших итальянских партнеров за плодотворное сотрудничество – компании ЭНИ, ЭНЕЛ, Пирелли, Сарас, Финмеханика, Инеза Санпауло, Уникредит и другие. Желаю Вам всем успехов! Спасибо за внимание!

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «SMM-технологии»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

# Содержание

1. Аннотация к дисциплине ..... 3
2. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы ..... 4
3. Тематический план ..... 6
4. Содержание дисциплины ..... 7
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины ..... 8
6. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины ..... 12
6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «интернет» ..... 13
7. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине ..... 15

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «SMM-технологии» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 № 512.

Дисциплина «SMM-технологии» направлена на формирование комплекса знаний и практических навыков использования практического инструментария в области SMM-технологии.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре.

**Цель и задачи дисциплины**

Дисциплина «SMM-технологии» является дисциплиной, формирующей у студентов глубокие знания в области коммуникаций.

***Целью*** освоения дисциплины является формирование у студентов понятийного аппарата, инструментария и методологии деятельности в сфере SMM.

***Задачи изучения дисциплины:***

- освоение методов, видов и инструментов SMM;
- изучение практики использования всех технологии SMM, с целью продажи товара/услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними;
- овладение инструментами продвижения компании в соцсетях в соответствии с общей стратегией развития бизнеса.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **знать** | **уметь** | **иметь практический опыт** | |
| Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного канала | **ПК- 1** | **ПК- 1.1.** использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта | как правильно позиционировать сообщество и площадку, на которой производится продвижение | анализировать первичные результаты SMM и корректировать контент-плана | применения инструментария маркетинга в Интернете | Контактная работа: Лекции Лабораторные занятия Самостоятельная работа |
| | | **ПК-1. 2.** принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта | как выглядит целевой клиент, потребитель вашего продукта, каковы его интересы и увлечения, формат общения и нужды | анализировать рекламу в социальных сетях и корректировать план продвижения | маркетинговых исследований в социальных сетях | |
| | | **ПК-1.3** осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами | технологии влияния SMM на бизнес клиента | осуществлять коммуникацию с подписчиками и отслеживать показатели соцсетей | проведения мониторинга коммуникации в социальных сетях | |
| Способен проводить подбор каналов продвижения, составлять стратегию продвижения и разрабатывать систему показателей эффектив | **ПК- 4** | **ПК- 4.1.** проводит аналитические работы по выбору канала продвижения и реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | сущность рекламной стратегии в социальных сетях, специфику технологии создания и продвижения рекламного проекта в соцсетях | формировать имидж компании и управлять деловой репутацией фирмы по выбору канала продвижения в социальных сетях, оценивать эффективность современных | применения SMM-технологий и технологий контент-маркетинга в продвижении бренда; анализа структуры и содержания рекламного текста для усиления коммуникативной и коммерческой | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | | | | каналов коммуникации, выбирать оптимальные | эффективности в реализации стратегии продвижения | |
| | | **ПК-4.2** разрабатывает стратегию продвижения рекламной и PR кампании в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Основы разработки рекламной стратегии и PR-кампании в социальных сетях | выявлять основные ошибки в рекламной и PR-стратегии | Оценки эффективности рекламной кампании в социальных сетях | |

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ/балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум (кейс-стади) | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме | | |
| *7 семестр* | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1. SMM в системе интернет-маркетинга и бизнес-коммуникаций* | 5 | | | | | 10 | | | | 24 | Отчет по лабораторной работе /25 |
| *Тема 2. SMM как инструмент маркетинга, брендинга и PR: возможности, достоинства и недостатки* | 5 | | | | | 10 | | | | 23 | Отчет по лабораторной работе /25 |
| *Тема 3. Особенности аудитории социальных сетей, сегментирование и таргетирование аудитории в SMM* | 5 | | | | | 10 | | | | 23 | Отчет по лабораторной работе /25 |
| *Тема 4. Построение стратегии присутствия в социальных сетях. Форматы реализации SMM-кампаний и практические горизонты SMM-стратегии* | 5 | | | | | 10 | | | | 23 | Отчет по лабораторной работе /25 |
| **Всего** | **20** | | | | | **40** | | | | **93** | **100** |
| **Контроль, час** | **27** | | | | | | | | | | **Экзамен** |
| Объем дисциплины (в академических часах) | **180** | | | | | | | | | | |
| Объем дисциплины (в зачетных единицах) | **5** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1 SMM в системе интернет-маркетинга и бизнес-коммуникаций***

Применение инструментов социальных медиа бизнес-структурами в коммуникационных кампаниях. Основные инструменты, помогающие наладить коммуникацию с потенциальными потребителями, а также продвинуть бренд, сформировать лояльность целевой аудитории, увеличить продажи. Примеры успешного использования на практике SMM-инструментария. Преимущества продвижение бизнес-структур в социальных сетях. Стоимость продвижение бизнес-структур в социальных сетях.

***Тема 2. SMM как инструмент маркетинга, брендинга и PR: возможности, достоинства и недостатки***

Методы SMM: построение сообществ бренда в различных социальных медиа; работа с блогами; персональный брендинг; репутационный менеджмент. Инструменты поддержки и развития бренд-сообщества, реализации обратной связи: создание и продвижение сообществ компании в социальных сетях; организация и продвижение встреч/мероприятий; покупка существующих сообществ; прием неявной (скрытой) рекламы в существующих сообществах; спонсирование тематических сообществ; создание и продвижение фан-страницы на Facebook; поддержка сообществ «гражданских маркетологов» и сотрудников компании; формирование сети сообществ для каждого продукта/ услуги; создание аккаунта, посвященного торговой марке; другие инструменты продвижения. Недостатки SMM как инструмента маркетинга, брендинга и PR: публикация чрезмерно большого количества постов (записей); отсутствие обратной связи в комментариях; удаление отрицательных отзывов пользователей; неэтичная реакция со стороны SMM-маркетолога на отрицательные комментарии и отзывы; нарушение принципов и законов; соблюдение неправильного соотношения «информативный контент: развлекательный контент»; использование контента одного типа.

***Тема 3. Особенности аудитории социальных сетей, сегментирование и таргетирование аудитории в SMM***

Секреты работы с Facebook и Instagram, особенности и эффективность форматов, восприятие контента аудиторией, особенности текстов и работы в группах (fb) и influence marketing (instagram). Секреты работы с ВК и Mytarget, особенности и эффективность форматов, восприятие контента аудиторией, особенности текстов и работы в группах (ВК). Секреты работы с Twitter, особенности и эффективность форматов, восприятие контента аудиторией, особенности

текстов и размещение видео, хэштеги и работа influence marketing. Особенности работы Telegram, Whatsapp и Viber, influence marketing (работа с блоггерами, подача контента, подводные камни), особенности форматов, новые технологии, уникальность платформ. Что такое сегментация аудитории? Зачем сегментировать целевую аудиторию? Выбор параметров для сегментации. Главные последствия оверсегментации: неудобство управления кампаниями; быстрое выгорание аудиторий. Критерии сегментирования по социально-демографическим признакам, географическим признакам, интересам. Теплая и холодная аудитория. Стратегии сегментации: от узкого к широкому; от широкого к узкому.

***Тема 4. Построение стратегии присутствия в социальных сетях. Форматы реализации SMM-кампаний и практические горизонты SMM-стратегии***

Этапы планирования стратегии SMM-компании в интернете: 1. Определить целевую аудиторию; 2. Определить ключевые задачи компании; 3. Подобрать площадки с высокой концентрацией целевой аудитории; 4. Определить поведенческие особенности аудитории; 5. Разработать контентную стратегию компании; 6. Определить системы метрик; 7. Определить необходимые ресурсы; 8. Разработать календарный план; 9. Оценивать эффективность и при необходимости корректировать SMM-компанию.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплине «SMM-технологии» используются такие виды учебной работы, как лекции, лабораторные практикумы, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

***Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к текущим формам контроля и промежуточной аттестации.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля,

на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины. Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом. При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

***Методические указания для обучающихся по работе с учебно-методической литературой (конспектирование)***

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при

подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

*Самопроверка*

После изучения определенной темы по записям конспекта и учебнику, решения соответствующих задач на практических занятиях и самостоятельно, обучающемуся рекомендуется, используя лист опорных сигналов, воспроизвести по памяти определения, выводы формул, формулировки основных положений и доказательств.

В случае необходимости нужно еще раз разобраться в материале. Помните, недостаточность усвоения того или иного вопроса выясняется только при изучении дальнейшего материала. Если это имеет место быть, надо вернуться назад и повторить плохо усвоенный материал. Важный критерий усвоения теоретического материала - умение решать задачи или пройти тестирование по пройденному материалу.

*Консультации*

Если в процессе самостоятельной работы над изучением теоретического материала или при решении задач возникают вопросы, разрешить которые самостоятельно не удается, необходимо обратиться к преподавателю для получения у него разъяснений или указаний. В своих вопросах надо четко выразить, в чем испытываете затруднения, характер этого затруднения. За консультацией следует обращаться и в случае, если возникнут сомнения в правильности ответов на вопросы самопроверки.

***Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных практикумов***

Лабораторные практикумы выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к выполнению лабораторного практикума, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя рекомендации о порядке выполнения заданий;
- настроить под руководством преподавателя инструментальные средства, необходимые для проведения лабораторного практикума
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, требованиях к оформлению, форме представления и критериях оценки результатов работы;

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно

использовать помощь преподавателя на занятии.

*Порядок проведения практикума.*

1. Получение задания и рекомендаций к выполнению практикума.
2. Настройка инструментальных средств, необходимых для выполнения практикума.
3. Выполнение заданий практикума.
4. Подготовка отчета в соответствии с требованиями.
5. Сдача отчета преподавателю.

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

*Требования к оформлению результатов практикумов.*

При подготовке отчета: изложение материала должно идти в логической последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, шрифт Times New Roman, размер – 14, выравнивание по ширине, отступ первой строки – 1,25, междустрочный интервал – 1,5, правильное оформление рисунков (подпись, ссылка на рисунок в тексте).

При подготовке презентации: строгий дизайн, минимум текстовых элементов, четкость формулировок, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, воспринимаемая графика, умеренная анимация.

## *Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины*

| **Наименование темы** | **Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение** | **Формы самост. работы** | **Форма текущего контроля** |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. SMM в системе интернет-маркетинга и бизнес-коммуникаций* | Преимущества продвижение бизнес-структур в социальных сетях. Стоимость продвижение бизнес-структур в социальных сетях. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка отчета по лабораторному практикуму. | Отчет по лабораторному практикуму |
| *Тема 2. SMM как инструмент маркетинга, брендинга и PR: возможности, достоинства и недостатки* | Недостатки SMM как инструмента маркетинга, брендинга и PR: публикация чрезмерно большого количества постов (записей); отсутствие обратной связи в комментариях; удаление отрицательных отзывов пользователей; неэтичная реакция со стороны SMM-маркетолога на отрицательные комментарии и отзывы; нарушение | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка отчета по лабораторному практикуму. | Отчет по лабораторному практикуму |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | принципов и законов; соблюдение неправильного соотношения «информативный контент: развлекательный контент»; использование контента одного типа. | | |
| *Тема 3. Особенности аудитории социальных сетей, сегментирование и таргетирование аудитории в SMM* | Теплая и холодная аудитория. Стратегии сегментации: от узкого к широкому; от широкого к узкому. | Подготовка доклада-презентации, подготовка отчета по лабораторному практикуму. | Отчет по лабораторному практикуму |
| *Тема 4. Построение стратегии присутствия в социальных сетях. Форматы реализации SMM-кампаний и практические горизонты SMM-стратегии* | Этапы планирования стратегии SMM-компании в интернете: 9. Оценивать эффективность и при необходимости корректировать SMM-компанию. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка отчета по лабораторному практикуму. | Отчет по лабораторному практикуму |

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 335 с. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. *Музыкант, В. Л.* Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 507 с. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература***

1. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 315 с. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и

доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № п/п | Полное название ресурса | Ссылка |
|---|---|---|
| 1. | Справочная правовая система «Консультант плюс» | http://www.consultant.ru |
| 2. | Хабрахабр | https://habrahabr.ru/ |
| 3. | Информационный портал о технологиях и маркетинге | https://vc.ru/ |
| 4. | MercatorGroup | http://www.mercator.ru |
| 5. | РИА Новости.<br>Россия сегодня | https://ria.ru |
| 6. | GfK. Международный институт маркетинговых и социальных исследований | https://www.gfk.com/ru/ |
| 7. | Research Rethink React.<br>Исследовательский холдинг Ромир | http://romir.ru/ |
| 8. | Фонд Общественное мнение (ФОМ) | http://corp.fom.ru/ |
| 9. | Институт социологии Российской академии наук | http://www.isras.ru/ |
| 10. | Всероссийский центр исследований общественного мнения (ВЦИОМ) | https://wciom.ru/ |
| 11. | Mediascope | http://mediascope.net/ |
| 12. | Ассоциация коммуникационных агентств России | http://www.akarussia.ru/files/docs/akar_sprav2015.pdf<br><br>http://www.akarussia.ru/files/docs/akar_industrialnye_standarty_prezentaciya.pdf |
| 13. | 1000 идей. Крупнейшая в России база необычных бизнес-идей | https://www.1000ideas.ru/article/trendy/ |
| 14. | Trendwatching.com | http://trendwatching.com/freepublications/ |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Лаборатория информационных технологий для проведения лабораторных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональные компьютеры; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

• Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

• Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

• Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

• Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)

• Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### *7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины*

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Лабораторный практикум | 25-20 баллов – работа полностью раскрывает исследуемую тему, отчет выполнен в соответствие с требованиями;<br>19-10 баллов – работа полностью раскрывает исследуемую тему, оформление отчета не корректное.<br>9-1 балл – работа не полностью раскрывает исследуемую тему, оформление отчета не корректное.<br>0 баллов – работа не сделана. |

***Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости***

***Примеры лабораторных работ***

**Лабораторная работа №1**

Использование методов Интернет-маркетинга для продвижения сайта в поисковых каталогах.

**Лабораторная работа №2**

Использование инструментария Yandex Wordstat и Google Trends для создания и подбора уникальных ключевых слов или словосочетаний для сайта. Создание семантического ядра сайта.

**Лабораторная работа №3**

Сформировать индивидуальные аналитические отчеты на основе данных, собранных системами по сайтам;

- Провести детальный анализ трафика, поступающего на сайт из разных источников;
- Детально проанализировать поведение пользователей, приходящих на сайт (география, коммерческие интересы, демография, активность, лояльность и т.д.);
- Составить подробную карту кликов пользователя;
- Проанализировать глубину просмотров сайта и времени;
- Оценить эффективность проводимых рекламных и маркетинговых кампаний;
- Выделить и проанализировать всевозможные характеристики целевой аудитории сайта;
- Проанализировать точный показатель отказов;
- Проанализировать содержимого сайта (популярность, страницы входа и выхода и т.д.);
- Проанализировать подробный мониторинг сайта ( Нагрузка на сайт, Трафик по минутам, Время загрузки страниц, Результаты проверки, статистика захода ботов к вам на сайт и т.д.)
- Проанализировать действия пользователя (какой текст посетитель выделял; какие кнопки и баннеры были нажаты; как именно посетитель прокручивал страницы; движение курсора мыши пользователя, что позволяет проанализировать эффективность и скорректировать дизайн сайта; тип браузера, операционной системы и IP адрес сервера.);
- и т.д.

### *7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации*

Промежуточная аттестация по дисциплине «SMM-технологии» проводится в форме экзамена.

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:<br><br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br><br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из | Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:<br>1:0-30;<br>2:0-30;<br>3:0-40 .<br><br>**-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые аргументы, использована профессиональная терминология<br>Задание выполнено правильно.<br>Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. |

| | |
|---|---|
| предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br><br>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины. | **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые аргументы, использована профессиональная терминология.<br>Ход выполнения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые аргументы, использована профессиональная терминология.<br>Задание выполнено частично.<br>**-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задание не выполнено. |

## *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

**Задания 1 типа**

1. Применение инструментов социальных медиа бизнес-структурами в коммуникационных кампаниях.
2. Основные инструменты, помогающие наладить коммуникацию с потенциальными потребителями, а также продвинуть бренд, сформировать лояльность целевой аудитории, увеличить продажи.
3. Методы SMM: построение сообществ бренда в различных социальных медиа;
4. Методы SMM: работа с блогами.
5. Методы SMM: персональный брендинг.
6. Методы SMM: репутационный менеджмент.
7. Инструменты поддержки и развития бренд-сообщества, реализации обратной связи: создание и продвижение сообществ компании в социальных сетях;
8. Инструменты поддержки и развития бренд-сообщества, реализации обратной связи: организация и продвижение встреч/мероприятий;
9. Инструменты поддержки и развития бренд-сообщества, реализации обратной связи: покупка существующих сообществ;
10. Инструменты поддержки и развития бренд-сообщества, реализации обратной связи: прием неявной (скрытой) рекламы в существующих сообществах;
11. Инструменты поддержки и развития бренд-сообщества, реализации обратной связи: спонсирование тематических сообществ;
12. Инструменты поддержки и развития бренд-сообщества, реализации обратной связи: создание и продвижение фан-страницы на Facebook;
13. Инструменты поддержки и развития бренд-сообщества,

реализации обратной связи: поддержка сообществ «гражданских маркетологов» и сотрудников компании.

14. Инструменты поддержки и развития бренд-сообщества, реализации обратной связи: формирование сети сообществ для каждого продукта/ услуги.

15. Инструменты поддержки и развития бренд-сообщества, реализации обратной связи: создание аккаунта, посвященного торговой марке; другие инструменты продвижения.

16. Недостатки SMM как инструмента маркетинга, брендинга и PR: публикация чрезмерно большого количества постов (записей); отсутствие обратной связи в комментариях; удаление отрицательных отзывов пользователей; неэтичная реакция со стороны SMM-маркетолога на отрицательные комментарии и отзывы; нарушение принципов и законов; соблюдение неправильного соотношения «информативный контент: развлекательный контент»; использование контента одного типа.

17. Секреты работы с Facebook и Instagram, особенности и эффективность форматов, восприятие контента аудиторией, особенности текстов и работы в группах (fb) и influence marketing (instagram).

18. Секреты работы с ВК и Mytarget, особенности и эффективность форматов, восприятие контента аудиторией, особенности текстов и работы в группах (ВК).

19. Секреты работы с Twitter, особенности и эффективность форматов, восприятие контента аудиторией, особенности текстов и размещение видео, хэштеги и работа influence marketing.

20. Особенности работы Telegram, Whatsapp и Viber, influence marketing (работа с блоггерами, подача контента, подводные камни), особенности форматов, новые технологии, уникальность платформ.

21. Главные последствия оверсегментации: неудобство управления кампаниями; быстрое выгорание аудиторий.

22. Критерии сегментирования по социально-демографическим признакам, географическим признакам, интересам.

23. Теплая и холодная аудитория.

24. Стратегии сегментации: от узкого к широкому; от широкого к узкому.

25. Этапы планирования стратегии SMM-компании в интернете: 1. Определить целевую аудиторию; 2. Определить ключевые задачи компании; 3. Подобрать площадки с высокой концентрацией целевой аудитории; 4. Определить поведенческие особенности аудитории; 5. Разработать контентную стратегию компании; 6. Определить системы метрик; 7. Определить необходимые ресурсы; 8. Разработать календарный план; 9. Оценивать эффективность и при необходимости корректировать SMM-компанию.

**Задания 2 типа**

1. Стратегии продвижения в социальных сетях
2. Социальные сети для обмена медиа-контентом
3. Видео-контент в социальных сетях
4. Социальные сети для авторских записей
5. Возможно ли сохранять ссылки в соцсетях, чтобы посмотреть позже
6. Как осуществить подписку не на друга
7. Как получать и отправлять письма пользователям на электронную почту @facebook.com
8. Можно ли менять порядок разделов страницы? Если да, то как это сделать?
9. Как осуществить сохранение свои данные с Facebook
10. Можно ли в чатах передавать не только фото, но и другие файлы? Если да, то как это сделать?
11. Как вставить публикацию Facebook на страницу своего сайта
12. Как создать свою коллекцию в Twitter
13. Как создать Фотоколлажи в Twitter
14. Как отправить личное сообщение в Twitter, при отсутствии сети интернет
15. Как на время заблокировать страницу в в Twitter
16. Правила работы с доской в Instagram
17. Как сохранить фотографию с Instagram
18. Как сделать коллаж из изображений
19. Как репостить фото из Instagram
20. Понятия: блог, блогосфера, блогер, блог-пост
21. Примеры успешного использования на практике SMM-инструментария.
22. Преимущества продвижение бизнес-структур в социальных сетях.
23. Стоимость продвижение бизнес-структур в социальных сетях.
24. Что такое сегментация аудитории? Зачем сегментировать целевую аудиторию? Выбор параметров для сегментации.
25. Раскройте методологию мониторинга и анализа данных в социальных сетях.

**Задания 3 типа**

Образцы практических заданий.

1. Определить аудиторию «Синергия» в социальных сетях. Обосновать присутствие в конкретных сетях.
2. Зачем необходимо присутствие в соцсетях вашему бизнесу? Обосновать цель и коммуникационную стратегию.
3. Чем больше лайков, тем лучше — именно таким принципом руководствуются многие специалисты по маркетингу в социальных

медиа. Маркетологи мечтают о большем количестве социальных интеракций и полагают, что лайки — адекватный показатель популярности бизнеса. Но неужели они так важны? Разве ажиотаж вокруг бренда в социальных сетях определяет его доходы? Дать обоснование на конкретном примере.

4. Поддержание активности в соцсетях требует невероятных затрат времени. Оставаться креативными и оригинальными — одна из наиболее сложных задач социального маркетинга. Предложите менее времязатратные тактики.

5. В попытке пробиться сквозь «информационный шум» к аудитории многие компании выбирают тактику частых постов. Для некоторых это может работать, но порой фолловеров раздражают назойливые уведомления о публикациях. Предложите свои варианты эффектимвного влияния на аудиторию.

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Event-маркетинг и спецпроекты в интернете»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

## Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ ..... 3
2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ..... 4
3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ..... 6
4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 7
5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 8
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 11
7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ..... 14

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Event-маркетинг и спецпроекты в интернете» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, утвержденным Приказом Минобрнауки России от 08.06.2017г. № 512

Дисциплина «Event-маркетинг и спецпроекты в интернете» предполагает осмысление и анализ обучающимся методологии работы с событиями как инструментами интегрированных коммуникаций. Дисциплина построена на методах активного обучения для погружения обучающегося в практико-ориентированную учебную активность для приобретения навыков различных методов, приемов и техник создания и продвижения событий, и спецпроектов.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре.

**Цель и задачи дисциплины**

Целью изучения дисциплины «Event-маркетинг и спецпроекты в интернете» является формирование у слушателей комплексного представления о событиях как одном из ключевых инструментов успешной коммуникационной стратегии.

***Задачи дисциплины:***

а) дать студентам понятие Event-маркетинга (событийного маркетинга) как одной из составляющих интегрированных маркетинговых коммуникаций;

б) привить навыки планирования и реализации Event (события);

в) научить анализу и оценке эффективности Event (события).

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **знать** | **уметь** | **иметь практический опыт** | |
| Способен проводить подбор каналов продвижения, составлять стратегию продвижения и разрабатывать систему показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК- 4 | ПК 4.2 разрабатывает стратегию продвижения рекламной и PR кампании в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | теоретические понятия Event marketing или событийного маркетинга, соотношение событийного маркетинга и системы маркетинговых коммуникаций. | разрабатывать события (Events), осуществлять оценку эффективности, анализировать деятельность в области Event marketing. | организации событий, использования средств и инструментов Event marketing или событийного маркетинга, технологиях разработки и реализации событий (Events). | Контактная работа: Лекции Лабораторные практикумы Самостоятельная работа |
| Способен разрабатывать, реализовывать и продвигать индивидуальный и (или) коллективный проект в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", анализировать результаты работы по реализации проекта | ПК-5 | ПК 5.1 готовит основные документы по разработке и сопровождению проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | особенности подготовки документации для ивентов разного уровня и спецпроектов в интернете | оформлять и работать с документацией ивентов разного уровня и спецпроектов в интернете | подготовки документации ивентов разного уровня и спецпроектов в интернете | |
| | | ПК 5.2 реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связи с общественностью и применяет их при разработке индивидуальн | алгоритмы реализации ивентов и спецпроектов в интернете | реализовывать ивент-проекты и спецпроекты в интернете | стратегического планирования, руководства событиями (Events). | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | ых и (или) коллективных проект в информацион но-телекоммуник ационной сети "Интернет" | | | | |

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической | | |
| *Очная форма* | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1. Введение в event-маркетинг и классификация событий* | 4 | | | | | 8 | | | | 15 | Отчёт по лабораторному практикуму № 1/20 |
| *Тема 2. Субъекты event-индустрии* | 4 | | | | | 8 | | | | 15 | Отчёт по лабораторному практикуму № 2/20 |
| *Тема 3. Инструменты событийного маркетинга и MICE-индустрия* | 4 | | | | | 8 | | | | 15 | Отчёт по лабораторному практикуму № 3/20 |
| *Тема 4. Планирование и продвижение события* | 4 | | | | | 8 | | | | 15 | Отчёт по лабораторному практикуму № 4/20 |
| *Тема 5 Оценка эффективности события и спецпроектов в интернете* | 4 | | | | | 8 | | | | 24 | Отчёт по лабораторному практикуму № 5/20 |
| **Всего:** | **20** | | | | | **40** | | | | **84** | **100** |
| Контроль, час | **36** | | | | | | | | | | **Экзамен** |
| Объем дисциплины (в академических часах) | **180** | | | | | | | | | | |
| Объем дисциплины (в зачетных единицах) | **5** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**Тема 1. Введение в event-маркетинг и классификация событий**

Подходы к определению события. Определение и изучение событий. Терминология событий. Перспективы сферы событий. Типология событий: религиозные, корпоративные, коммерческие/бизнес, культурные, музыкальные, спортивные, политические/государственные, личные. Локальные и массовые события.

**Тема 2. Субъекты event-индустрии**

Компании, предоставляющие услуги по организации и проведению событий: Event-агентства, рекламные агентства, BTL-агентства, агентства интегрированных маркетинговых коммуникаций, рекреационная индустрия (HoReCa), корпоративные ивент-отделы. Заказчики Event-услуг: частные лица, компании, государственные учреждения, общественные организации. Компании-субподрядчики, или непосредственные исполнители услуг.

**Тема 3. Инструменты событийного маркетинга и MICE-индустрия**

Технологии событийного маркетинга. Прямой маркетинг, телемаркетинг, мобильный маркетинг на службе у событийного маркетинга. Определение MICE. Индустрия деловых встреч (meetings). Организация поощрительных поездок, мероприятий (incentive). Организация и проведение конференций (conference), выставок (exhibitions).

**Тема 4. Планирование и продвижение события**

Стадии процесса планирования: идея и предложение, исследование выполнимости, цели и задачи события, требования/условия выполнения, план выполнения, мониторинг и оценка, будущая практика. Основные составляющие концепции события. Программа события. Паспорт события.

Способы продвижения события. Маркетинговая эффективность мероприятий. Цели маркетинговых мероприятий при организации события. Преимущества применения событийного маркетинга.

**Тема 5 Оценка эффективности события и спецпроектов в интернете**

Расчет бюджета мероприятия. Определение потенциальных спонсоров и инвесторов и разработка стратегии привлечения их

капитала. Реализация целей события. Определение эффектов мероприятия.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплины «Event-маркетинг и спецпроекты в интернете» используются такие виды учебной работы, как лекции, лабораторный практикум, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

***Методические указания для обучающихся по подготовке к лекции***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

***Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных практикумов***

Лабораторные практикумы выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к выполнению лабораторного практикума, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;

- получить от преподавателя рекомендации о порядке выполнения заданий;

- настроить под руководством преподавателя инструментальные средства, необходимые для проведения лабораторного практикума

- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, требованиях к оформлению, форме представления и критериях оценки результатов работы;

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

*Порядок проведения практикума.*

1. Получение задания и рекомендаций к выполнению практикума.
2. Настройка инструментальных средств, необходимых для выполнения практикума.
3. Выполнение заданий практикума.
4. Подготовка отчета в соответствии с требованиями.
5. Сдача отчета преподавателю.

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

*Требования к оформлению результатов практикумов.*

При подготовке отчета: изложение материала должно идти в логической последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, шрифт TimesNewRoman, размер – 14, выравнивание по ширине, отступ первой строки – 1,25, междустрочный интервал – 1,5, правильное оформление рисунков (подпись, ссылка на рисунок в тексте).

При подготовке презентации: строгий дизайн, минимум текстовых элементов, четкость формулировок, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, воспринимаемая графика, умеренная анимация.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

*Работа с литературой*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по курсу «Спичрайтинг» определяется учебным планом.

При самостоятельной работе студенты руководствуются методическими рекомендациями по дисциплине при минимальном участии преподавателя.

***Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины***

| **Наименование темы** | **Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение** | **Формы самостоятельной работы** | **Форма текущего контроля** |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Введение в event-маркетинг и классификация событий* | Локальные и массовые события. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка отчета по практикуму. | Отчёт по лабораторному практикуму№ 1/20 |
| *Тема 2. Субъекты event-индустрии* | Заказчики<br>Event-услуг: частные лица, компании, государственные | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети | Отчёт по лабораторному практикуму № |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоятельной работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| | учреждения, общественные организации. Компании-субподрядчики, или непосредственные исполнители услуг. | Internet<br>Подготовка отчета по практикуму. | 2/20 |
| *Тема 3. Инструменты событийного маркетинга и MICE-индустрия* | Организация и проведение конференций (conference), выставок (exhibitions). | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка отчета по практикуму. | Отчет по лабораторному практикуму № 3/20 |
| *Тема 4. Планирование и продвижение события* | Преимущества применения событийного маркетинга. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка отчета по практикуму. | Отчет по лабораторному практикуму № 4/20 |
| *Тема 5 Оценка эффективности события и спецпроектов в интернете* | Реализация целей события. Определение эффектов мероприятия. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка отчета по практикуму. | Отчет по лабораторному практикуму № 5/20 |

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература***

1. Красовская, Н. В. Событийный маркетинг : учебное пособие для вузов / Н. В. Красовская. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12592-4. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01478-5. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

3. Управление проектами : учебник и практикум для вузов / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общей редакцией Е. М. Роговой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00436-6. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература***

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A :

учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № п/п | Полное название ресурса | Адрес ресурса |
|---|---|---|
| 1. | Mediascope | http://mediascope.net/ |
| 2. | Pressfeed.Журнал | https://news.pressfeed.ru/ |
| 3. | Sostav.ru – новости рекламы и маркетинга | http://www.sostav.ru/ |
| 4. | INTERNATIONAL FESTIVALS & EVENTS ASSOCIATION WORLD HEADQUARTERS | http://www.ifea.com |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Лаборатория информационных технологий для проведения лабораторных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональные компьютеры; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

• Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

• Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)

• Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### *7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины*

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| **1.** | Лабораторный практикум | 20-15 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, правильно выбраны совместимые комплектующие, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы;<br>14-10 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, правильно выбраны совместимые комплектующие, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы;<br>9-6 – работа выполнена в срок, в основном самостоятельно, использованы соответствующие формулы; определены соответствующие спецификации, имеются ошибки в расчетах; выбраны совместимые комплектующие необходимые, выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы;<br>5 – обучающийся подготовил работу несамостоятельно или не завершил в срок, описание спецификации содержит незначительные ошибки, выводы и ответы на вопросы отсутствуют. |

### *Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости*

Задания для лабораторных практикумов

*Лабораторный практикум (1):* «Инновационные подходы к Event marketing (событийному маркетингу)».

1.4. Направления EVENT-деятельности, инструментарий

1.4.1. B2B события. Стимулирование сбыта (Sales Promotion) среди торговых посредников (Trade Promotion)

- конкурсы дилеров;
- торговые купоны для организаций (компенсация от производителя для предприятий розничной торговли);
- дилерская премия (премия розничному продавцу за покупку определенного количества товара).

*Лабораторный практикум (2):* «Организация B2B событий».

1.4.2. Стимулирование сбыта (Sales Promotion) среди потребителей (Consumer Promotion)

- манипуляции с ценами: скидка с цены, скидки при покупке упаковки товара (т.е. нечто дополнительное посредством самой упаковки: бонусные упаковки или объединенная упаковка), купоны;
- возврат и возмещение денежных средств;
- розыгрыши и лотереи;
- конкурсы с вручением подарков за покупку;
- распространение образцов, дегустации.

*Лабораторный практикум (3):* «Организация промо-событий в рознице».

1.4.3. Прямой маркетинг, телемаркетинг, мобильный маркетинг на службе у событийного маркетинга

- виды современных целенаправленных средств доставки информации;
- сравнительная характеристика современных целенаправленных средств доставки информации;
- принципы работы с базами данных, CRM;
- оценка эффективности современных целенаправленных средств доставки информации (обратная связь).

*Лабораторный практикум (4):* «Выбор средства доставки информации с учетом задач организуемого события (Event)».

1.4.4. Специальные события (Special Events) и спонсорство (Sponsoring), благотворительность

- классификация специальных событий (направленность, целевая аудитория, география и место проведения);
- создание собственных событий vs интеграции марки/брэнда в существующие события (кейс), понятие Cross Promotion;
- погнозирование и оценка результатов при организации специальных событий.

*Лабораторный практикум (5):* «Как сделать спонсорство эффективным».

1.4.5. Дизайн события.

- дизайн события: разработка, роль и характер информации о событии, организаторах и партенрах;

- виды POSM на событиях;
- стратегия позиционирования товара/марки/брэнда на событии;
- стратегия продвижения товара/марки/брэнда на событии.

*Лабораторный практикум (6):* «Креативная разработка события (дизайн, POSM, подарки и пр.)».

1.5. Планирование события (Event)

- основные проблемы при организации событий (Event);
- Cross Promotions (совместные промо-акции). Условия успеха;
- факторы, влияющие на успех при организации событий (Event);

*Лабораторный практикум (7):* «Разработка, подготовка и реализация событий (Event)».

1.6. Оценка результатов событий (Event)

- анализ эффективности событий (Event);
- коммуникативная и экономическая эффективность;
- работа над ошибками;
- формирование отчёта о проведении событий (Event), рекомендации к последующим проектам.

### 7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Event-маркетинг и спецпроекты в интернете» проводится в форме экзамена.

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:<br><br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:<br>Задание 1: 0-30 баллов<br>Задание 2: 0-30 баллов<br>Задание 3: 0-40 баллов<br><br>**-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично.<br>**-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на |

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| | теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена |

***Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся***

**Задания 1-го типа**

1. Подходы к определению события.
2. Определение и изучение событий.
3. Терминология событий.
4. Перспективы сферы событий.
5. Классификация событий
6. Локальные и массовые события.
7. Субъекты Event-индустрии
8. Компании, предоставляющие услуги по организации и проведению событий
9. Заказчики Event-услуг
10. Компании - субподрядчики Event-индустрии
11. Инструменты событийного маркетинга
12. Технологии событийного маркетинга.
13. Прямой маркетинг
14. Телемаркетинг
15. мобильный маркетинг
16. Определение MICE.
17. Индустрия деловых встреч (meetings).
18. Организация поощрительных поездок, мероприятий (incentive).
19. Организация и проведение конференций (conference), выставок (exhibitions).
20. Стадии процесса планирования
21. Основные составляющие концепции события.
22. Программа события.
23. Паспорт события.
24. Способы продвижения события.
25. Маркетинговая эффективность мероприятий.
26. Цели маркетинговых мероприятий при организации события.
27. Преимущества применения событийного маркетинга.
28. Оценка эффективности события
29. Расчет бюджета мероприятия.
30. Определение потенциальных спонсоров и инвесторов
31. Разработка стратегии привлечения их капитала.
32. Реализация целей события.
33. Определение эффектов мероприятия.

**Задания 2 типа**

1. Возникновение понятия EVENT, его компоненты
2. Соотношение ATL и EVENT
3. Место Event marketing (событийного маркетинга) в системе маркетинговых коммуникаций.
4. Специфика управления Event-проектами в России (инфраструктура, удаленность, профессионализм исполнителей).
5. Отличие в управлении Event-проектами от управления рекламными кампаниями.
6. Технология организации событий на общенациональном уровне.
7. Специфика работы в различных регионах России по организации событий (Events).
8. Принципы и правила разработки системы оценки события (Event).
9. Чем отличаются розыгрыши и лотереи?
10. Как действуют конкурсы с вручением подарков за покупку?
11. На сколько эффективными могут быть распространение образцов, дегустации?
12. Какие виды современных целенаправленных средств доставки информации известны в настоящее время?
13. Сравните характеристики современных целенаправленных средств доставки информации?
14. Каковы основные принципы работы с базами данных, CRM?
15. Как сделать оценку эффективности современных целенаправленных средств доставки информации?
16. Какова классификация специальных событий?
17. Как разработать и реализовать собственные события?
18. Каким образом осуществляется прогнозирование и оценка результатов при организации специальных событий?
19. Основные проблемы при организации событий?
20. Cross Promotions (совместные промо-акции). Каковы условия успеха?
21. Как осуществить анализ эффективности события?
22. Способы оценки коммуникативной и экономической эффективности событий?
23. Порядок формирование отчёта о проведении мероприятия?
24. Новые технологии в разработке событий.
25. Определите эффекты мероприятия на примере.

**Задания 3 типа**

Проводится анализ на основе выданного события.

1 Анализ кейсов международных фестивалей, конгрессов;

2 Анализ технологии проектирования события;

3 Разработка массового события (написание кейса);

4 Разработка события для привлечения туристов в г.Х (список городов на выбор);

5 Оценка международной/региональной выставки по туризму/IT/рекламе

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Практика контент-маркетинга»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

## Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ ..... 3
2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ..... 4
3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ..... 5
4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 6
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 9
7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ..... 11

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Практика контент-маркетинга» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, утвержденным Приказом Минобрнауки России от 08.06.2017г. № 512

Дисциплина «Практика контент-маркетинга» предполагает осмысление и анализ обучающимся методологии создания текстов для соцсетей и их редактирования. Дисциплина построена на методах активного обучения для погружения обучающегося в практико-ориентированную учебную активность для приобретения навыков различных методов, приемов и техник модерации.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре.

**Цель и задачи дисциплины**

Целью изучения дисциплины «Практика контент-маркетинга» является формирование у студентов базовых представлений об основных приемах качественного создания текстов для социальных сетей, а также выработка практических навыков редактирования агрегаторов контента.

***Задачи дисциплины:***

а) приобрести знания в области основных закономерностей, стадий и этапов процесса редактирования;

б) иметь представление о действиях, совершаемых автором медиатекста в ходе редактирования;

в) знать методы и приемы осуществления профессиональных действий редактора.

г) привить навыки соблюдения основных требований, предъявляемых к текстам социальных медиа (точность, достоверность, наличие ссылок на источники информации, разграничение фактов и оценок),

д) сформировать навыки индивидуальной и групповой работы над текстами.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **знать** | **уметь** | **иметь практический опыт** | |
| Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответсвии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа | ПК- 3 | ПК- 3.1. осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта | базовые знания в области СМИ и журналистики | хорошее владение поисковыми системами включая все дополнительные опции | редактирования и написания текстов | Контактная работа: Лекции Лабораторный практикум Самостоятельная работа |
| | | ПК 3.2 Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала | инструменты маркетинговых исследований, для осуществления выбора стратегических альтернатив. | проводить подбор каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и разрабатывать показатели их эффективности. | проведения подбора каналов продвижения и разработкой показателей их эффективности с использованием инструментов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет". | Контактная работа: Лекции Лабораторный практикум Самостоятельная работа |

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| *Очная форма* | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1. Основы редактирования* | 10 | | | | | 30 | | | | 36 | Отчет по лабораторному практикуму 1/30 |
| *Тема 2. Основные принципы построения текстов новых медиа и работы агрегаторов контента* | 6 | | | | | 15 | | | | 36 | Отчет по лабораторному практикуму 2/30 |
| *Тема 3. Редактирование текстов новых медиа на агрегаторах контента* | 4 | | | | | 15 | | | | 37 | Отчет по лабораторному практикуму 3/40 |
| **Всего:** | **20** | | | | | **60** | | | | **109** | **100** |
| Контроль, час | **27** | | | | | | | | | | **Экзамен** |
| Объем дисциплины (в академических часах) | **216** | | | | | | | | | | |
| Объем дисциплины (в зачетных единицах) | **6** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1 Основы редактирования***

Принципы редакторской работы. Основные качества речи и стили. Типы текстов. Виды норм современного русского языка. Специфика текстов социальных сетей.

***Тема 2 Основные принципы построения текстов новых медиа и работы агрегаторов контента.***

Виды и понятие агрегаторов контента. Специфика работы с блог-платформами. Структура текстов новых медиа. Жанры. Особенности работы с медиатекстами.

***Тема 3 Редактирование текстов новых медиа на агрегаторах контента.***

Практика работы с агрегаторами контента. Ghost. Medium. Wordpress.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплины «Практика контент-маркетинга» используются такие виды учебной работы, как лекции, лабораторный практикум, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

***Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции.*** Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера. В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету с оценкой. Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам.

Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

***Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных практикумов***

Лабораторные практикумы выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к выполнению лабораторного практикума, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя рекомендации о порядке выполнения заданий;
- настроить под руководством преподавателя инструментальные средства, необходимые для проведения лабораторного практикума
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, требованиях к оформлению, форме представления и критериях оценки результатов работы;

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

*Порядок проведения практикума.*

1. Получение задания и рекомендаций к выполнению практикума.
2. Настройка инструментальных средств, необходимых для выполнения практикума.
3. Выполнение заданий практикума.
4. Подготовка отчета в соответствии с требованиями.
5. Сдача отчета преподавателю.

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

*Требования к оформлению результатов практикумов.*

При подготовке отчета: изложение материала должно идти в логической последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, шрифт TimesNewRoman, размер – 14, выравнивание по ширине, отступ первой строки – 1,25, междустрочный интервал – 1,5, правильное оформление рисунков (подпись, ссылка на рисунок в тексте).

При подготовке презентации: строгий дизайн, минимум текстовых элементов, четкость формулировок, отсутствие грамматических и

синтаксических ошибок, воспринимаемая графика, умеренная анимация.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины. Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом. При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

***Методические указания для обучающихся по работе с учебно-методической литературой (конспектирование)***

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

***Методические указания для обучающихся по подготовке к экзамену***

При подготовке к экзамену с использованием учебника важно:

- запоминать терминологию
- записывать краткие тезисы с опорой на ключевую информацию
- определять связи между темами и разделами изучаемой

дисциплины

- структурировать важную информацию в виде схем, таблиц, графиков

Рекомендуется повторять важный материал перед сном, а самый важный после пробуждения. Перед экзаменом важно чувствовать отдохнувшим и выспавшимся.

***Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины***

| **Наименование темы** | **Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение** | **Формы самостоят. работы** | **Форма текущего контроля** |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Основы редактирования* | Специфика текстов социальных сетей. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка отчета по практикуму. | Отчёт по лабораторному практикуму 1/30 |
| *Тема 2. Основные принципы построения текстов новых медиа и работы агрегаторов контента* | Особенности работы с медиатекстами. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка отчета по практикуму. | Отчёт по лабораторному практикуму 2/30 |
| *Тема 3. Редактирование текстов новых медиа на агрегаторах контента* | Wordpress. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet<br>Подготовка учебного проекта. | Отчёт по лабораторному практикуму 1/40 |

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература***

1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 335 с.— Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. Москалев, С. М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе : учебное пособие / С. М. Москалев ; Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2018. – 101 с. : ил. – https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература***

1. Голуб, И. Б. Литературное редактирование : учебник и практикум для вузов / И. Б. Голуб. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 397 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06578-7. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

**6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»**

| № п/п | Полное название ресурса | Адрес ресурса |
|---|---|---|
| 1. | Хабрахабр | https://habrahabr.ru/ |
| 2. | MercatorGroup | http://www.mercator.ru |
| 3. | РИА Новости. Россия сегодня | https://ria.ru |
| 4. | Фонд Общественное мнение (ФОМ) | http://corp.fom.ru/ |
| 5. | Институт социологии Российской академии наук | http://www.isras.ru/ |
| 6. | Всероссийский центр исследований общественного мнения (ВЦИОМ) | https://wciom.ru/ |
| 7. | Mediascope | http://mediascope.net/ |
| 8. | Pressfeed.Журнал | https://news.pressfeed.ru/ |

**6.3. Описание материально-технической базы**

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие**

**материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Лаборатория информационных технологий для проведения лабораторных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональные компьютеры; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)

• Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)

• Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

• Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

• Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

• Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

• Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)

• Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

| /п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| **1.** | Лабораторный практикум | 30-16 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, правильно выбраны совместимые комплектующие, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы;<br>15-10 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, правильно выбраны совместимые комплектующие, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы;<br>9-6 – работа выполнена в срок, в основном самостоятельно, использованы соответствующие формулы; определены соответствующие спецификации, имеются ошибки в расчетах; выбраны совместимые комплектующие необходимые, выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы;<br>5 -0 – обучающийся подготовил работу несамостоятельно или не завершил в срок, описание спецификации содержит незначительные ошибки, выводы и ответы на вопросы отсутствуют. |

| | | |
|---|---|---|
| **2** | Лабораторный практикум | 40-30 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, правильно выбраны совместимые комплектующие, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы;<br>29-20 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, правильно выбраны совместимые комплектующие, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы;<br>19-11 – работа выполнена в срок, в основном самостоятельно, использованы соответствующие формулы; определены соответствующие спецификации, имеются ошибки в расчетах; выбраны совместимые комплектующие необходимые, выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы;<br>10-0 – обучающийся подготовил работу несамостоятельно или не завершил в срок, описание спецификации содержит незначительные ошибки, выводы и ответы на вопросы отсутствуют. |

## *Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости*

### ***Типовые лабораторные практикумы***

***Лабораторный практикум*** № 1

Отредактировать представленные статьи на медиа-проекте платформы Ghost.

***Лабораторный практикум*** № 2

1. Просмотреть в Интернете различные типы сайтов образовательных учреждений, Оцените их с точки зрения дизайна и удобства навигации, Составить рейтинг из 10 понравившихся сайтов, описать их (название, адрес, стиль оформления, способы навигации и пр.). Информацию представить в виде файла, отправив его по электронной почте на адрес.

2 Создание ряда страниц концепций с использованием макетных сеток

3 Проектирование ряда композиционных решений веб-сайтов

***Лабораторный практикум № 3***

**Задания**

1.Написать 10 текстов разных жанров для медиа-проекта на платформе Ghost.

2 Занести тексты на платформу.

3 Произвести редактирование.

## 7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Практика контент-маркетинга» проводится в форме экзамена.

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:<br><br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:<br>Задание 1: 0-30 баллов<br>Задание 2: 0-30 баллов<br>Задание 3: 0-40 баллов<br><br>**-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично.<br>**-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена |

### *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

**Задания 1-го типа**

1 Стилистическая система русского литературного языка.
2 Коммуникативные качества речи.
3 Богатство речи.
4 Выразительность речи.
5 Чистота речи.
6 Точность речи.
7. Типы текстов
8. Жанры текстов новых медиа.
9 Понятие рерайтинг.
10 Виды рерайта.
11.Простой рерайт.
12.Глубокий рерайт.

13 Работа с источниками информации в процессе подготовки текстов.

14 Технология рерайтинга.

15 Правила и приемы редактирования текстов.

16 Правка текста. Виды правки.

17 Логические основы редактирования. Логические законы.

19 Логические ошибки.

20 Активные процессы в языке и стиле современной журналистики.

21 Особенности редактирования журналистских материалов.

22 Этические основы редактирования журналистских текстов

23 Фактический материал в журналистском тексте как предмет редактирования

24 Жанры журналистских публикаций.

25. Практика их редактирования.

**Задания 2 типа**

1 Приведите примеры стилистических ошибок.

2 Приведите примеры грамматических ошибок.

3 Приведите примеры орфографических ошибок.

4 Приведите примеры лексических ошибок.

5 Приведите примеры пунктуационных ошибок.

6. Назовите основные принципы редактирования.

7. Приведите примеры жанров медиа-текстов.

8 Найдите в интернете примеры жанров новых медиа.

9 Найдите пример лонгрида, докажите, что это лонгрид.

10 Исправьте предложенный текст.

11 Исправьте предложенный заголовок.

12.Охарактеризуйте платформу Ghost.

13.Охарактеризуйте платформу Medium.

14. Охарактеризуйте контент любого блога в социальной сети ВКонтакте.

15. Охарактеризуйте контент любого блога в Телеграм.

16. Охарактеризуйте контент любого блога на платформе ЯндексДзен.

17. Приведите примеры удачных заголовков для блога выбранной тематики.

18. Приведите примеры неудачных заголовков для блога выбранной тематики.

19. В чем специфика продающего текста.

20. В чем специфика форматов текстов для сайта.

21. Выявите наиболее удачные темы для контент-плана в блоге о (выбрать тему).

22. Проведите SEO-анализ текста.

23. Найдите примеры удачного визуального контента в социальных

сетях.

24. Найдите примеры неудачного визуального контента в социальных сетях.

25. Найдите примеры продающих текстов.

**Задания 3 типа**

1. Отредактируйте текст.
2. Занесите текст с визуализацией на платформу.
3. Напишите SEO-текст.
4. Осуществите рерайт предложенного текста.
5. Проведите анализ представленного текста на ошибки, и напишите свой вариант.

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «SERM и PR»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

## Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ ....3

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ....4

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН....6

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ....7

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ....8

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ....12

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ....14

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «SERM и PR» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 N 512.

Изучение дисциплины «SERM и PR» ориентировано на получение обучающимися знаний умений, навыков и компетенций в области проектирования PR-кампаний для коммерческих, некоммерческих организаций, государственных учреждений.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре.

**Цели и задачи дисциплины**

***Целью*** дисциплины является формирование у студентов знаний, умений, навыков и компетенций в области проектирования PR-кампаний для различных видов организаций.

***Задачи дисциплины:***

- Сформировать у студентов понимание процесса коммуникационной проектной деятельности.
- Выработать практические навыки управления коммуникационными проектами.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компе-тенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **выпускник должен знать** | **выпускник должен уметь** | **выпускник должен иметь практический опыт** | |
| Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного канала | **ПК-1** | **ПК- 1.1.** Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта | Основы репутационной коммуникации | составлять речи выступлений, пресс-релизов, статей и рекламных текстов | Разработки стратегии и формирование плана PR-активности учитывая репутации клиента | Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа |
| | | **ПК-1. 2.** Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта | Принципы формирования репутации организации | Осуществлять сбор репутационных поисковых запросов и их анализ | Разработки и проведения репутационных кампаний | |
| | | **ПК-1.3** Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами | Технологии анализа репутации в интернете | Проводить анализ и оценку эффективности репутационных PR-кампаний | Мониторинга репутации компании | |
| Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответсвии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическим и требованиями разных типов СМИ и других | **ПК-3** | **ПК- 3.1.** Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественность ю в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическим и требованиями каналов | Знание основ соответствия текстов репутации компании | Создавать репутационные тексты в сфере рекламы и PR | Формирования и поддержки соответствующ его имиджа организации, ее политики, продукции, услуг и деятельности персонала | Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| медиа | | трансляции коммуникационного продукта | | | | |
| | | **ПК- 3.2** Контролирует соответсвие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала | Преимущества и недостатки условий использования особенностей контроля репутационных стратегий в интернете и PR | Проводить мониторинг изменения репутационных характеристик в процессе реализации медиаконцепции канала | формирования стратегии удерджания и улучшения репутационных поцизий | |

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | Форма ТКУ Форма ПА/ балл |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| ***Очная форма*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1.Понятие «репутации» и «управления репутацией» в интернет и их значение для PR* | 2 | | 2 | | | | | | | 16 | Отчет по практикуму по решению задач/15 |
| *Тема 2. Составляющие и характеристики репутации в интернете* | 2 | | 2 | | | | | | | 16 | Отчет по практикуму по решению задач /15 |
| *Тема 3. Работа с топом выдачи в поисковиках* | 4 | | 4 | | | | | | | 18 | Отчет по практикуму по решению задач /15 |
| *Тема 4. Методы SERM* | 4 | | 4 | | | | | | | 18 | Отчет по практикуму по решению задач /15 |
| *Тема 5. Использование SERM как инструмента PR-кампании.* | 4 | | 4 | | | | | | | 18 | Отчет по практикуму по решению задач /20 |
| *Тема 6. Анализ эффективности SERM для PR-деятельности* | 4 | | 4 | | | | | | | 18 | Отчет по практикуму по решению задач /20 |
| **Всего:** | **20** | | **20** | | | | | | | **104** | **100** |
| **Контроль, час** | **36** | | | | | | | | | | **Экзамен** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **180** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **5** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Понятие «репутации» и «управления репутацией» в интернет и их значение для PR.***

Понятие репутации. Термин «управление репутацией». Специфика управления репутацией в интернете. Первичная, вторичная информация в социальных сетях, методы ее получения. Способы размещения информации в социальных сетях. Определение состава целевой аудитории. Коммуникация с ЦА посредством размещаемой информации. Управление вниманием.

***Тема 2. Составляющие и характеристики репутации в интернете***

Особенности функционирования интернет СМИ. Реклама / лонгриды / спецпроекты. Специальные метрики и инструменты контент анализа. Принципы работы SERM. Определение KPI и интерпретация результатов. Участники рекламного рынка (производители / sale inhouse / системы откртки/ агентства). Особенности государственного регулирования интернет рекламы. Баннерная (медийная) реклама (форматы, особенности, ошибки). Контекстная реклама (форматы, особенности, ошибки). Применения BigData и технологий машинного обучения в работе. Принципы работы RTB.

***Тема 3. Работа с топом выдачи в поисковиках***

Работа поисковых систем. Принципы индексирования. Технологии SEO. Факторы, влияющие на ранжирование страниц в поисковых системах. Оптимизация внешних факторов. SMO.

***Тема 4. Методы SERM***

Особенности и отличия платформ (VK, OK, FB, Instagram, Snapchat, WeChat и т.д.). Особенности видео сегмента в социальных медиа (YouTube). Нативные механизмы платформ и сторонние решения по продвижению. «Блогеры» и «селебритис». Принципы работы «отзовиков». Определение KPI и интерпретация результатов.

***Тема 5. Использование SERM как инструмента PR-кампании.***

Понятие партнерской программы. Услуги партнерской сети. Понятие веб-кольца (Webring). Преимущества Webring. Производство видео. Типы видеоконтента (новостное, вирусное, «ми-ми», ошибки). Создание и продвижение видеоканалов (YouTube, Instagram). Продажа / покупка видеоконтента. ТВ и интернет (особенности и отличия). 3D / VR и AR, технологии видеотрансляций и профессиональный стримминг.

***Тема 6. Анализ эффективности SERM для PR-деятельности***

Основные термины и показатели эффективности PR в интернете.

Анализ эффективности PR в интернете. Критерии оценки эффективности PR в интернете. Структура участников рынка (магазины, агрегаторы, бренды). Аналитика воронки продаж. Принципы работы SEO. Технологии оптимизации контента и usability. Принципы работы call tracking. Почтовые сервисы direct mail и триггерные рассылки. Механизмы систем оплаты. CRM платформы. Метрика и определение KPI.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, практикум по решению задач, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

***Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

***Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач***

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их

решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;

- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;

- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

*Требования к оформлению результатов практикумов.*

При подготовке отчета: изложение материала должно идти в логической последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, правильное оформление рисунков.

*Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям.*

При подготовке к практическим занятиям необходимо акцентировать внимание студентов на детальное изучение методов решения задач и примеров, рассмотренных на лекционных занятиях и нацелить на самостоятельное решение заданий из учебника, приведенных в конце каждой главы учебника.

*Порядок проведения практикума.*

1. Преподаватель разъясняет приёмы и методы решения на примере типовых задач по изучаемой теме (2-3 задачи).

2. Преподаватель даёт 2-3 задачи для самостоятельного решения.

3. Преподаватель контролирует решение задач обучающимися в индивидуальном порядке, подсказывает правильные пути решения.

4. По окончании практикума преподаватель подводит итоги, вскрывает типичные ошибки и отмечает отличившихся обучающихся, успешно решивших все задачи.

В ходе выполнения практикума обучающиеся более глубоко усваивают физические законы посредством применения их к конкретным физическим ситуациям и процессам, учатся моделировать физические

явления и анализировать полученные результаты.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

*Работа с литературой (конспектирование)*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по курсу «SERM и PR» определяется учебным планом.

При самостоятельной работе студенты руководствуются методическими рекомендациями по дисциплине при минимальном участии преподавателя.

## *Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины*

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоят. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Понятие «репутации» и «управления репутацией» в интернет и их значение для PR* | Способы размещения информации в социальных сетях. Определение состава целевой аудитории. Коммуникация с ЦА посредством размещаемой информации. Управление вниманием. | Работа с литературой, источниками в сети Internet<br>Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму | Отчёт по практикуму по решению задач |
| *Тема 2. Составляющие и характеристики репутации в интернете* | Участники рекламного рынка (производители / sale inhouse / системы откртки/агентства). Особенности государственного регулирования интернет рекламы. Баннерная (медийная) реклама (форматы, особенности, ошибки). Контекстная реклама (форматы, особенности, ошибки). Применения BigData и технологий машинного обучения в работе. Принципы работы RTB. | Работа с литературой, источниками в сети Internet<br>Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму | Отчёт по практикуму по решению задач |
| *Тема 3. Работа с топом выдачи в поисковиках* | Факторы, влияющие на ранжирование страниц в поисковых системах. Оптимизация внешних факторов. SMO. | Работа с литературой, источниками в сети Internet<br>Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму | Отчёт по практикуму по решению задач |
| *Тема 4. Методы SERM* | Принципы работы «отзовиков».<br>Определение KPI и интерпретация результатов | Работа с литературой, источниками в сети Internet<br>Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму | Отчёт по практикуму по решению задач |
| *Тема 5. Использование SERM как инструмента PR-кампании.* | Производство видео. Типы видеоконтента (новостное, вирусное, «ми-ми», ошибки). Создание и продвижение видеоканалов (YouTube, Instagram). Продажа / покупка видеоконтента. ТВ и интернет (особенности и отличия). 3D / VR и AR, технологии видеотрансляций и профессиональный стримминг. | Работа с литературой, источниками в сети Internet<br>Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму | Отчёт по практикуму по решению задач |
| *Тема 6. Анализ эффективности SERM для PR-деятельности* | Структура участников рынка (магазины, агрегаторы, бренды). Аналитика воронки продаж. Принципы работы | Работа с литературой, источниками в сети Internet<br>Подготовка к практикуму, | Отчёт по практикуму по решению задач |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоят. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| | SEO. Технологии оптимизации контента и usability. Принципы работы call tracking. Почтовые сервисы direct mail и триггерные рассылки. Механизмы систем оплаты. CRM платформы. Метрика и определение KPI. | подготовка отчета по практикуму | |

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1. Музыкант В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. Бузин, В.Н. Медиапланирование: теория и практика / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. – Москва :Юнити, 2015. – 492 с. : табл., граф., ил., схемы – https://www.iprbookshop.ru

3. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература:***

1. Ткаченко, Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриевой. – Москва :Юнити, 2015. – 336 с. – (Азбука рекламы). – https://www.iprbookshop.ru

2. Хуссейн И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 68 с. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № | Наименование портала (издания, курса, документа) | Ссылка |
|---|---|---|
| 1 | Образовательный портал о рекламе, маркетинге и PR | https://startwrite.ru/ |

| № | Наименование портала (издания, курса, документа) | Ссылка |
|---|---|---|
| 2 | Sostav.ru - новости рекламы и маркетинга | https://www.sostav.ru/ |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

При проведении образовательного процесса необходимо наличие:

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)

- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)
- Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### *7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины*

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Отчет по практикуму по решению задач | Отчет по практикуму<br>15-13 – практикум выполнен верно в срок, представлен грамотный отчет.<br>12-6– практикум выполнен верно в срок, представлен неполный отчет, имеются ошибки, не влияющие на логику.<br>5-1- практикум выполнен в срок и содержит концептуальные ошибки.<br>0 - практикум не выполнен. |
| 2. | Отчет по практикуму по решению задач | Отчет по практикуму<br>20-14 – практикум выполнен верно в срок, представлен грамотный отчет.<br>13-7– практикум выполнен верно в срок, представлен неполный отчет, имеются ошибки, не влияющие на логику.<br>6-1- практикум выполнен в срок и содержит концептуальные ошибки.<br>0 - практикум не выполнен. |

***Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости***

## ***Примерные задания по практикуму по решению задач***

### *Практикум по решению задач № 1*

**Задания.**

Выберите сайт в Интернет, который Вы могли бы назвать успешным (эффективным). Проведите пользовательский анализ сайта по следующим этапам: 1. Определите формат сайта и тип его содержимого, количество страниц сайта. 2. Выявите ключевую цель сайта как инструмента бизнес-проекта (с точки зрения создателя/владельца сайта). 3. Опишите ключевые гипотезы (предположения) о том, для чего предназначен данный сайт с точки зрения пользователя. Необходимо описать 2-3 гипотезы. 4. Внимательно изучите содержимое сайта и проверьте установленные Вами гипотезы. 5. Опишите целевую аудиторию сайта в зависимости от тех пользовательских задач, которые решает сайт для каждой группы. Можете обозначить группы пользователей по отношению к продукту компании, представляющей сайт, или по отношению к содержимому самого сайта. 6. Выявите функции сайта, которые, на Ваш взгляд, должны быть отражены для решения пользовательских задач каждой группы целевой аудитории сайта (компании).

### *Практикум по решению задач № 2*

**Задание.**

1. После изучения темы выполните анализ контента сообщества социальной сети по направлению (на выбор): личный блог, бьюти-блок, профессиональное сообщество, спортивный блог, маркетинг и продажи, развлекательное сообщество. 1. Определите целевую аудиторию сообщества согласно пользовательским задачам. 2. Опишите основные типы контента, которые присутствуют в сообществе. 3. Выявите наиболее популярные темы, которые вызывают больший интерес у подписчиков. 4. Оцените уровень взаимодействия администрации сообщества с участниками - обратная связь, интерактивы, обновления и т.п. 5. Оцените степень уникальности контента в сообществе, наличие собственных идей контента. 6. Сделайте выводы относительно соответствия контента сообщества интересам целевой аудитории.

### *Практикум по решению задач № 3*

**Задание.**

1. С помощью сервисов ЯНДЕКС.ДИРЕКТ и Google Adwords составьте в каждой системе по 2 рекламных сообщения для коммерческой фирмы. Проверьте объявления на модерацию. Установите параметры рекламной кампании в поисковых ресурсах с наибольшей эффективностью для Вашей компании. 2. Определите наиболее эффективный вариант рекламного сообщения в поисковых ресурсах. Выберите наиболее выгодный бюджет рекламной кампании и канал

распространения рекламы. 3. Опишите результаты планирования рекламной кампании +скрины из аккаунтов ЯНДЕКС.ДИРЕКТ и Google Adwords в Power Point

***Практикум по решению задач № 4***

Использование инструментария Yandex Wordstat и Google Trends для создания и подбора уникальных ключевых слов или словосочетаний для сайта. Создание семантического ядра сайта.

***Практикум по решению задач № 5***

Выполните задание по созданию электронной рассылки коммерческих писем. 1. Сформулируйте идею для создания 2 писем для e-mail рассылки: новостного письма с "горячим" предложением (подписка) и письма для существующих клиентов (специальное предложение). 2. Опишите текст писем, включая заголовок, подзаголовок и основную часть. 3. Сформируйте параметры для формирования базы данных рассылки. 4. Определите условия проведения рассылки: каналы распространения, сроки и стоимость. 5. Разместите варианты писем для рассылки на сайте по Вашему бизнес-проекту на WIX.com. Отчёт о выполненном задании отправляется в формате .doc и ссылки на место размещения писем на сайте

***Практикум по решению задач №6***

**Задание**

Сформировать индивидуальные аналитические отчеты на основе данных, собранных системами по сайтам;

- Провести детальный анализ трафика, поступающего на сайт из разных источников;
- Детально проанализировать поведение пользователей, приходящих на сайт (география, коммерческие интересы, демография, активность, лояльность и т.д.);
- Составить подробную карту кликов пользователя;
- Проанализировать глубину просмотров сайта и времени;
- Оценить эффективность проводимых рекламных и маркетинговых кампаний;
- Выделить и проанализировать всевозможные характеристики целевой аудитории сайта;
- Проанализировать точный показатель отказов;
- Проанализировать содержимого сайта (популярность, страницы входа и выхода и т.д.);
- Проанализировать подробный мониторинг сайта (нагрузка на сайт, Трафик по минутам, Время загрузки страниц, Результаты проверки, статистика захода ботов к вам на сайт и т.д.)
- Проанализировать действия пользователя (какой текст посетитель выделял; какие кнопки и баннеры были нажаты; как именно посетитель

прокручивал страницы; движение курсора мыши пользователя, что позволяет проанализировать эффективность и скорректировать дизайн сайта; тип браузера, операционной системы и IP адрес сервера.); - и т.д.

### *7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации*

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена.

| № | Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:<br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:<br>Задание 1: 0-30 баллов<br>Задание 2: 0-30 баллов<br>Задание 3: 0-40 баллов<br><br>**-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-70 и более (хорошо) –** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Ход решения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-50 и более (удовлетворительно) –** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены частично.<br>**-Менее 50 (неудовлетворительно)** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены |

### *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

***Задания 1-го типа***

1. SEO - оптимизация. Преимущества и недостатки использования.
2. Лидогенерация. Основные принципы и методы привлечения клиентов в виртуальной среде.
3. Новые виды Интернет-маркетинга и лидогенерации.
4. Основные принципы и методы поддержки сайтов.
5. Способы монетизации интернет-проектов.
6. Электронная коммерция. Виды электронной коммерции.
7. Особенности выбора и типы целевых аудиторий в Интернете.

8. Внутренняя и внешняя оптимизация сайтов в Интернете.

9. Конкурс как инструмент лидогенерации.

10. Медийная и контекстная реклама. Сущность, цели, применение.

11. Электронный журнал. Сущность, цели, виды, применение.

12. Электронный журнал. Структура электронного журнала.

13. Правило «золотого сечения» в построении контента в виртуальном пространстве.

14. Фронтенд. Сущность, цели, виды, применение.

15. Подписная страница. Сущность, цели, виды, применение.

16. Формы продаж в Интернете.

17. Основные виды рекламных носителей в Интернете.

18. Отзывы как инструмент продвижения компании в Интернете.

19. Социальные сети в лидогенерации. Определение, цели, применение.

20. Конференции, семинары, тематические форумы.

21. Партнерский маркетинг. Сущность, цели, применение.

22. Управление мнением сообществ в социальных сетях.

23. Интернет-магазины. Сущность, цели, типы, применение.

24. Электронные платежные системы. Сущность, цели, виды, применение.

25. Современные технологии в электронном бизнесе.

26. Показатели эффективности деятельности компании в SMM.

27. Типы целевых аудиторий

28. Каналы привлечения пользователей

29. Виды оплаты в Интернете.

30. Традиционные маркетинговые инструменты в Интернете

31. Инструменты лидогенерации

32. «Новые» инструменты Интернет-маркетинга.

33. Интернет-магазин как новая форма торговой площадки

34. Интернет-аукционы.

35. Анализ и выбор показателей эффективности разных видов в Интернете.

36. Показатели вэб-аналитики.

***Задания 2-го типа***

1. Участники рекламного рынка (производители / sale inhouse / системы откртки/ агентства).

2. Особенности государственного регулирования интернет рекламы.

3. Баннерная (медийная) реклама (форматы, особенности, ошибки).

4. Контекстная реклама (форматы, особенности, ошибки).

5. Применения BigData и технологий машинного обучения в работе.

6. Принципы работы RTB.

7. Особенности функционирования интернет СМИ. Реклама / лонгриды / спецпроекты.

8. Специальные метрики и инструменты контент анализа.

9. Принципы работы SERM.

10. Определение KPI и интерпретация результатов.

11. Особенности и отличия платформ (VK, OK, FB, Instagram, Snapchat, WeChat и т.д.).

12. Особенности видео сегмента в социальных медиа (YouTube).

13. Нативные механизмы платформ и сторонние решения по продвижению.

14. «Блогеры» и «селебритис».

15. Принципы работы «отзовиков».

16. Определение KPI и интерпретация результатов.

17. Производство видео.

18. Типы видеоконтента (новостное, вирусное, «ми-ми», ошибки).

19. Создание и продвижение видеоканалов (YouTube, Instagram).

20. Продажа / покупка видеоконтента. ТВ и интернет (особенности и отличия).

21. 3D / VR и AR, технологии видеотрансляций и профессиональный стримминг.

22. Игры, в роли особенного инструмента коммуникации.

23. Мификация коммуникаций.

24. Реклама в играх.

25. PR в играх.

26. Продакт-плейсмент в играх.

27. Структура участников рынка (операторы, «сторы», производители приложений).

28. Механизмы формирования мобильной аудитории.

29. Аналитика мобильной воронки продаж.

30. Создание и продвижение мобильных решений.

31. Принципы монетизации приложений.

32. Технологии отслеживания мобильных устройств в off-line.

33. Функционирование мессенджеров Telegram, WhatsApp, Viber.

34. Создание и использование каналов / ботов.

35. Особенности медийной и контекстной рекламы в мобильном сегменте.

36. Особенности социальных медиа в мобильной среде.

37. Видео в мобильном сегменте.

38. Структура участников рынка (магазины, агрегаторы, бренды).

39. Аналитика воронки продаж.

40. Принципы работы SEO.

41. Технологии оптимизации контента и usability.

42. Принципы работы call tracking.

43. Почтовые сервисы direct mail и триггерные рассылки.

44. Механизмы систем оплаты.

45. CRM платформы.

46. Метрика и определение KPI.

47. Финансирование проектов посредством crowd коммуникаций.

48. Электронные деньги, криптовалюты, блокчейн, ICO. dark web и принципы его работы.

49. Правила безопасности работы в сети.

***Задания 3-го типа***

**Задание 1.**

С помощью сервисов ЯНДЕКС.ДИРЕКТ и Google Adwords составьте в каждой системе по 2 рекламных сообщения для коммерческой фирмы. Проверьте объявления на модерацию. Установите параметры рекламной кампании в поисковых ресурсах с наибольшей эффективностью для Вашей компании. 2. Определите наиболее эффективный вариант рекламного сообщения в поисковых ресурсах. Выберите наиболее выгодный бюджет рекламной кампании и канал распространения рекламы. 3. Опишите результаты планирования рекламной кампании +скрины из аккаунтов ЯНДЕКС.ДИРЕКТ и Google Adwords в формате отчета пдф.

**Задание 2.**

Необходимо провести знакомство с информационными ресурсами сети Интернет (на выбор 3 ресурса). Определить тип информационного ресурса с точки зрения профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью, охарактеризовать структуру ресурса и его разделы, указать примерную периодичность обновления каждого раздела, предназначение информационного ресурса и его наполнение контентом. Указать возможность и условия заимствования представленного материала для работы. По каждому ресурсу результат представить в виде небольшой справки.

**Задание 3.**

Используя возможности сети Интернет, подготовить PR публикацию для печатных СМИ по выбранной студентом проблематике.

**Задание 4.**

Подготовить авторский PR материал в Интернет-СМИ.

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Технологии краудфандинга»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

## Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ ..... 3

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ..... 4

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ..... 6

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 7

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 8

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 11

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ..... 13

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Технологии краудфандинга» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью*, утвержденным Приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 г. № 512.

Дисциплина «Технологии краудфандинга» предполагает осмысление обучающимся методологии краудфандинга, с целью внедрения на новые или существующие рынки товара (услугу)-новинку и презентации сформированного проекта, что дает целостное представление о месте и роли краудфандинга в комплексе продвижения, раскрывает технологии стратегической интеграции краудфандинаг в интернете, с целью привлечения инвестиций.

Основное содержание дисциплины направлено на понимание и осмысление видов краудфандинга и особенностей планирования настоящего проекта.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью* и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре.

**Цель и задачи дисциплины**

Целью изучения дисциплины «Технологии краудфандинга» является создания условий для усвоения обучающимися методологии планирования и реализации проекта (коммерческого/социального(культурологического)), в соответствии с потребностями ЦА, а также проявить себя как талантливый стартапер, желающий воплотить свой проект в жизнь, но не имеющий на это финансов.

***Задачи дисциплины:***

- создание представления у обучающихся об алгоритмах разработки крауд-проектов и крауд-кампаний;
- сформировать понимание различий между видами проектов в краудфандинге;
- развить навыки WEB-аналитики крауд-проектов, востребованных в разных сферах.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | выпускник должен знать | выпускник должен уметь | выпускник должен иметь практический опыт | |
| Способен проводить подбор каналов продвижения, составлять стратегию продвижения и разрабатывать показатели эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-4 | ПК-4.1проводит аналитические работы по выбору канала продвижения и реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | инструменты исследований для осуществления выбора стратегии продвижения крауд-проекта. | проводить подбор каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и разрабатывать показатели их эффективности для крауд-проекта. | продвижения крауд-проекта в Интернете | Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа |
| | | ПК-4.2. разрабатывает стратегию продвижения рекламной и PR-кампании в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | особенности разработки краудфанд-проекта | разрабатывать стадии развития краудфандинговой кампании и считать ее эффективность | разработки стратегии краудфандингового проекта | |
| | | ПК-4.3. составляет отчет по реализации стратегии продвижения проекта рекламной и PR кампании в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" на основе анализа полученных результатов показателей эффективности | механизмы расчета финансовой цели, условий сотрудничества с крауд-платформой и эффективности | рассчитывать бюджет краудфандинговой кампании | реализации краудфандингового проекта | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Способен разрабатывать, реализовывать и продвигать индивидуальный и (или) коллективный проект в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", анализировать результаты работы по реализации проекта | ПК-5 | ПК-5.1.готовит основные документы по разработке и сопровождению проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | особенности и перспективы краудфандинга в России, технологии коммуникации с ЦА краудфандингового проекта | отличать краудфандинг от других типов финансирования | подготовки документации краудфандингового проекта | |
| | | ПК-5.2. реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связи с общественностью и применяет их при разработке индивидуальных и (или) коллективных проект в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | технологии сопровождения краудфандингового проекта на всех этапах | разрабатывать способы сопровождения краудфандингового проекта в он-лайн среде | сопровождения краудфандингового проекта | |

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме | | |
| *Очная форма* | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1. Основы краудфандинга* | 5 | | 5 | | | | | | | 26 | Отчет по практикуму по решению задач/20 |
| *Тема 2. Структура крауд-проекта.* | 5 | | 5 | | | | | | | 26 | Отчет по практикуму по решению задач/20 |
| *Тема 3. Продвижение крауд-проекта.* | 5 | | 5 | | | | | | | 26 | Отчет по практикуму по решению задач/20 |
| *Тема 4. Завершение крауд-проекта.* | 5 | | 5 | | | | | | | 26 | Учебный проект /40 |
| **Всего:** | **20** | | **20** | | | | | | | **104** | **100** |
| Контроль, час | **0** | | | | | | | | | | **Зачет** |
| Объем дисциплины (в академических часах) | **144** | | | | | | | | | | |
| Объем дисциплины (в зачетных единицах) | **4** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Основы краудфандинга.***

Введение. Цели и задачи курса. Зарождение и развитие краудфандинга. Терминология. Фандрайзинг, краудфандинг, краудсорсинг — основные отличия. Краудфандинг как особый вид венчурного финансирования. Задачи краудфанд-проекта. Классификация стадий развития стартапа. Краудфандинг в политике.

Отличие краудфандинга от других типов финансирования. Выбор платформы. для запуска проекта. Длительность проекта. Другие типы крауд-технологий. Основные правила запуска крауд-проектов.

***Тема 2. Структура крауд-проекта.***

Цель проекта. Финансовая цель. Расчет финансовой цели, условия сотрудничества с крауд- платформой и налоги. Срок проекта. Текстовое описание. Видеообращение. Акции. Типы акций. Основные правила составления акций. Текстовое описание акций. Варианты возможных акций.

Доставка акций. Отправки «Почтой России».

***Тема 3. Продвижение крауд-проекта.***

Типы старта проекта: теплый и холодный. Позиционирование проекта. Мотивы для поддержки. Аудитория проекта. Работа со СМИ и лидерами мнений, их виды. Создание базы контактов для продвижения проекта. Написание пресс-релиза. Отправка пресс-релиза и последующее общение с журналистами и блогерами. Продвижение в социальных сетях (SMM).

***Тема 4. Завершение крауд-проекта.***

Сроки перечисления средств автору. Коммуникация с акционерами по итогам кампании. Особенности и перспективы краудфандинга в России. Диаграмма сходимости мнений. Практическое значение краудфандинга как способа привлечения инвестиций.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, практикум по решению задач, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

***Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к текущим формам контроля и промежуточной аттестации.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины. Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом. При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

***Методические указания для обучающихся по работе с учебно-методической литературой (конспектирование)***

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

***Методические указания для обучающихся по подготовке к практическому занятию***

- Если нет специального задания от преподавателя по подготовке к ситуационному практикуму, то важно перед практическим занятием повторить предыдущий лекционный материал (лекция, учебник), чтобы в режиме активной работы выполнять задания, направленные на формирование и развитие профессиональных компетенций.
- Работа студентов направлена на изучение тем и вопросов учебной дисциплины без участия преподавателя.

***Методические указания для обучающихся по организации работ над учебным проектом***

Учебный проект — это самостоятельная работа, осуществляемая обучающимися на протяжении семестра. Приступая к такой работе, автор проекта самостоятельно или с помощью преподавателя составляет план предстоящей работы.

Одной из особенностей работы над персональным проектом является самооценка хода и результата работы. Это позволяет, оглянувшись назад, увидеть допущенные просчеты (на первых порах —

это переоценка собственных сил, неправильное распределение времени, неумение работать с информацией, вовремя обратиться за помощью и т.п.), проанализировать их и не допускать в будущем.

Примерный перечень критериев оценки персонального проекта выглядит так:

– Обоснование и постановка цели, планирование путей ее достижения.

– Полнота использованной информации, разнообразие ее источников.

– Творческий и аналитический подход к работе.

– Соответствие требованиям оформления письменной части работы.

– Анализ процесса и результата работы.

– Личная заинтересованность автора, его вовлеченность в работу.

– Качество проведения презентации

***Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач***

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;

- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;

- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

***Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины***

| **Наименование темы** | **Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение** | **Формы самостоят. работы** | **Форма текущего контроля** |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Основы краудфандинга* | Фандрайзинг, краудфандинг, | Работа с литературой, включая ЭБС, | Отчет по практикуму по |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоят. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| | краудсорсинг — основные отличия. | источниками в сети Internet Подготовка отчета по практикуму по решению задач | решению задач |
| *Тема 2. Структура крауд-проекта* | Цель проекта. Финансовая цель. Расчет финансовой цели, условия сотрудничества с крауд- платформой и налоги. Срок проекта. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка отчета по практикуму по решению задач | Отчет по практикуму по решению задач |
| *Тема 3. Продвижение крауд-проекта.* | Создание базы контактов для продвижения проекта. Написание пресс-релиза. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка отчета по практикуму по решению задач | Отчет по практикуму по решению задач |
| *Тема 4. Завершение крауд-проекта.* | Особенности и перспективы краудфандинга в России. | Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка учебного проекта. | Учебный проект |

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1. *Короткова, Т. Л.* Управление маркетингом : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 242 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08200-5. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. *Хруцкий, В. Е.* Внутрифирменное бюджетирование. Теория и практика : учебник для вузов / В. Е. Хруцкий, Р. В. Хруцкий. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 572 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12821-5. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература***

1. *Ойнер, О. К.* Управление результативностью маркетинга : учебник и практикум для вузов / О. К. Ойнер. — 2-е изд., перераб. и

доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 350 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04642-7. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. *Музыкант, В. Л.* Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

3. *Коноваленко, В. А.* Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 486 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3061-0. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № п/п | Наименование ресурса | Ссылка |
|---|---|---|
| 1. | Ассоциация по вопросам защиты информации | http://bis-expert.ru/ |
| 2. | Специализированный сайт по тематике информационной безопасности | http://all-ib.ru/ |
| 3. | Официальный сайт Institute of Electrical and Electronics Engineers (IEEE) | http://www.ieee.org/index.html |
| 4. | Официальный сайт компании Infowatch | http://www.infowatch.ru/ |
| 5. | Официальный сайт Лаборатории Касперского | http://www.kaspersky.ru/ |
| 6. | Официальный сайт журнала «Директор по безопасности» | http://www.s-director.ru/ |
| 7. | Официальный сайт журнала «Информационная безопасность» | http://www.itsec.ru/main.php |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

- Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)
- Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### *7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины*

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Практикум по решению задач | 16 –20 - практикум выполнен верно в срок, представлен грамотный отчет.<br>11–15 практикум выполнен верно в срок, представлен неполный отчет, имеются ошибки, не влияющие на логику и алгоритм расчета.<br>6-10 практикум выполнен в срок и содержит концептуальные ошибки.<br>0-5 – обучающийся подготовил работу несамостоятельно или не завершил в срок, описание спецификации содержит незначительные ошибки, выводы и ответы на вопросы отсутствуют. |
| 2. | Учебный проект | 40-20 – ключевые аспекты проекта сформулированы правильно, аргументация логична, подкреплена знанием научных фактов, презентация проекта сделана на высоком уровне.<br>19-15 – ключевые аспекты проекта сформулированы правильно, аргументация представлена только на одном из уровней мышления;<br>14-13 – ключевые аспекты проекта сформулированы в основном правильно, выводы и послания проекта являются достаточными, хотя и не всегда аргументированными<br>12 и менее – содержание проекта не раскрывает тему, отсутствует аргументация, не используется профессиональная лексика. |

### *Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости*

***Практикум по решению задач***

**Задание 1.**

У предпринимателя есть бизнес-идея и для её реализации он планирует открыть стартап, для чего ему необходимы средства в

размере 1200000 рублей.

Предприниматель решает привлечь средства через краудфандинг: описывает свою бизнес-идею, обещает вернуть «донорам» средства с процентами в размере 8% без указания срока возврата средств. Бизнес-идея показалась интересной и перспективной 1800 «донорам» и они передали средства предпринимателю. Предприниматель организовал стартап и продал его через год за 1800000 рублей. Сколько средств в среднем передал предпринимателю один «донор»? Сколько средств предприниматель перечислил «донорам» (выплатил по своим обязательствам)? Какую прибыль получил предприниматель?

**Задание 2.**

Описать идею краудфандингового проекта (по аналогии с реализованными), его участников, дать характеристику последовательных действий реализации проекта. Выбрать вид краудфандинга.

**Задание 3.**

Составить рейтинг краудфандинговых площадок, наиболее подходящих для реализации предлагаемого собственного проекта с применением крауд-технологий.

***Учебный проект***

1. Обоснование социальной значимости проекта. Выбрать задачу, которую необходимо решить с помощью полученных ресурсов. Установить временные рамки.

2. Постановка цели кампании.

3. Создание информационного банка данных.

4. Сегментация возможных спонсоров. Проанализировать прошлый опыт сбора средств, определить своих сторонников, к которым можно обратиться в первую очередь. Определить, к кому можно еще обратиться.

5. Обоснование целевых спонсоров. Продумать аргументы в свою пользу. Проанализировать возможные мотивы потенциальных спонсоров, какие из них можно поощрить.

6. Разработка целевых программ фандрайзинга. Согласовать внутри организации методы сбора средств.

7. Подготовить и размножить материалы для предоставления спонсорам (пресс-релиз, материалы спонсорского пакета и.д.).

8. Создание группы помощников (тех, кто непосредственно будет собирать пожертвования). Что нужно сделать: - убедиться, что они

имеют необходимую информацию и материалы для своей работы; - провести тренинг, мастер-класс; - учитывать мотивацию волонтеров; - показать им Вашу убежденность необходимости достижения цели проекта.

9. Установить порядок контроля за поступлением средств. Например, ящик для пожертвований должен быть опечатан, на его выставление должен быть приказ организации, выемка средств должна быть заверена актом, полученные средства – оприходованы и переведены на счет организации. Несоблюдение этих условий может повлечь административную ответственность.

10. Оценка результатов кампании фандрайзинга.

**Материалы спонсорского пакета:**

1. Литературное описание проекта (акции).
2. Программное описание проекта.
3. Поддержка проекта.
4. Бюджет проекта.
5. Спонсорские градации.
6. Спонсорская реклама и PR.
7. СМИ.
8. Прогноз спонсорского эффекта. Проект, заслуживающий финансирования, должен: - быть ясным, четким; - содержать фактические материалы, таблицы, схемы и др.; - быть важным – как для организации, так и для решения той проблемы на которую данный проект направлен; - быть эффективным; - быть реалистичным; - быть экономичным; - быть актуальным; - соответствовать интересам спонсора и его благотворительной политике; - обладать оптимальной стоимостью для спонсора; - при кооперировании с другими организациями, следует обсудить проблему и проект с ними. Составление и отправление письма-запроса.

**Функции письма-запроса спонсору:**

1. Объясняет, почему организация обратилась именно к этому спонсору.

2. Объясняет, необходимость данного проекта и суть проблемы, содержит ясную информацию о задачах, ожидаемых результатах, методах и стоимости выполнения проекта.

3. Убеждает, почему именно эта организация способна выполнить такой проект, характеризует деятельность, достижения и квалификацию организации.

4. Указывает размеры спонсирования, совокупные затраты и

возможные выгоды от участия в проекте.

**Формы письма-запроса:**

- личное обращение к перспективному спонсору (лучше всего);
- обращение-просьба к группе потенциальных спонсоров в виде публичного обращения через авторитетные СМИ;
- обращение к потенциальным спонсорам по телефону;
- рассылка писем-запросов по электронной почте.

**Требования к оформлению письма-запроса:**

- Максимальный объем письма-запроса – 1 страница.
- Пишется на фирменном бланке.
- В основе обращения должна лежать модель AIDA, где A – attention (внимание), I – interest (интерес), D – desire (желание), A – action (действие), и для привлечения внимания и интереса читателя нужно писать о том, что для него важно.

### *7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации*

Промежуточная аттестация по дисциплине «Технологии краудфандинга» проводится в форме зачета.

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:<br><br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:<br>Задание 1: 0-30 баллов<br>Задание 2: 0-30 баллов<br>Задание 3: 0-40 баллов<br><br>**«Зачтено»**<br>**-90 и более**– ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-70 и более –** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-50 и более –** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично.<br>**«Не зачтено»**<br>**-Менее 50** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена |

***Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся***

***Задания 1 типа***

1. Что такое «краудфандинг»?

*2.* Зарождение и развитие краудфандинга

*3.* Основные понятия в теории краудфандинга

*4.* Краудфандинг в бизнесе

*5.* Особенности и перспективы краудфандинга в России

*6.* Работающие краудфандинговые площадки в России

*7.* Разновидности доноров и как работать с ними

*8.* Способы привлечения частных пожертвований через интернет

*9.* Основы оформления пожертвований

*10.* Краудфандинг: отличительные особенности народного финансирования от других типов финансирования

*11.* Введение. Цели и задачи курса.

*12.* Фандрайзинг, краудфандинг, краудсорсинг — основные отличия.

*13.* Краудфандинг как особый вид венчурного финансирования.

*14.* Задачи краудфанд-проекта.

*15.* Классификация стадий развития стартапа.

*16.* Краудфандинг в политике.

*17.* Отличие краудфандинга от других типов финансирования.

*18.* Выбор платформы. для запуска проекта.

*19.* Длительность проекта.

*20.* Другие типы крауд-технологий.

*21.* Основные правила запуска крауд-проектов.

*22.* Структура крауд-проекта. Цель проекта.

*23.* Финансовая цель. Расчет финансовой цели, условия сотрудничества с крауд- платформой и налоги.

*24.* Срок проекта. Текстовое описание. Видеообращение.

*25.* Акции. Типы акций. Основные правила составления акций. Текстовое описание акций. Варианты возможных акций. Доставка акций. Отправки «Почтой России».

***Задания 2 типа.***

1. Существует несколько источников средств для реализации социальных проектов: это и бизнес, и государство, и фонды, и ресурсы частных лиц. Как вы думаете, почему важно привлекать частные пожертвования? Приведите несколько аргументов «за»:

*2.* Представьте, что вы читаете отчет по рейтингу мировой благотворительности через 10 лет — в 2031 году. Там написано: «Российская Федерация в прошедшем году заняла 10-е место в мире по доле населения, регулярно совершающего денежные пожертвования.

Как минимум половина населения этой страны регулярно жертвует средства НКО. Стремительный рост числа частных пожертвований в Российской Федерации обусловлен несколькими факторами, среди которых…» (закончите предложение, обоснуйте)

*3.* Ответьте на следующие вопросы применительно к вашей организации. Что в организациях (предприятиях) и внешней среде мешает заниматься краудфандингом, чего недостает? Что уже есть в организациях и во внешней среде, что поможет организации начать работать с частными донорами в самое ближайшее время?

*4.* Для организации, привлекающей частные пожертвования, важно понимать, какую сумму чаще всего люди ей жертвуют, а также какие суммы люди в принципе готовы жертвовать НКО и делают это наиболее часто. Если посмотреть на активность частных доноров, то какую сумму чаще всего жертвует один человек за один раз?

*5.* Представьте себя на месте донора. Выделите из личного бюджета сумму (желательно от 50 рублей и выше), которую вы готовы потратить как частный донор. Найдите организацию, которой вы хотите пожертвовать выделенные средства. Определитесь со способом передачи пожертвования. Передайте пожертвование выбранной организации. Опишите ваши впечатления.

*6.* Ответьте на вопросы. Какие этические дилеммы возникали и возникают у организации при сборе частных пожертвований? Как организации с ними справляются? Есть ли в той или иной организации документы, которые описывают этические принципы в крауд-проекте?

*7.* Какие способы сбора частных пожертвований организации, скорее всего, будет использовать, если начнут работать с частными донорами? 2. Почему именно эти способы?

*8.* Как можно повысить эффективность тех способов привлечения практик частных пожертвований, которые уже используют в организациях?

*9.* Какие платежные механизмы организации, скорее всего, будет использовать, если начнут работать с частными донорами? Почему именно эти механизмы? Какие новые платежные механизмы возможно начать использовать в ближайшее время организациями?

*10.* Какие способы и механизмы — из тех, что используют организации для привлечения частных пожертвований в НКО — приносят больше всего средств (за вычетом затрат)? Как вам кажется, почему?

11. Типы старта проекта: теплый и холодный. Приведите примеры.

12. Позиционирование проекта. Мотивы для поддержки. Проанализируйте на примере проекта.

13. Аудитория проекта. Проанализируйте на примере проекта.

14.Работа со СМИ и лидерами мнений, их виды. Проанализируйте на примере проекта.

15. Создание базы контактов для продвижения проекта.

Проанализируйте базу.

16. Напишите пресс-релиз для проекта.

17. Отправка пресс-релиза и последующее общение с журналистами и блогерами.

18. Продвижение в социальных сетях (SMM). Предложите план.

19. Сроки перечисления средств автору.

20. Коммуникация с акционерами по итогам кампании.

21. Особенности и перспективы краудфандинга в России.

22. Диаграмма сходимости мнений.

23. Практическое значение краудфандинга как способа привлечения инвестиций.

24. Из каких источников преимущественно получают ресурсы на реализацию своих благотворительных проектов и программ?

25. Какие методики применяются, прежде чем остановиться на конкретном методе привлечения средств.

**Задания 3 типа**

*1.* Если бы вы лично были не сотрудником/волонтером, а донором собственной организации — каким способом вы предпочли бы совершить пожертвование, через какой механизм передать его и в каком виде получить благодарность? Каким способом точно и с удовольствием совершил(а) бы пожертвование. Через какой механизм передал(а) бы средства. В каком виде предпочел/предпочла бы получить благодарность?

*2.* В наше время большинство организаций имеет и представительство в интернете, и живую работу в физическом окружении. В работе с частными пожертвованиями организации также сочетают интернет и жизнь — и пропорции этого сочетания у всех разные. Ваша работа с частными пожертвованиями сейчас в основном происходит/в ближайшее время будет происходить (выберите один вариант): Больше в физическом окружении, чем в интернете/социальных сетях. В равной мере и в интернете/социальных сетях, и в физическом окружении. Больше в интернете/социальных сетях, чем в физическом окружении.

*3.* Пожалуй, не стоит объяснять, зачем НКО, занимающейся привлечением частных пожертвований, юридически правильно оформлять эту деятельность. Насколько грамотно, как вам кажется, сейчас оформляются в вашей НКО привлеченные частные пожертвования? Выберите один ответ: Не привлекаем частные пожертвования. Оформляются отлично. Мы уверены, что с точки зрения юридических и бухгалтерских требований у нас все идеально. Оформляются хорошо. В основном юридические и бухгалтерские требования выполняются, но могут быть отдельные недочеты. Оформляются неважно. Выполняются отдельные юридические и бухгалтерские требования, но в целом есть над чем поработать.

Практически не оформляются. Сейчас юридические и бухгалтерские требования выполняются очень слабо.

*4.* Как вы считаете, какие ловушки подстерегают тех, кто начинает работать с частными пожертвованиями? Какие распространенные ошибки вы знаете? Какие советы можете дать себе и коллегам?

*5.* Кто является в основном фандрайзером в организациях? Выберите из предложенного: Руководитель Все понемногу Директор по развитию Фандрайзер Фандрайзинговый отдел Другое (укажите, кто именно).

*6.* Опишите содержание формы досье на донора/спонсора.

*7.* Правила, которые облегчают жертвователю принятие решения и его выполнение

*8.* Технология планирования и проведения краудфандинговой компании. Алгоритм планирования и проведения краудфандинговой компании.

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Продвижение NFT и работа с метавселенными»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

**Содержание**

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ ..... **3**

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ..... **3**

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ..... **5**

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... **6**

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..... **6**

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... **13**

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ. ..... **14**

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Продвижение NFT и работа с метавселенными» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 № 512.

Дисциплина «Продвижение NFT и работа с метавселенными» закладывает основы для понимания, что такое метавселенная, принцип ее функционирования, основные метавселенные в мире и в России и почему данное направление активно развивается. Также студенты изучат особенности продвижения криптоискусства с помощью социальных сетей, маркетплейсов, личных блогов художников. Дополнительно, будет рассмотрена тема священная ценообразованию и месту метавселенных в современном арт-мире.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1.

Дисциплина изучается на 2 курсе во 4 семестре.

**Цель и задачи дисциплины**

***Цель изучения дисциплины*** – формирование у обучающихся необходимых компетенций для успешного продвижения NFT-проектов.

***Задачи:***

- изучить принцип работы метавселенных;
- изучить основные метавселенные в России и в мире;
- сформировать знания об интеграции работ художников в метагалереях;
- изучить основные понятия, связанные с продвижением криптохудожников на мировом арт-рынке;
- изучить самые крупные продажи криптоискусства и проанализировать PR-стратегию художника.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенции** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **знать** | **уметь** | **иметь практический опыт** | |
| Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций | ПК-2 | ПК 2.3 Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта | Понятия «метагалерея», «метавселенная», принцип работы метавселенной, алгоритм интеграции произведений искусства в различные метавселенные, | Создавать NFT-копии произведений искусства, анализировать продажи в сфере криптоискусства, создавать стратегию продвижения криптохудожников | Составления стратегии продвижения и воронки продаж криптохудожников, анализировать криптоарт-рынок, создавать описание произведения искусства, оценивать его актуальность на мировом криптоарт-рынке | Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа |

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ/ балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической | | |
| *Очная форма* | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1. Криптовалюта и криптокошельки* | 4 | 3 | | | | | | | | 12 | Доклад-презентация и дискуссия/25 |
| *Тема 2. Основные каналы продаж криптоарта* | 3 | 4 | | | | | | | | 12 | Доклад-презентация и дискуссия/25 |
| *Тема 3. Понятие метавселенная, принцип ее работы* | 3 | 3 | | | | | | | | 11 | Доклад-презентация и дискуссия/25 |
| *Тема 4. Метагалереи* | 3 | 3 | | | | | | | | 11 | Доклад-презентация и дискуссия/25 |
| **Всего, час** | **13** | **13** | | | | | | | | **46** | **100** |
| **Контроль, час** | **-** | | | | | | | | | | **Зачет** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **72** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **2** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Криптовалюта и криптокошельки***

Виды криптовалют, история создания криптовалют. Майнинг. Криптобиржи. Основные котировки криптобирж. Типы криптокошельков. Активация криптокошелька. Интеграция криптокошелька в криптомаркетплейс.

***Тема 2. Основные каналы продаж криптоарта***

Создание PR-стратегии художника, построение воронки продаж, анализ топовых продаж на примере Beeple, Pak. Социальные сети как основной канал продаж криптоискусства.

***Тема 3. Понятие метавселенная, принцип ее работы***

Понятие метавселенная, история создания, принцип работы, принцип «входа». Российские и зарубежные метавселенные. Бренды, которые появились в метамире. Продажи в метавселенных.

***Тема 4. Метагалереи***

Понятие метагалерея. Криптогалереи и метагалереи. Создание метаэкпозиции. Продажи в метагалереях. Перспективы развития и тренды. Галереи, которые перешли в метаформат.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, семинары, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

***Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера с представлением изобразительного материала в презентации.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в

ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

***Методические указания для обучающихся при работе на семинаре***

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов в группе студентов.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

В задачи студента при выполнении самостоятельной работы входит работа с конспектом лекции (обработка текста); повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио- и видеозаписей), составление библиографии, составление плана и тезисов ответа, изучение дополнительных тем занятий, учебно-исследовательская работа, выполнение домашних заданий, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета, изучение изобразительного материала, в т.ч. оригинальных работ, проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности.

*Работа с литературой (конспектирование)*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

***Методические указания для обучающихся по подготовке доклада-презентации***

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию.

Последовательность подготовки презентации в программе Microsoft PowerPoint:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.

2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).

3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.

4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.

5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.

6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).

7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

- готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего;
- план сообщения;
- краткие выводы из всего сказанного;
- список использованных источников.

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить

диспут.

Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);
- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

*Структура выступления.*

Вступление должно содержать:

- название, сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- живую интересную форму изложения;
- акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

Методические указания для обучающихся по подготовке публичного выступления

Публичное выступление – это способность, умение говорить красиво, убедительно. Искусная речь, построенная на ораторских приемах - это высокая степень мастерства публичного выступления.

Тему выступления надо выбирать тщательно, лучше остановиться на том, что хорошо знакомо и интересно лично. Сформулировать основной тезис выступления, т.е. ответить на вопрос, зачем говорить (цель) и о чем говорить (средства достижения цели).

Необходимо решить: описывать ли предмет, разъяснять что-либо о предмете, оспаривать ли некую точку зрения или излагать новую версию.

Определить тональность выступления: мажорная; шутливая; упрекающая; просительная; торжественная; предостерегающая.

Оценить предполагаемую аудиторию: возраст, уровень заинтересованности в вашей теме, уровень осведомленности и т.д.

Этапы работы:

• подбор материалов, включающий яркие примеры «из жизни», из истории и литературы, которые будете использовать в выступлении;

• анализ проблемы, ситуации;

• формирование собственной позиции к проблеме;

• композиционно-логическое оформление речи;
• аргументация выводов;
• работа над языком и стилем выступления;
• репетиция выступления.

Структура выступления:

1. Вступление — 10-15% от общего времени доклада;
2. Основная часть — 60-65%;
3. Заключение — 20-30%.

Вступление — важная часть, так как более всего запоминается слушателям. Оно включает: объяснение цели, название доклада и расшифровку подзаголовка с целью чёткого определения стержневой идеи выступления.

Основная часть — всестороннее обоснование главной идеи.

Некоторые варианты системного построения аргументации:

• проблемное изложение (выявление и анализ противоречий, путей их разрешения);
• хронологическое изложение;
• изложение от причин к следствиям (от частного к общему);
• индуктивное изложение (от общего к частному).

Рассматриваются различные аспекты, способствующие лучшему осмыслению слушателями идеи.

Предмет выступления должен раскрываться конкретно и стройно. Должно быть подобрано как можно больше фактологических материалов и необходимых примеров.

Цифровые данные лучше демонстрировать посредством таблиц и графиков, а не злоупотреблять их зачитыванием.

Не надо пытаться «втиснуть» слишком много материала в ограниченное время.

Заключение — формулирование выводов, которые следуют из главной цели и основной идеи выступления. Закончить выступление можно решительным (эмоциональным) заявлением, подводящим итог выступлению.

***Методические указания для обучающихся по подготовке и участию в дискуссии***

Дискуссия - это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся, обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами.

Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми.

К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная

очередность.

Групповая дискуссия. Для проведения такой дискуссии все обучающиеся, присутствующие на практическом занятии, разбиваются на небольшие подгруппы, которые обсуждают те или иные вопросы, входящие в тему занятия.

Обсуждение может организовываться двояко: либо все подгруппы анализируют один и тот же вопрос, либо какая-то крупная тема разбивается на отдельные задания.

Для проведения дискуссии необходимо:

1. Выбрать тему дискуссии, ее может предложить, как преподаватель, так и студенты.
2. Выделить проблематику. Обозначить основные спорные вопросы.
3. Рассмотреть, исторические и современные подходы по выбранной теме.
4. Подобрать литературу.
5. Выписать тезисы.
6. Проанализировать материал и определить свою точку зрения по данной проблематике.

### *Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины*

| **Наименование темы** | **Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение** | **Формы самостоятельной работы** | **Форма текущего контроля** |
|---|---|---|---|
| *Криптовалюта и криптокошельки* | Основная криптовалюта для продаж NFT. Аналитика стоимости «газа» для активации криптокошелька. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка доклада-презентации, подготовка к дискуссии | доклад-презентация и дискуссия |
| *Основные каналы продаж криптоарта* | Телеграм каналы- как основной канал продаж и продвижения криптохудожника. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка доклада-презентации, подготовка к дискуссии | доклад-презентация и дискуссия |
| *Понятие метавселенная, принцип ее работы* | Первая российская метавселенная, презентация | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка доклада-презентации, подготовка к дискуссии | доклад-презентация и дискуссия |
| *Метагалереи* | Галерея Омельченко в метавселенной, тенденции перехода классических галерей в метаформат | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка доклада-презентации, подготовка к дискуссии | доклад-презентация и дискуссия |

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1. Ерохин, С. В. Эстетика цифрового изобразительного искусства / С. В. Ерохин. – Санкт-Петербург : Алетейя, 2010. – 431 с. – (Цифровое искусство). – https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература:***

1. Буликов, С. Н. Технология блокчейн в финансировании проектов: учебник-презентация : [16+] / С. Н. Буликов, А. А. Киселев, В. Д. Сухов. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 114 с. : ил., табл. – https://www.iprbookshop.ru

**2.** Максуров, А. А. Блокчейн, криптовалюта, майнинг: понятие и правовое регулирование / А. А. Максуров. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°,2022. – 212 с. – (Научные издания). – https://www.iprbookshop.ru

3. Кондакова, Ю. В. PR-технологии. Арт-пиар : учебное пособие / Ю. В. Кондакова ; Уральский государственный архитектурно-художественный университет (УрГАХУ). – Екатеринбург : Архитектон, 2016. – 95 с. – https://www.iprbookshop.ru

### 6.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № | Наименование портала (издания, курса, документа) | Ссылка |
|---|---|---|
| 1. | Сайт по истории изобразительного искусства | http://www.arthistory.ru/ |
| 2. | Университетская информационная система РОССИЯ. | http://www.uisrussia.msu.ru |
| 3. | Проект «Полпред». | http://www.polpred.com |
| 4. | Ярмарка современного искусства | https://artrussiafair.com/ |
| 5. | ARTinvestment.RU — интернет-проект, посвященный рынку русского искусства. Сайт ARTinvestment.RU адресован коллекционерам и профессиональным участникам рынка, в первую очередь галереям, инвесторам и аналитикам. | https://artinvestment.ru/about/ |
| 6. | Архитектура России: | http://www.archi.ru |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации,**

**подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации

http://pravo.gov.ru.

- Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)
- Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.

### *7.1 Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины*

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1 | Доклад-презентация и дискуссия | *Оценка за участие в семинаре состоит из оценки за доклад:*<br>25-16 – доклад выполнен в соответствии с требованиями, 10 правильно оформленных слайдов презентации, грамотное использование терминологии, свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик правильные ответил на все вопросы преподавателя и обучающихся, активное участие в дискуссии.<br>15-11– доклад выполнен в основном соответствии с требованиями,10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации, грамотное использование экономической терминологии, в основном свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик частично правильно ответил на все вопросы преподавателя и обучающихся, активное участие в дискуссии.<br>10-6 – доклад выполнен в основном в соответствии с требованиями,10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации, докладчик был привязан к тексту, докладчик испытывал затруднения при ответе на вопросы преподавателя и обучающихся, не активное участие в дискусии.<br>5-0– доклад выполнен не в соответствии с требованиями, не совсем правильно оформленных слайдов презентации, докладчик был привязан к тексту, докладчик не смог ответить на вопросы преподавателя и обучающихся, нет участия в дискуссии. |

### *Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости*

***Примерные темы докладов-презентаций и дискуссий:***

1. История успеха художника Beeple
2. История продажи работы «Каждый день: первые 5000 дней».
3. История успеха художника Pak.
4. Особенности работ художника Pak.

5. Взаимодействие криптохудожников с аукционными домами.
6. Преимущества продажи криптоискусства для аукционных домой.
7. Анализ рынка криптоискусства.
8. Российские криптохудожники.
9. Становление российского рынка криптоискусства.
10. Особенности продаж искусства на платформе Binance NFT.
11. Особенности продвижения искусства на платформе Opensea.
12. История успеха художника Джастин Блау.
13. История успеха художника Mad Dog Jones.
14. История успеха Larva Labs.
15. История успеха Cool Cats.

### *7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации*

Промежуточная аттестация по дисциплине «Продвижение NFT и работа с метавселенными» проводится в форме зачета.

| **Процедура оценивания** | **Шкала и критерии оценки, балл** |
|---|---|
| Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя.<br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающегося принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>Задания №3 – задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале:<br>Задание 1: 0-30 баллов<br>Задание 2: 0-30 баллов<br>Задание 3: 0-40 баллов<br>**«Зачтено»**<br>– **90-100** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>– **70 -89** – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения заданий правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>– **50 - 69** – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задание решено частично.<br>**«Не зачтено»**<br>– **менее 50** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены. |

### *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

***Задания 1-го типа:***

1. Понятие метавселенной в контексте истории искусства и арт-бизнеса.

2. Способы формирования полноцветных изображений при работе с компьютерной графикой.

3. Основные способы продвижения криптохудожников.
4. Самые известные метавселенные в России и история их создания.
5. Самые известные зарубежные метавселенные.
6. Художники и метавселенные.
7. Арт-дилеры и метавселенные.
8. Продвижение и продажи криптоискусства.
9. Основные этапы формирования криптоарт-рынка в России.
10. Основные этапы формирования европейского криптоарт-рынка.
11. Основные этапы формирования американского криптоарт-рынка.
12. Основные этапы формирования азиатского криптоарт-рынка.
13. Прогнозы развития криптоискусства в будущем.
14. Барьеры в продвижении и продаже криптоискусства.
15. Возможные проблемы в формировании метагалерей и их решения.
16. Роль куратора в продвижении криптоискусства
17. Понятие «музей» в метавселенной и его коллекции
18. Отношения художник-коллекционер в контексте метавселенных
19. Основные pr-мероприятия в сфере криптоискусства.
20. Топ-10 NFT-художников и их показатели продажи.
21. Ярмарки современного искусства и процесс их диджитализации.
22. Возможности NFT в киномотографе и других экранных искусствах: film-art.
23. Возможности NFT в киномотографе и других экранных искусствах: video-art.
24. Возможности NFT в киномотографе и других экранных искусствах: media-art.
25. Опасности nft-рынка.

***Задание 2-го типа:***

1. Сравните стратегию продвижения живописи и криптоискусства на арт-рынке на примере творчества Дэмиена Хёрста.
2. Как соотносятся между собой художник и дизайнер в контексте криптоискусства. Обоснуйте свой ответ.
3. Как выбрать pr-стратегию для продвижения криптохудожника? Обоснуйте свой ответ.
4. Какие вида искусства не подходят для существования в метавселенных? Обоснуйте ответ
5. Какие виды искусства могут существовать только в цифровом формате? Обоснуйте ответ
6. Что является главным критерием в продвижении криптохудожников? Обоснуйте ответ.
7. Какие на сегодняшний день существуют тренды цифрового искусства, и кто их задаёт? Обоснуйте ответ.
8. Влияет ли цвет, который используют криптохудожники на

продажи их произведений? Обоснуйте ответ.

9. Какие каналы продвижения криптоискуства существуют? Приведите примеры.

10. По каким принципам составляется коллекция криптоискусства? Обоснуйте ответ.

11. Приведите примеры криптопроектов.

12. Проведите анализ продвижения любого NFT-проекта.

13. Приведите примеры pr-мероприятия в сфере криптоискусства.

14. Проведите анализ Топ-5 NFT-художников и их показателей продаж.

15. Приведите примеры диджитализации ярмарок современного искусства.

16.Проведите анализ использования NFT в киномотографе и других экранных искусствах: film-art.

17. Проведите анализ использования NFT в киномотографе и других экранных искусствах: video-art.

18. Проведите анализ использования NFT в киномотографе и других экранных искусствах: media-art.

19. Приведите примеры провальных NFT-проектов.

20. Приведите примеры рекламы в криптоискусстве.

21. Приведите примеры NFT-платформ.

22. Дайте обоснование необходимости использования NFT в рекламе.

23. Порассуждайте, зачем нужен NFT.

24. Выявите негативные стороны NFT.

25. Выявите преимущества NFT.

***Задания 3-го типа:***

**Задание №1.**

Подберете стратегию продвижения для художника, который работает в технике масляной живописи и хочет создавать NFT-токены своих произведений.

**Задание №2.**

Разработайте идею онлайн-платформы, на которой будут представлены работы мастеров эпохи Возрождения. Подберите 3-х художников этой эпохи, которые концептуально могут быть представлены вместе на онлайн-платформе.

**Задание №3.**

Составьте список из 10 возможных партнеров по продвижению NFT-художника, составьте текст письма с коммерческим предложением для каждого партнера.

**Задание №4.**

Напишите сценарий для промо-ролика по продвижения NFT-художника на ресурсе YouTube.ru

**Задание №5.**

Разработайте пакет документов для художников (CV, портфолио, artist statement), которые планируют участвовать в групповом проекте метагалереи.

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Разработка и управление креативным проектом»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

## Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ ..... **3**

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ..... **3**

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ..... **6**

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... **7**

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..... **7**

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... **14**

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ. ..... **16**

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Разработка и управление креативным проектом» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 № 512.

Дисциплина «Разработка и управление креативным проектом» закладывает основы для понимания, что такое креативный проект, какие особенности создания креативных проектов существуют, как правильно подбирать и организовывать работу. В данной дисциплине будет рассмотрена возможность создания креативных проектов в метавселенных, реализация NFT и проектов связанных с блокчейнами. Дополнительно будет рассмотрена стратегия продвижения проектов в криптомире и его взаимосвязь с «физическим» миром.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 семестре.

**Цель и задачи дисциплины**

***Цель изучения дисциплины*** – формирование у обучающихся необходимых компетенций для успешного освоения образовательной программы.

***Задачи:***

- изучить структуру креативного проекта
- изучить особенности создания команды креативного проекта
- научить составлять стратегию и дорожную карту проекта
- изучить особенность создания проектов в системе блокчейн
- научить интегрировать в креативные проекты искусственный интеллект для повышения монетизации

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенции** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | знать | уметь | иметь практический опыт | |
| Способен проводить подбор каналов продвижения, составлять стратегию продвижения и разрабатывать систему показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | ПК-4 | ПК 4.1<br><br>Проводит аналитические работы по выбору канала продвижения и реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | основы анализа каналов продвижения для реализации стратегии диджитал-продвижения | анализировать каналы диджитал-продвижения в креативных проектах | анализа канало продвижения в креативных проектах | Контактная работа:<br>Лекции<br>Практические занятия<br>Самостоятельная работа |
| | | ПК 4.2<br>Разрабатывает стратегию продвижения рекламной и PR кампании в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | специфику создания креативных проектов, понятия блокчейн, NFT, токенизация произведений искусства, различные криптокошельки и правила работы с ними. | создавать команду и привлекать внешних специалистов для реализации проекта, делегировать задачи и оптимизировать работу команды, интегрировать искусственный интеллект в работу креативного проекта | в создании стратегии креативного проекта, создании дорожной карты, применять полученные знания в работе с метавселенными и системой блокчейн | Контактная работа:<br>Лекции<br>Практические занятия<br>Самостоятельная работа |
| Способен разрабатывать, реализовывать и продвигать индивидуальный и (или) коллективный проект в информационно- | ПК-5 | ПК 5.2<br>Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связи с общественностью | специфику создания креативных проектов, понятия блокчейн, NFT, токенизация произведений | создавать команду и привлекать внешних специалистов для реализации проекта, делегировать задачи и | в создании стратегии креативного проекта, создании дорожной карты, применять полученные | Контактная работа:<br>Лекции<br>Практические занятия<br>Самостоятельная работа |

| Результаты освоения ООП (содержание компетенций) | Код компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине | | | Формы образовательной деятельности |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | знать | уметь | иметь практический опыт | |
| телекоммуникационной сети "Интернет", анализировать результаты работы по реализации проекта | | и применяет их при разработке индивидуальных и (или) коллективных проект в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | искусства, различные криптокошельки и правила работы с ними. | оптимизировать работу команды, интегрировать искусственный интеллект в работу креативного проекта | знания в работе с метавселенными и системой блокчейн | |

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ/ балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической | | |
| *Очная форма* | | | | | | | | | | | |
| *Креативный проект и его специфика* | 4 | 10 | | | | | | | | 4 | Доклад-презентация и дискуссия/25 |
| *Виды креативных проектов в метавселенных* | 5 | 10 | | | | | | | | 4 | Доклад-презентация и дискуссия/25 |
| *Интеграция нейросети в креативные проекты* | 5 | 10 | | | | | | | | 4 | Доклад-презентация и дискуссия/25 |
| *Продвижение креативных проектов* | 5 | 8 | | | | | | | | 3 | Доклад-презентация и дискуссия/25 |
| **Всего, час** | **19** | **38** | | | | | | | | **15** | **100** |
| **Контроль, час** | **0** | | | | | | | | | | **Зачет** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **72** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **2** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Креативный проект и его специфика.***

Создание креативного проекта, основная идея, стратегия и дорожная карта. Организация работы команды, распределение задач внутри команды, привлечение внешних сотрудников, оптимизация работы, делегирование задач, система оценки качества работы.

***Тема 2. Виды креативных проектов в метавселенных.***

Бренды, которые появляются в метавселенных, особенности перехода из «физического мира». Метагалереи, метамузеи, креативный кластер в метавселенных, роль креативных проектов в развитии метавселенных.

***Тема 3. Интеграция нейросети в креативные проекты.***

Возможности нейросети в рамках креативных проектов. Типы нейросетей. Пример успешной интеграции нейросети в креативный проект. Основные сложности при работе с нейросетью. Нейросеть и блокчейн. Создание коллекций на основе нейросети.

***Тема 4. Продвижение креативных проектов.***

Использование социальных сетей для продвижения креативных проектов. Формирование лояльного отношения у потребителя. Работа с блогерами и «лидерами мнения» для продвижения проекта. Механизмы продвижения проекта в метавселенных.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, семинары, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

***Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера с представлением изобразительного материала в презентации.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные

выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

***Методические указания для обучающихся при работе на семинаре***

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов в группе студентов.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

***Методические указания для обучающихся по организации***

***самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

В задачи студента при выполнении самостоятельной работы входит работа с конспектом лекции (обработка текста); повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио- и видеозаписей), составление библиографии, составление плана и тезисов ответа, изучение дополнительных тем занятий, учебно-исследовательская работа, выполнение домашних заданий, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета, изучение изобразительного материала, в т.ч. оригинальных работ, проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности.

*Работа с литературой (конспектирование)*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

***Методические указания для обучающихся по подготовке доклада-***

***презентации***

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию.

Последовательность подготовки презентации в программе Microsoft PowerPoint:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.

2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).

3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.

4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.

5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.

6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).

7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

- готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего;
- план сообщения;
- краткие выводы из всего сказанного;
- список использованных источников.

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные

вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);
- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

*Структура выступления.*

Вступление должно содержать:

- название, сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- живую интересную форму изложения;
- акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

Методические указания для обучающихся по подготовке публичного выступления

Публичное выступление – это способность, умение говорить красиво, убедительно. Искусная речь, построенная на ораторских приемах - это высокая степень мастерства публичного выступления.

Тему выступления надо выбирать тщательно, лучше остановиться на том, что хорошо знакомо и интересно лично. Сформулировать основной тезис выступления, т.е. ответить на вопрос, зачем говорить (цель) и о чем говорить (средства достижения цели).

Необходимо решить: описывать ли предмет, разъяснять что-либо о предмете, оспаривать ли некую точку зрения или излагать новую версию.

Определить тональность выступления: мажорная; шутливая; упрекающая; просительная; торжественная; предостерегающая.

Оценить предполагаемую аудиторию: возраст, уровень заинтересованности в вашей теме, уровень осведомленности и т.д.

Этапы работы:

• подбор материалов, включающий яркие примеры «из жизни», из истории и литературы, которые будете использовать в выступлении;

• анализ проблемы, ситуации;

• формирование собственной позиции к проблеме;
• композиционно-логическое оформление речи;
• аргументация выводов;
• работа над языком и стилем выступления;
• репетиция выступления.

Структура выступления:

1. Вступление — 10-15% от общего времени доклада;
2. Основная часть — 60-65%;
3. Заключение — 20-30%.

Вступление — важная часть, так как более всего запоминается слушателям. Оно включает: объяснение цели, название доклада и расшифровку подзаголовка с целью чёткого определения стержневой идеи выступления.

Основная часть — всестороннее обоснование главной идеи.

Некоторые варианты системного построения аргументации:

• проблемное изложение (выявление и анализ противоречий, путей их разрешения);
• хронологическое изложение;
• изложение от причин к следствиям (от частного к общему);
• индуктивное изложение (от общего к частному).

Рассматриваются различные аспекты, способствующие лучшему осмыслению слушателями идеи.

Предмет выступления должен раскрываться конкретно и стройно. Должно быть подобрано как можно больше фактологических материалов и необходимых примеров.

Цифровые данные лучше демонстрировать посредством таблиц и графиков, а не злоупотреблять их зачитыванием.

Не надо пытаться «втиснуть» слишком много материала в ограниченное время.

Заключение — формулирование выводов, которые следуют из главной цели и основной идеи выступления. Закончить выступление можно решительным (эмоциональным) заявлением, подводящим итог выступлению.

***Методические указания для обучающихся по подготовке и участию в дискуссии***

Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся, обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами.

Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми.

К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего

поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность.

Групповая дискуссия. Для проведения такой дискуссии все обучающиеся, присутствующие на практическом занятии, разбиваются на небольшие подгруппы, которые обсуждают те или иные вопросы, входящие в тему занятия.

Обсуждение может организовываться двояко: либо все подгруппы анализируют один и тот же вопрос, либо какая-то крупная тема разбивается на отдельные задания.

Для проведения дискуссии необходимо:

1. Выбрать тему дискуссии, ее может предложить, как преподаватель, так и студенты.

2. Выделить проблематику. Обозначить основные спорные вопросы.

3. Рассмотреть, исторические и современные подходы по выбранной теме.

4. Подобрать литературу.

5. Выписать тезисы.

6. Проанализировать материал и определить свою точку зрения по данной проблематике.

### *Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины*

| **Наименование темы** | **Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение** | **Формы самостоятельной работы** | **Форма текущего контроля** |
|---|---|---|---|
| *Креативный проект и его специфика* | Типы креативных проектов, Студия Артемия Лебедева, метавселенныая Decentraland | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка доклада-презентации, подготовка к дискуссии | доклад-презентация и дискуссия |
| *Виды креативных проектов в метавселенных* | Проекты «Roblox», «Fortnite», «DecentraLand» | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка доклада-презентации, подготовка к дискуссии | доклад-презентация и дискуссия |
| *Интеграция нейросети в креативные проекты* | Рассмотреть пример интеграции нейросети в проекты: Albert, Publicis COSMO, LoopMe | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка доклада-презентации, подготовка к дискуссии | доклад-презентация и дискуссия |
| *Продвижение креативных проектов* | Основные телеграм-каналы для продвижения креативных проектов. Популяризация креативных проектов в | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка доклада-презентации, подготовка к дискуссии | доклад-презентация и дискуссия |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоятельной работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| | России, стратегия PR | | |

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1. Управление проектами : учебник и практикум для вузов / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общей редакцией Е. М. Роговой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00436-6. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература:***

1. Сурова, Н. Ю. Искусственный интеллект / Н. Ю. Сурова, М. Е. Косов. – Москва : Юнити-Дана, 2021. – 408 с. : ил., табл., схем. – https://www.iprbookshop.ru

2. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Н. Лаврентьев [и др.] ; под редакцией А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 208 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11512-3. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

### 6.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № | Наименование ресурса | Ссылка |
|---|---|---|
| 1. | Сайт по истории изобразительного искусства | http://www.arthistory.ru/ |
| 2. | Университетская информационная система РОССИЯ. | http://www.uisrussia.msu.ru |
| 3. | Проект «Полпред». | http://www.polpred.com |
| 4. | Ярмарка современного искусства | https://artrussiafair.com/ |
| 5. | ARTinvestment.RU — интернет-проект, посвященный рынку русского искусства. Сайт ARTinvestment.RU адресован коллекционерам и профессиональным участникам рынка, в первую очередь галереям, инвесторам и аналитикам. | https://artinvestment.ru/about/ |
| 6. | Архитектура России: | http://www.archi.ru |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

• Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

• Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

• Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

• Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)

• Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.

### *7.1 Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины*

| № п/п | Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 2. | Доклад-презентация и дискуссия | 25-10 – доклад выполнен в соответствии с требованиями, 10 правильно оформленных слайдов презентации, грамотное использование терминологии, свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик правильные ответил на все вопросы преподавателя и обучающихся, активное участие в дискуссии.<br>9-7– доклад выполнен в основном соответствии с требованиями,10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации, грамотное использование терминологии, в основном свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик частично правильно ответил на все вопросы преподавателя и обучающихся.<br>6-3 – доклад выполнен в основном в соответствии с требованиями,10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации, докладчик был привязан к тексту, докладчик испытывал затруднения при ответе на вопросы преподавателя и обучающихся.<br>2-1– доклад выполнен не в соответствии с требованиями, не совсем правильно оформленных слайдов презентации,<br>0 докладчик был привязан к тексту, докладчик не смог ответить на вопросы преподавателя и обучающихся. |

***Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости***

***<u>Примерные темы докладов-презентаций и дискуссий:</u>***

1. Основные этапы управления проектами.
2. Виды планирования проектной деятельности.
3.Жизненный цикл проекта.
4. Ранжирование ресурсов проекта.
5. Стратегия управления ресурсами проекта.
6. Основные проблемы при создании креативного проекта
7. Поиск идеи для создания креативного проекта
8. Интеграционный подход в управлении проектами.
9. Основные направления автоматизации в креативном проекте.
10. Разработка проектной документации
11. Детальное планирование и документирование плана проекта в сфере искусства.

### *7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации*

Промежуточная аттестация по дисциплине «Разработка и управления креативным проектом» проводится в форме зачета.

| **Процедура оценивания** | **Шкала и критерии оценки, балл** |
|---|---|
| Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя.<br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающегося принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>Задания №3 – задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале:<br>Задание 1: 0-30 баллов<br>Задание 2: 0-30 баллов<br>Задание 3: 0-40 баллов<br>«Зачтено»<br>– 90-100 – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>– 70 -89 – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения заданий правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>– 50 - 69 – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задание решено частично.<br>«Не зачтено»<br>– менее 50 – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены. |

### *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

***Задания 1-го типа***

1.Понятие креативный проект.
2. Структура креативного проекта.
3. Постановка цели в креативном проекте.
4. Создание креативного проекта, основная идея, стратегия и

дорожная карта.

5.Организация работы команды.

6. Распределение задач внутри команды,

7.Привлечение внешних сотрудников,

8. Делегирование задач в креативном проекте.

9. Типы искусственного интеллекта и нейросетей.

10. Оптимизация работы команды креативного проекта.

11. Оценка качества работы в креативном проекте.

12. Результаты работы креативного проекта.

13. Креативные проекты в криптоискусстве.

14. Креативные проекты по созданию NFT-работ.

15. Креативные проекты, направленные на переход классического искусства в формат криптоарта.

16. Участники креативного проекта: подбор команды

17. Арт-дирекшн в креативном проекте

18. Метрики в креативном проекте.

19.Бренды, которые появляются в метавселенных, особенности перехода из «физического мира».

20. Метагалереи, метамузеи, креативный кластер в метавселенных.

21. Роль креативных проектов в развитии метавселенных.

22. Возможности нейросети в рамках креативных проектов.

23. Использование социальных сетей для продвижения креативных проектов.

24. Формирование лояльного отношения у потребителя.

25. Работа с блогерами и «лидерами мнения» для продвижения проекта.

***Задание 2-го типа***

1. Как соотносятся между собой понятия «проект» и «управление проектами». Обоснуйте ответ.

2. Опишите основные методологии управления проектами. Обоснуйте ответ.

3. Опишите основные стандарты управления проектами. Обоснуйте ответ.

4. Что относится к понятиям внешняя и внутренняя среда проекта. Обоснуйте ответ.

5. Опишите механизм интеграции креативного проекта в систему блокчейн. Опишите последовательность действие и обоснуйте ее.

6. Системный подход к управлению проектами.

7. Как соотносятся между собой понятия цели и задачи проекта. Обоснуйте ответ.

8. Опишите основные требования к креативным проектам для успешной интеграции его в систему блокчейн.

9. Перечислите основных участников креативного проекта. Опишите

их задачи.

10. Как соотносятся между собой понятия стратегия и дорожная карта проекта. Обоснуйте ответ.

11. Приведите примеры типов нейросетей.

12. Пример успешной интеграции нейросети в креативный проект.

13. Проанализируйте основные сложности при работе с нейросетью.

14. Как взаимосвязаны нейросеть и блокчейн.

15. Приведите примеры создания коллекций на основе нейросети.

16. Приведите примеры механизмов продвижения проекта в метавселенных.

17. Приведите примеры креативных проектов в метавселенных.

18. Порассуждайте о будущем метавселенных.

19. Как соотносятся метавселенные и сфера рекламы.

20.Приведите примеры использования нейросетей в рекламе.

21. Приведите примеры использования нейросетей в PR.

22. В чем опасность использования нейросетей в креативных проектах.

23. Приведите примеры успешного использования нейросетей в креативных проектах.

24. Приведите примеры провального использования нейросетей в креативных проектах.

25. Зачем нужны нейросети креативщику.

***Задания 3-го типа***

1. Составьте список команды креативного проекта по созданию коллекции NFT-работ современного художника.

2. Распишите задачи каждого участника креативного проекта по созданию коллекции NFT-работ современного художника.

3. Составьте стратегию продвижения креативного проекта по созданию коллекции NFT-работ современного художника.

4. Составьте смету для креативного проекта, который направлен на создание коллекции NFT-работ современного художника.

5. Составьте дорожную карту для креативного проекта, который направлен на создание коллекции NFT-работ современного художника.

6. В соответствии со спецификой работы креативного проекта, подберите подходящий криптокошелек и подходящую криптовалюту.

7. Разработка стратегии продвижения креативного проекта по создаю коллекции NFT для дальнейшего представления ее на криптомаркетплейсе.

8. Разработка стратегии продвижения креативного проекта по созданию произведений digital art в формате NFT и дальнейшей их реализации на криптомаркетплейсах.

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Креативные технологии в рекламе и PR»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

# Содержание

1.АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ ..... 3

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ..... 4

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ..... 6

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 7

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 8

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 14

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ..... 16

# 1.АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Креативные технологии в рекламе PR» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 № 512.

Дисциплина «Креативные технологии в рекламе» рассматривает современную креативную рекламу как составляющую комплекса маркетинговых коммуникаций, являющегося неотъемлемой частью системы маркетинга. В дисциплине подробно рассматриваются понятия креативной концепции, рекламной идеи, релевантного коммерческого сообщения, креатив-брифа. Внимание уделяется различным креативным стратегиям и методикам разработки коммуникационных сообщений.

Основное содержание дисциплины направлено на формирование целостного, объемного представления обучающихся о креативной рекламе.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1, как дисциплина по выбору.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 4 семестре.

**Цель и задачи дисциплины**

***Целью*** изучения дисциплины «Креативные технологии в рекламе и PR» является изучение обучающимися основных аспектов творческой созидательной составляющей рекламной деятельности.

***Задачи дисциплины:***

– изучение теоретических основ креатива в рекламной деятельности;

– анализ стратегических и тактических действий, связанных с разработкой эффективных рекламных сообщений;

– знакомство с технологией производства рекламной продукции для различных средств и каналов распространения;

– рассмотрение вопросов тестирования креативных разработок и их защиты перед заказчиком.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **знать** | **уметь** | **иметь практический опыт** | |
| Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций | ПК-2 | ПК-2.1 использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в офлайн и онлайн среде при реализации коммуникационного продукта | виды и средства, формы и методы креативной коммуникаций в рыночной среде | выявлять закономерности и тенденции развития креативного процесса в современных условиях | самостоятельной, творческой работы для эффективной реализации креативного продукта | Контактная работа: Лекции, Практические занятия Самостоятельная работа |
| | | ПК-2.2. применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами | правовые и этические основы креативной рекламы | эффективно использовать коммуникационные инструменты в решении поставленной креативной задачи в организации мероприятий с различными группами | использования для решения креативных, творческих задач современные технологии и информационные технологии | |
| | | ПК-2.3. использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта | основные креативные методы и приемы создания коммуникационного продукта, текстов рекламы и связей с общественностью | использовать креативные методы и приемы при создании текстов рекламы и связей с общественностью, коммуникационных продуктов | создания креативных коммуникационных продуктов и текстов рекламы и связей с общественностью | |
| Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с | ПК-3 | ПК-3.1. осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с | основы теории рекламного творчества, современных креативных | производить и воспроизводить идеи, авторские | разработки творческих концепций в соответствии с | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа | | общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта | техник и технологий в рекламе | ходы и преобразовать их в творческий продукт | техническим (творческим) заданием для решениязадач по разработке коммуникационной стратегии | |
| | | ПК-3.2. контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала | контроль над методами и приемами активизации творческих идей при создании коммуникационного продукта в области рекламы и связей с общественностью | управлять основными этапами креативного процесса, применять на практике полученные теоретические знания | контролирует разработки творческих идей по брифу | |

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ/балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме | | |
| *Тема 1. Технологии креативного планирования.* | 3 | | 7 | | | | | | | 16 | Реферат/10<br>Отчет по практикуму / 15 |
| *Тема 2. Рекламные стратегии.* | 2 | | 7 | | | | | | | 16 | Эссе/10 |
| *Тема 3. Методики разработки рекламных сообщений.* | 2 | | 7 | | | | | | | 15 | Отчет по практикуму / 15 |
| *Тема 4. Текст в рекламе.* | 2 | | 6 | | | | | | | 15 | Отчет по практикуму / 15 |
| *Тема 5. Технологии производства рекламной продукции для различных средств (каналов) распространения.* | 2 | | 6 | | | | | | | 15 | Отчет по практикуму / 15 |
| *Тема 6. Организационно-правовые вопросы креативной рекламной деятельности.* | 2 | | 6 | | | | | | | 15 | Реферат/10<br>Тест/10 |
| **Всего:** | **13** | | **39** | | | | | | | **92** | **100** |
| **Контроль, час** | **0** | | | | | | | | | | **Зачет** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **144** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **4** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Технологии креативного планирования.***

Маркетинговая составляющая рекламного сообщения. Согласование креатива с маркетинговой задачей, стадией жизненного цикла товара и мотивами целевой аудитории.

Понятия брифа, креативной концепций, рекламной идеи, рекламного сообщения, релевантного коммерческого сообщения. Принципы формирования эффективного креатив-брифа.

Понятие креатива в рекламе. Уместность, оригинальность и впечатление креативной рекламы. Методика анализа взаимосогласованности стратегии и креатива. Креатив как особенность психологически эффективной рекламы.

Алгоритм поиска креативной концепции и рекламной идеи.

Определение рекламной проблемы. Анализ информации во вспомогательных источниках. Первичное исследование. Интерпретация данных.

***Тема 2. Рекламные стратегии.***

Товарные категории и рекламная стратегия. Стратегии рационального и эмоционального воздействия. Планирование рекламной стратегии: идентификация круга потребителей и конкурентов; отличия от других брендов; выбор типа стратегии на основании целей; формулирование стратегии. Рекламные стратегии VIPS и ROI.

Методы поиска креативной концепции и рекламной идеи. Подходы к формулированию основной идеи рекламного сообщения. Технологии мозгового штурма.

***Тема 3. Методики разработки рекламных сообщений.***

Элементы рекламных сообщений: сюжет, персонаж, слоган, текст, шрифт, цвет, макет, изображение, звуковое сопровождение. Драматургия рекламы.

Имя в рекламе. Функции имени, классификации имен. Имя дорогое и имя дешевое. Имя и антиимя. Приемы создания имени

Слоган в рекламе. Понятие слогана. Слоганы-продавцы, слоганы-фотомодели, слоганы - мыльные пузыри и слоганы-вампиры. Критерии слоганов-продавцов. Структура рабочего слогана. Методика экспертизы слогана.

***Тема 4. Текст в рекламе.***

Система отбора слов в рекламный текст. Структура рекламного текста: заголовок, основной рекламный текст (ОРТ), эхо-фраза. Методика написания заголовка-интриги. Система аргументов,

составляющих ОРТ. Требования к эхо-фразе. Образ в рекламе. Понятие визуального ряда. Образ-продавец и образ-фотомодель. Параметры рабочего образа. Приемы создания рекламного образа. Композиция в рекламе. Композиция как эффективное соразмещение текстовых и изобразительных составляющих рекламы. Композиция как методика привлечения и удержания зрительского внимания в визуальной рекламе (статичной и динамичной). Мастерство в рекламе. Использование знаков и символов. Игра. Юмор. Серийность в рекламе. Вовлечение в ситуативное время. Законы серийной рекламы. Типы рекламных серий, особенности их проектирования, достоинства и ограничения.

***Тема 5. Технологии производства рекламной продукции для различных средств (каналов) распространения.***

Коммуникативный дизайн рекламы. Функции дизайна. Основы дизайна: гештальт, баланс, контраст, гармония, пропорция, ритм. Выбор типа шрифта. Основные рекламные макеты. Производство печатной рекламы. Функции заголовков. Типы заголовков. Варианты написания основного рекламного текста. Создание эффективной телерекламы. Специфика телевизионной среды. Методики создания телерекламы. Сценарий телерекламы. Телевизионная терминология. Разработка рекламы для радио. Особенность рекламных текстов для радио. Подходы к разработке радиорекламы. Формат радиосценария. Интернет-сайты и баннерная реклама. Основы планирования Web-сайта: доменное имя, время загрузки, навигация. Интерактивный Web-сайт как инструмент двухстороннего общения: гостевая книга, анкеты, купоны, поисковая машина. Баннеры. Прямая почтовая реклама как инструмент персонифицированной коммуникации. Методики создания: предложение выгоды или обещания; персонифицированность; пространность доступность для восприятия; использование постскриптума; возможность установления обратной связи.

***Тема 6. Организационно-правовые вопросы креативной рекламной деятельности.***

Предварительное тестирование креативных разработок. Методика оценки рекламного сообщения и его стиля. Защита креативных разработок перед заказчиком. Подача материала. Основы эффективной презентации. Возможные ошибки. Рекламный креатив и вопросы правового регулирования в рекламной коммуникации. Защита интеллектуальной собственности в рекламе. Портфолио успешного креатора: принципы формирования, структура, особенности презентации.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплины «Креативные технологии в рекламе и PR» используются такие виды учебной работы, как лекции, практикумы по решению задач, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

***Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

***Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач***

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о порядке проведения

занятия, критериях оценки результатов работы;

- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

*Требования к оформлению результатов практикумов.*

При подготовке отчета: изложение материала должно идти в логической последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, правильное оформление рисунков.

*Порядок проведения практикума.*

1. Преподаватель разъясняет приёмы и методы решения на примере типовых задач по изучаемой теме (2-3 задачи).
2. Преподаватель даёт 2-3 задачи для самостоятельного решения.
3. Преподаватель контролирует решение задач обучающимися в индивидуальном порядке, подсказывает правильные пути решения.
4. По окончании практикума преподаватель подводит итоги, вскрывает типичные ошибки и отмечает отличившихся обучающихся, успешно решивших все задачи.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

*Работа с литературой*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

*Реферат*

Подготовка рефератов направлена на развитие и закрепление у обучающихся навыков самостоятельного глубокого, творческого и всестороннего анализа научной, методической и другой литературы по актуальным проблемам дисциплины; на выработку навыков и умений грамотно и убедительно излагать материал, четко формулировать теоретические обобщения, выводы и практические рекомендации.

Рефераты должны отвечать высоким квалификационным требованиям в отношении научности содержания и оформления.

Темы рефератов, как правило, посвящены рассмотрению одной проблемы. Объем реферата может быть от 12 до 15 страниц машинописного текста, отпечатанного через 1,5 интервала, а на компьютере через 1 интервал (список литературы и приложения в объем не входят).

Текстовая часть работы состоит из введения, основной части и заключения.

Во введении обучающийся кратко обосновывает актуальность избранной темы реферата, раскрывает конкретные цели и задачи, которые он собирается решить в ходе своего небольшого исследования.

В основной части подробно раскрывается содержание вопроса (вопросов) темы.

В заключении кратко должны быть сформулированы полученные результаты исследования и даны выводы. Кроме того, заключение может включать предложения автора, в том числе и по дальнейшему изучению заинтересовавшей его проблемы.

В список литературы (источников и литературы) обучающийся включает только те документы, которые он использовал при написании реферата.

В приложении (приложения) к реферату могут выноситься таблицы, графики, схемы и другие вспомогательные материалы, на которые имеются ссылки в тексте реферата.

*Эссе*

Эссе - это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем. Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

Эссе должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. В зависимости от специфики дисциплины формы эссе могут значительно дифференцироваться.

Структура эссе.

1. Титульный лист

2. Введение - суть и обоснование выбора данной темы, состоит из ряда компонентов, связанных логически и стилистически; На этом этапе очень важно правильно сформулировать вопрос, на который вы собираетесь найти ответ в ходе своего исследования.

При работе над введением могут помочь ответы на следующие вопросы: «Надо ли давать определения терминам, прозвучавшим в теме эссе?», «Почему тема, которую я раскрываю, является важной в настоящий момент?», «Какие понятия будут вовлечены в мои рассуждения по теме?», «Могу ли я разделить тему на несколько более мелких подтем?».

3. Основная часть - теоретические основы выбранной проблемы и изложение основного вопроса.

Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. В этом заключается основное содержание эссе и это представляет собой главную трудность. Поэтому важное значение имеют подзаголовки, на основе которых осуществляется структурирование аргументации; именно здесь необходимо обосновать (логически, используя данные или строгие рассуждения) предлагаемую аргументацию/анализ. Там, где это необходимо, в качестве аналитического инструмента можно использовать графики, диаграммы и таблицы.

В зависимости от поставленного вопроса анализ проводится на основе следующих категорий:

Причина — следствие, общее — особенное, форма — содержание, часть — целое, постоянство — изменчивость.

Хорошо проверенный способ построения любого эссе —

использование подзаголовков для обозначения ключевых моментов аргументированного изложения: это помогает посмотреть на то, что предполагается. Такой подход поможет следовать точно определенной цели в данном исследовании.

Эффективное использование подзаголовков - не только обозначение основных пунктов, которые необходимо осветить. Их последовательность может также свидетельствовать о наличии или отсутствии логичности в освещении темы.

4. Заключение - обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения и т.д. Методы, рекомендуемые для составления заключения: повторение, иллюстрация, цитата, впечатляющее утверждение. Заключение может содержать такой очень важный, дополняющий эссе элемент, как указание на применение исследования, не исключая взаимосвязи с другими проблемами.

***Методические указания для обучающихся по подготовке к тесту***

Тест – особая форма проверки знаний. Проводится после освоения одной или нескольких тем и свидетельствует о качестве понимания основных понятий изучаемого материала. Тестовые задания составлены к ключевым понятиям, основным разделам, важным терминологическим категориям изучаемой дисциплины.

Для подготовки к тесту необходимо знать терминологический аппарат дисциплины, понимать смысл научных категорий и уметь их использовать в профессиональной лексике.

Владение понятийным аппаратом, включённым в тестовые задания, позволяет преподавателю быстро проверить уровень понимания студентами важных методологических категорий.

***Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины***

| **Наименование темы** | **Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение** | **Формы самостоятельной работы** | **Форма текущего контроля** |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Технологии креативного планирования.* | Понятие креатива в рекламе. Уместность, оригинальность и впечатление креативной рекламы. Методика анализа взаимосогласованности стратегии и креатива. Креатив как особенность психологически эффективной рекламы. Алгоритм поиска креативной концепции и рекламной идеи. Определение рекламной проблемы. Анализ информации во вспомогательных источниках. | Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка отчета по практикуму, подготовка реферата/эссе | Реферат Отчет по практикуму по решению задач |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | Первичное исследование. Интерпретация данных. | | |
| *Тема 2. Рекламные стратегии.* | Рекламные стратегии VIPS и ROI. Методы поиска креативной концепции и рекламной идеи. Подходы к формулированию основной идеи рекламного сообщения. Технологии мозгового штурма. | Работа с литературой, источниками в сети Internet, подготовка реферата/эссе | Эссе |
| *Тема 3. Методики разработки рекламных сообщений.* | Критерии слоганов-продавцов. Структура рабочего слогана. Методика экспертизы слогана. | Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка отчета по практикуму | Отчет по практикуму по решению задач |
| *Тема 4. Текст в рекламе.* | Образ в рекламе. Понятие визуального ряда. Образ-продавец и образ-фотомодель. Параметры рабочего образа. Приемы создания рекламного образа. | Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка отчета по практикуму | Отчет по практикуму по решению задач |
| *Тема 5. Технологии производства рекламной продукции для различных средств (каналов) распространения.* | Варианты написания основного рекламного текста. Создание эффективной телерекламы. Специфика телевизионной среды. Методики создания телерекламы. Сценарий телерекламы. Телевизионная терминология. | Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка отчета по практикуму | Отчет по практикуму по решению задач |
| *Тема 6 Организационно-правовые вопросы креативной рекламной деятельности.* | Защита интеллектуальной собственности в рекламе. Портфолио успешного креатора: принципы формирования, структура, особенности презентации. | Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка реферата/эссе | Реферат Тест |

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 262 с. — Текст : электронный //

https://www.iprbookshop.ru.

2. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 502 с. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru.

***Дополнительная литература:***

*1.Трищенко, Д. А.* Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для вузов / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11564-2. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. *Поляков, В. А.* Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

## 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № | Наименование портала (издания, курса, документа) | Ссылка |
|---|---|---|
| 1 | Школа рекламиста | http://www.advertiser-school.ru/ |
| 2 | Etoday — информационный иллюстрированный интернет-журнал о рекламе и дизайне. | http://www.etoday.ru/ |

## 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)
- Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ

## АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### *7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины*

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Отчет по практикуму по решению задач | «15-11» – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, использована требуемая информация, аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы;<br>«10-6» – работа выполнена в срок, самостоятельно, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы;<br>«5-3» – работа выполнена в срок, в основном самостоятельно, имеются ошибки в композиционном решении; даны ответы не на все вопросы;<br>«2-1» – обучающийся подготовил работу несамостоятельно или не завершил в срок, выводы и ответы на вопросы отсутствуют. |
| 2. | Тестовые задания | «10-8» – верные ответы составляют более 90% от общего количества;<br>«7-4» – верные ответы составляют 80-50% от общего количества;<br>«3-1» – менее 50% правильных ответов |
| 3 | Реферат | 10-7 – реферат выполнен в соответствии с требованиями, правильно оформлен, грамотное использование терминологии, свободное изложение рассматриваемых проблем.<br>6-4– реферат выполнен в основном соответствии с требованиями, не совсем правильно оформлен, грамотное использование терминологии, в основном свободное изложение рассматриваемых проблем.<br>3-0– реферат выполнен не в соответствии с требованиями, не правильно оформлен. |
| 4 | Эссе | «10» – грамотное использование терминологии, свободное изложение рассматриваемой проблемы, логичность и обоснованность выводов;<br>«9-5» – грамотное использование терминологии, частично верные суждения в рамках рассматриваемой темы, выводы недостаточно обоснованы;<br>«4-1» – грамотное использование терминологии, способность видения существующей проблемы, необоснованность выводов, неполнота аргументации собственной точки зрения. |

***Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости***

***<u>Примерная тематика рефератов</u>***

1. Маркетинговая составляющая рекламного сообщения.
2. Понятие Жизненного Цикла Товара.
3. Креатив. Качества креатива.
4. Креатив и потребности целевой аудитории.
5. Структура мотивации потребителей.
6. Психографические исследования целевой аудитории.
7. Рекламная стратегия и идея. Информационное и эмоциональное наполнение.
8. Стратегия опережения потребности.
9. Бриф – критерий эффективности.
10. Виды брифов. Разделы брифа.
11. Организация подготовки брифа. Особенности составления брифа. Бриф тендера.
12. Формы брифа. Заполнение форм брифа
13. Составители брифов.
14. Приложения: Специализированные формы брифа.
15. Проблема решения творческих задач.
16. Психологическая активизация творческого мышления.
17. Мозговой штурм. Мозговой штурм I-G-I. Проблемы и ошибки «штурмовиков».
18. Синектика. Операторы синектики. Группа синекторов.
19. Сравнительный анализ методик «мозгового штурма» и «синектики».
20. Мотивационный анализ в рекламе.

***<u>Примерная тематика эссе</u>***

1. Нейминг. Бренд-концепция. Генерация имени бренда.
2. Критерии отбора. Лингвистические и содержательные критерии: уровни восприятия слова.
3. Ренейминг.
4. Тестирование рекламы.
5. Стереотип и стереотипизация в рекламе.
6. Disruption - метод разрыва.
7. Нестандартная реклама.
8. Эпатажная реклама.
9. Сексуализация рекламы.
10. Фанки-креатив в рекламе, дизайне, продвижении.
11. Морфологический анализ.
12. Метод фокальных объектов.
13. Юмор в рекламе.

***Типовая тематика практикумов по решению задач***

1. Разработка проекта рекламного объявления.
2. Разработка проекта рекламы на полиэтиленовом пакете.
3. Разработка проекта рекламы на одежде.
4. Разработка проекта наружной рекламы.
5. Разработка проекта бумажной упаковки.
6. Разработка проекта телерекламы.
7. Разработка проекта рекламы на транспорте.

***1. Практикум по теме 1.***

Вариант 1

Составить коммуникационный и креативный брифы.

Материалы и инструменты: персональный компьютер или планшет.

Формат: 1 лист А4.

Цель работы: понимание обучающимися разницы и основного функционала креативного и коммуникационного брифов.

Форма контроля – просмотр, анализ и обсуждение.

Критерии оценки: точность, соответствие поставленной задаче, срок исполнения.

Вариант 2

Составить ассоциативную карту бренда.

Материалы и инструменты: персональный компьютер или планшет.

Формат: 1 лист А4.

Цель работы: понимание обучающимися алгоритма поиска рекламной идеи.

Форма контроля – просмотр, анализ и обсуждение.

Критерии оценки: точность, соответствие поставленной задаче, срок исполнения.

Вариант 3

Провести анализ креативной активности по определенной товарной категории на основании открытых источников.

Материалы и инструменты: персональный компьютер или планшет с выходом в Интернет.

Формат: презентация ppt.

Цель работы: получение навыков анализа информации и интерпретации данных. Определение уместности и оригинальности креативной рекламы.

Форма контроля – просмотр, анализ и обсуждение.

Критерии оценки: креативность, соответствие поставленной задаче, срок исполнения.

**2.** ***Практикум по теме 2.***

Вариант 1

Привести 3-5 примеров рациональных рекламных сообщений.

Материалы и инструменты: персональный компьютер или планшет с выходом в интернет.

Формат: USB-flash.

Цель работы: анализ информационной составляющей рекламы, выявление рациональных потребностей аудитории и визуальных инструментов, их акцентирующих.

Форма контроля – просмотр, анализ и обсуждение работ.

Критерии оценки: креативность, соответствие поставленной задаче, срок исполнения.

Вариант 2

Привести 3-5 примеров эмоциональных рекламных сообщений.

Материалы и инструменты: персональный компьютер или планшет с выходом в интернет.

Формат: USB-flash.

Цель работы: анализ информационной составляющей рекламы, выявление эмоциональных потребностей аудитории и визуальных инструментов, их акцентирующих.

Форма контроля – просмотр, анализ и обсуждение работ.

Критерии оценки: креативность, соответствие поставленной задаче, срок исполнения.

Вариант 3

Провести мозговой штурм для решения заданной коммуникационной/креативной задачи.

Материалы и инструменты: персональный компьютер или планшет.

Формат: 1 лист А4.

Цель работы: формирование навыков работы в креативной группе, фиксирование и интерпретация результатов.

Форма контроля – просмотр, анализ и обсуждение работ.

Критерии оценки: степень решения поставленной задачи, анализ полученных предложений, срок исполнения.

***3. Практикум по теме 3.***

Вариант 1

Разработать проект рекламного сообщения по заданной теме.

Материалы и инструменты: персональный компьютер или планшет с выходом в интернет.

Формат: 1 лист А5.

Цель работы: получение навыков визуализации рекламного

сообщения от идеи до рекламного носителя. Понимание особенностей печатного рекламного сообщения.

Форма контроля – просмотр, анализ и обсуждение работ.

Критерии оценки: степень решения поставленной задачи, анализ полученных предложений, креативность, срок исполнения.

Вариант 2

Привести 3-5 примеров удачных и неудачных имен торговых марок.

Материалы и инструменты: персональный компьютер или планшет с выходом в интернет.

Формат: USB-flash.

Цель работы: получение навыков определения эффективных составляющих имени торговой марки.

Форма контроля – просмотр, анализ и обсуждение работ.

Критерии оценки: точность, соответствие поставленной задаче, срок исполнения.

Вариант 3

Привести 3-5 примеров удачных и неудачных слоганов торговых марок. Определить их типовую принадлежность.

Материалы и инструменты: персональный компьютер или планшет с выходом в интернет.

Формат: USB-flash.

Цель работы: получение навыков определения эффективных составляющих слогана торговой марки.

Форма контроля – просмотр, анализ и обсуждение работ.

Критерии оценки: точность, соответствие поставленной задаче, срок исполнения.

***4. Практикум по теме 4***

Вариант 1

Привести 3-5 примеров удачных заголовков.

Материалы и инструменты: персональный компьютер или планшет с выходом в интернет.

Формат: USB-flash.

Цель работы: получение навыков определения эффективных составляющих заголовка рекламного текста.

Форма контроля – просмотр, анализ и обсуждение работ.

Критерии оценки: точность, соответствие поставленной задаче, срок исполнения.

Вариант 2

Разработать проект рекламного текста по заданной теме. Определить характер текста и составляющие.

Материалы и инструменты: персональный компьютер или планшет с выходом в интернет.

Формат: распечатка текста

Цель работы: получение навыков составления эффективных рекламных текстов с целью увеличения продаж выбранного продукта. Изучение имеющегося опыта.

Форма контроля – анализ предложений обучающихся, обсуждение их соответствия поставленной задачи.

Критерии оценки: грамотность, степень решения поставленной задачи, анализ полученных предложений, срок исполнения.

Вариант 3

Разработать проект рекламного сообщения для серийной рекламы

Материалы и инструменты: персональный компьютер или планшет с выходом в интернет.

Формат: презентация.

Цель работы: получение навыков разработки серийных сообщений. Изучение имеющегося опыта.

Форма контроля – анализ предложений обучающихся, обсуждение их соответствия поставленной задачи.

Критерии оценки: грамотность, степень решения поставленной задачи, креативность, анализ полученных предложений, срок исполнения.

***5. Практикум по теме 5***

Вариант 1

Разработка проекта наружной рекламы.

Материалы и инструменты: персональный компьютер или планшет с выходом в интернет.

Формат: презентация

Цель работы: формирование навыков разработки рекламных сообщений для наружной рекламы, композиционных особенностей, графического оформления слогана.

Форма контроля – просмотр и анализ работ.

Критерии оценки: степень решения поставленной задачи, креативность, анализ полученных предложений, срок исполнения.

Вариант 2

Разработка проекта видео-рекламы.

Материалы и инструменты: персональный компьютер или планшет с выходом в интернет.

Формат: презентация с раскадровкой.

Цель работы: формирование навыков разработки рекламных

сообщений для телевизионной и видео-рекламы.

Форма контроля – просмотр и анализ работ.

Критерии оценки: степень решения поставленной задачи, креативность, анализ полученных предложений, срок исполнения.

Вариант 3

Разработка проекта радиорекламы.

Материалы и инструменты: персональный компьютер или планшет с выходом в интернет.

Формат: лист А 4.

Цель работы: формирование навыков разработки рекламных сообщений для аудиорекламы.

Форма контроля – просмотр и анализ работ.

Критерии оценки: степень решения поставленной задачи, креативность, анализ полученных предложений, срок исполнения.

***6. Практикум по теме 6***

Вариант 1

Подобрать варианты рекламных сообщений по заданной теме и провести их предварительное тестирование.

Материалы и инструменты: персональный компьютер или планшет с выходом в интернет.

Формат: презентация.

Цель работы: получения навыков определения эффективности рекламных сообщений, анализа и интерпретации информации.

Форма контроля – просмотр и анализ работ.

Критерии оценки: точность, четкость аргументации, наглядность предоставления информации, срок исполнения.

Вариант 2

Подобрать варианты рекламных сообщений по заданной теме и сделать презентацию наиболее удачных креативных решений.

Материалы и инструменты: персональный компьютер или планшет с выходом в интернет.

Формат: презентация.

Цель работы: получения навыков публичной защиты креативных разработок, аргументация, работа с возражениями.

Форма контроля – просмотр и анализ работ.

Критерии оценки: четкость подачи информации, грамотность, наглядность, срок исполнения.

Вариант 3

Составить перечень документов, необходимых для защиты интеллектуальных прав на креативные разработки в рекламе.

Материалы и инструменты: персональный компьютер или планшет

с выходом в интернет.

Формат: распечатка.

Цель работы: получение навыков по защите форм интеллектуальной собственности в рекламе.

Форма контроля – просмотр, анализ и обсуждение.

Критерии оценки: точность, аккуратность, грамотность, сроки выполнения.

***Примерный тест***

1. Рекламный аргумент

• способ размещения рекламных материалов в престижных СМИ

• довод в пользу достоинств, ценных свойств товара или услуги

• план паритетного участия рекламодателей в совместной рекламной акции

2. Эхо-фраза

• фраза, повторяющаяся в пространстве как результат акустических помех в

радиорекламе

• выражение, стоящее в конце обращения и повторяющее основной мотив

рекламы

• методика быстрого разучивания рекламных текстов при подготовке

телеведущих

3. Фирменный стиль как средство маркетинговых коммуникаций включает следующие

основные элементы

• философский девиз, логотип, знак, цветовые сочетания

• доверительные отношения с клиентами, декоративное убранство архитектуры,

интерьеров, одежды сотрудников

• успешное участие в конкурсах профессионального мастерства, техническое

оснащение, выгодное расположение отеля

4. Рекламная пирамида

• порядок рекламоносителей (вверх-вниз, влево-вправо, по диагонали)

• сочетание основных типов потребительской аудитории, ее готовности

приобретать товар. Готовность определяется цепочкой: знание –

благорасположение – предпочтение – покупка.

• прозрачная рекламная тумба с подсветкой

5. Рекламная идея
• способ художественного оформления рекламы
• носитель оформления рекламного сообщения
• главная мысль, внушаемая целевой аудитории для осознания мотива покупки

6. Рекламная стратегия
• долгосрочная программа для целей рекламы (концепция товара, целевая
аудитория, реклама, виды СМИ
• замысел рекламной акции, определяемой единой идеей
• доказательства в пользу рекламируемого товара

7. Состав элементов в композиции печатной рекламы
• рекламоноситель, девиз, текст, изображение
• рекламоноситель, тираж, девиз, приложение, изображение
• тираж, архив, рама, изображение

8. Основа коммуникации между рекламой и потребителем
• художественный образ как целостный знак – код
• совокупность долгосрочных установок фирмы
• акции в защиту интересов потребителей

9. Укажите средства для проектирования рекламных образов, придающие им единство
формы и содержания
• символ, метафора, сравнение, гипербола, синонимия
• симметрия, контраст, пропорции рекламоносителя
• цвет, фактура, текстура материала

10. Эффективность рекламного обращения выглядит как
• сумма затрат рекламодателя на престижную рекламу
• сумма от продажи
• прибыль от продажи после рекламной акции

11. Дизайнеры считают, что оригинал-макет печатной рекламы состоит из следующих
главных элементов
• текста изображения, цветодекоративных украшений
• цветодекоративных украшений,пояснительного текста, геометрической
матрицы

• изображения текста и рекламоносителя

12. Комплект услуг по созданию наружной рекламы, который можно считать
коммерчески более выгодным
• проектирование, предпечатная подготовка, производство, размещение,
обслуживание
• проектирование, предпечатная подготовка, производство, размещение,
обслуживание, маркетинговые исследования, контроль эффективности
• проектирование, производство, размещение, обслуживание

13. Комплекс маркетинга обеспечивает воздействие фирмы на целевой рынок с помощью
• продавцов, рекламистов, товаропроизводителей, госорганов
• товара, цены, сбыта, маркетинговых коммуникаций
• широкого движения общественности в защиту своих интересов

14. Как вы понимаете метод фокус-группы в рекламе
• развлекательный аттракцион в телевизионном шоу
• как предтестирование при проверке рекламного проекта
• как метод влияния на поведение слушателей радиорекламы

15. Авторский надзор за внедрением творческой идеи дизайнер осуществляет на следующих этапах рекламной акции
• при художественном проектировании и маркетинговых исследованиях
• при производстве, размещении и обслуживании
• при производстве

16. Целостного построения идеи рекламного сообщения можно добиться
• при определенном расположении рекламы в пространстве
•при единстве художественной формы и смыслового содержания при наличии технических средств (инструмента, материалов, способа построения).

### *7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации*

Промежуточная аттестация по дисциплине «Креативные технологии в рекламе» проводится в форме зачета.

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|

| | |
|---|---|
| Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя.<br><br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающегося принципами предметной области дисциплины (курса), понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br><br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины (курса) и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br><br>Задания №3 – задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины (курса) | Балльная оценка каждого вопроса согласно Стандарту проведения ПА, в сумме 100 баллов.<br>Вопрос 1: 0-30 баллов<br>Вопрос 2: 0-30 баллов<br>Вопрос 3: 0-40 баллов<br><br>**«Зачтено»**<br>**– 90-100 баллов** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задачи решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>**– 70 -89 баллов** – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения задач правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>**– 50 - 69 баллов** – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задача решена частично.<br><br>**«Не зачтено»**<br>**– менее 50 баллов** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задачи не решены. |

## *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

**Задания 1 типа**

1. Понятие креатива в рекламной деятельности.
2. Принципы формирования эффективного креатив-брифа.
3. Методика анализа взаимной согласованности стратегии и креатива.
4. Последовательность шагов (алгоритм) поиска креативной концепции и рекламной идеи.
5. Стратегии рационального и эмоционального воздействия.
6. Рекламные стратегии VIPS и ROI.
7. Планирование рекламной стратегии.
8. Методы поиска креативной концепции и рекламной идеи.
9. Основные элементы креативных рекламных сообщений.
10. Имя в рекламе. Функции, классификации и приемы создания имен.
11. Понятие слогана. Структура и методика экспертизы слогана.
12. Структура рекламного текста.
13. Понятие визуального ряда. Параметры и приемы создания

рекламного образа.

14. Законы серийной рекламы, преимущества и ограничения.
15. Коммуникативный дизайн рекламы.
16. Специфика производство печатной рекламы.
17. Методики создания эффективной телерекламы.
18. Особенность рекламных текстов для радио.
19. Основы планирования интерактивного Web-сайта.
20. Методика создания прямой почтовой рекламы как инструмента персонифицированной коммуникации.
21. Тестирование рекламных посланий на предмет их креативности.
22. Защита креативных разработок перед заказчиком.
23. Рекламный креатив и вопросы правового регулирования в рекламной коммуникации.
24. Принципы формирования и структура портфолио креатора.
25. Категории и особенности применения юмора в рекламе

**Задания 2 типа.**

Задание 1

Оцените маркетинговую составляющую рекламного сообщения.

Задание 2

Сконструируйте рекламу, используя Жизненный Цикл Товара (Life cycle product)

Задание 3.

Оцените представленную рекламу с точки зрения креатива, используя модель креативного процесса Д. Бернстайна.

Задание 4.

Оцените креативную рекламу с точки зрения ЦА, опишите портрет потребителя.

Задание 5.

Разработайте мудборд психотипа «Эстет» для выбранного бренда.

Задание 6.

Разработайте мудборд психотипа «Традиционалист» для выбранного бренда.

Задание 7.

Разработайте мудборд психотипа «Сепаратисты» для выбранного бренда.

Задание 8.

Разработайте мудборд психотипа «Гедонист» для выбранного бренда.

Задание 9.

Выделите мотив рекламной кампании.

Задание 10.

Приведите примеры рекламы по структуре мотивов А. Маслоу.

Задание 11.

Выделите Big Idea представленной рекламной кампании.

Задание 12.

Определите визуальную стратегию представленной креативной рекламной кампании.

Задание 13.

Составьте креативный бриф для разработки рекламы.

Задание 14.

Определите форму брифа и оцените правильность его составления.

Задание 15

Подберите примеры креативной рекламы в соответствии со стратегией разрыва стереотипов Ж.-М. Дрю.

Задание 16.

Решите представленную рекламную задачу одним из методов поиска креативной идеи.

Задание 17.

Приведите примеры рекламы с гендерными стереотипами.

Задание 18.

Оцените имя бренда с позиции технологий бренд-нейминга.

Задание 19.

Проведите ренейминг предложенного бренда, предварительно проведите бенчмаркинг.

Задание 20.

Оцените стандартную рекламу, предложите идеи по ее изменению.

Задание 21.

Приведите примеры эпатажной рекламы.

Задание 22.

Предложите идеи рекламы, используя метод фокальных объектов.

Задание 23.

Используйте метод морфологического анализа в конструировании рекламы бренда (бренд выбираете самостоятельно).

Задание 24.

Приведите примеры вирусного креатива в рекламе. Оцените эффективность такой рекламы.

Задание 25.

Предложите идеи вирусного креатива.

**Задания 3 типа:**

**1.**Проанализируйте высказывание Президента Northern Telecom Давида Вайса: “В будущем будет два вида компаний – быстрые и мертвые”. Какие

тенденции современного рекламного рынка оно отражает?

**2.**Дайте понятие Жизненного Цикла товара и расскажите о том,

какие фазы они в себя включает. В рамках какой фазы возможно появление креатива.

**3.**Йенсен разделяет рынок товаров и услуг не по функциональным, а по эмоциональным основаниям, так, например, он выделяет:

• рынок любви (парфюмерия, косметика, ювелирные изделия),
• рынок контроля (мобильные телефоны, компьютеры),
• рынок свободы (туризм),
• рынок заботы (товары для дома),
• рынок признания (престижные машины, часы).

Каково Ваше отношение к этой концепции? Какова роль эмоций в процессе потребления, и какие возможности это дает для развития рекламного креатива? Какие творческие приемы и техники работы с графическим материалом больше соответствуют эмоциональным основаниям, а какие – функциональным?

**4**. Проанализируйте, формулу “правильного креатива”, которую предложил М.А. Журавелель:

- соответствовать стратегии коммуникаций;

— соотноситься с уникальным торговым предложением, на котором основываются позиционирование брэнда и сам продукт;

— соотноситься с психологическими, социальными и физиологическими особенностями целевой аудитории;

- отличаться от рекламной продукции конкурентов, но не противостоять всему рынку, на котором представлен продукт;

- основываться на изучении целевой аудитории, хотя бы минимальных экспертных опросах и выборочных интервью, в крайнем случае —общедоступных исследованиях, проведенных профессиональными компаниями;

— быть протестированным — на фокус-группах, особенно если планируется серьезно вложиться в размещение.”

Могли бы вы разработать собственный алгоритм “правильного креатива”?

**5**."Вам надо превратить вашу концепцию в веру. Единственный путь создания прибыли - это привлечение эмоциональных, а не рациональных клиентов, это апелляция к их чувствам и фантазиям. Если вы попробуете опираться на логические доводы, вы столкнетесь с чисто экономической рациональностью требовательного клиента. Это неизбежно приведет к нулевой прибыли, поскольку вы вынуждены будете по всему

миру конкурировать с бесконечным количеством подобных компаний ", - говорит генеральный директор Cisco Systems Джон Чамберс.

О какой креативной технологии он говорит? Почему именно эта технология получила столь широкое распространение в современном мире?

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Продакт-плейсмент»

**Направление подготовки** ***42.03.01. Реклама и связи с общественностью***
**Направленность (профиль) подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

## Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ ..... 3

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ..... 5

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ..... 7

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 9

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 11

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 17

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ..... 19

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Продакт-плейсмент» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 N 512.

Дисциплина «Продакт-плейсмент» предполагает осмысление обучающимся роли художественного контекста и замысла в маркетинговых и социальных коммуникациях; дает целостное представление о проектировании рекламных сообщений, размещаемых в художественном контексте; раскрывает приемы и принципы образной выразительности и организация текста в реализации продукт-плейсмент и применении смежных коммуникационных технологий.

Основное содержание лекций дисциплины направлено на понимание и осмысление элементов медиареальности, таких как смайлики, фильмы, аниме онлайн или мокьюментари, виртуальные коммуникативные платформы типа You-tube или блогов, контент и контекст которых является специализированной коммуникативной средой; а также на организацию у студентов системы взглядов на коммуникационные технологии формирования сообществ и роли в этом художественных текстов, в том числе кинематографических, как средства культуры чувственного типа.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 как дисциплина по выбору.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 4 семестре.

**Цель и задачи дисциплины**

Целью изучения дисциплины «Продакт-плейсмент» является создание условий для усвоения обучающимися базисных знаний о сущности, видах и особенностях разработки и проектирования рекламного сообщения, размещаемого в художественном контексте.

***Задачи дисциплины:***

- создание представления у обучающихся о роли кинематографии в системе современной визуальной и чувственной культуры, а также социальных и маркетинговых коммуникациях;
- сформировать понимание особенностей разработки и проектирования рекламного сообщения, планируемого к размещению в среде художественного контента;
- познакомить обучающихся с комплексом средств воздействия,

используемых в технологиях продакт-плейсмент;

- развить навыки анализа аудиовизуальных медиатекстов на этапе подготовки к проведению коммуникационных кампаний и мероприятий с использованием продукт-плейсмент и смежных технологий.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **выпускник должен знать** | **выпускник должен уметь** | **выпускник должен иметь практический опыт** | |
| Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций | **ПК-2** | **ПК-2.1.** Использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в офлайн и онлайн среде при реализации коммуникационного продукта | основные понятия категории, инструменты, технологии, теоретические и практические аспекты Product Placement | исследовать содержание Product Placement , рекламы и механизмы их воздействия на куммуникационный продукт | применения Product Placement как уникальную технологии продвижения | Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа |
| | | **ПК-2.2**. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами | технологии работы с технологией продакт-плейсмент | исследовать содержание Product Placement , рекламы и механизмы их воздействия на потребителя | анализа Product Placement как технологии управления потребительским поведением. | |
| | | **ПК-2.3**. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта | специфику технических средств продакт - плейсмента в телевизионных фильмах, спортивных, музыкальных и информационно-аналитических программах, межпрограммных проектах | анализировать специфику технологий в продакт - плейсменте телевизионных фильмов, спортивных, музыкальных и информационноаналитических программ, межпрограммных проектов. | оценки продакт плейсмента телевизионных фильмов, спортивных, музыкальных и информационноаналитических программ и трансляций, межпрограммных проектов, а так же основных тенденциий | |
| Способен осуществлять | **ПК-3** | **ПК-3.1.** Осуществляет | специфику работы с | эффективно размещть | работы с текстами и | Контактная работа: |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| редакторскую деятельность в соответсвии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа | | редактирование текстов в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта | рекламными текстами, сценариями для интеграции продукта в кинематографе (литературе, телевизионных передачах, компьютерных играх, музыкальной видео-продукции, мультфильмах и т.д.) | текст, информацию о торговой марке в различных видах художественных произведений (в кино, литературе, телевизионных передачах, компьютерных играх, музыкальной видео-продукции, мультфильмах и т.д.) | информацией в продакт-плейсменте | Лекции<br>Практические занятия<br>Самостоятельная работа |
| | | **ПК-3.2.** Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции и канала | объекты и предметы изучения контроля продакт-плейсмента, его виды и структуру; его место, роль и функции в современном кинематографе (литературе, телевизионных передачах, компьютерных играх, музыкальной видео-продукции, мультфильмах и т.д.) | руководствоваться основными законодательными и этическими правилами работы продакт-плейсмента в профессиональной деятельности. | создания коммуникационного продукта с использованием продакт-плейсмента | |

# 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ/балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| ***Очная форма*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1. Продукт-плейсмент (product placement) в системе маркетинговых коммуникаций. История и предпосылки развития технологии продукт-плейсмент (product placement).* | 4 | 2 | 9 | | | | | | | 23 | Доклад-презентация и дискуссия / 20 Отчет по практикуму по решению задач/10 |
| *Тема 2. Анализ аудиовизуальных медиатекстов на этапе подготовки к проведению коммуникационных кампаний и мероприятий с использованием продукт-плейсмент и смежных технологий.* | 3 | 2 | 8 | | | | | | | 23 | Доклад-презентация и дискуссия / 20 Отчет по практикуму по решению задач/10 |
| *Тема 3. Организация текста рекламного сообщения в продукт-плейсмент и применении смежных технологий.* | 3 | | 8 | | | | | | | 23 | Отчет по практикуму по решению задач/20 |
| *Тема 4. Кинематограф в социально-функциональной перспективе* | 3 | 2 | 8 | | | | | | | 23 | Доклад-презентация и дискуссия / 20 |

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ/балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| *проектирования коллективной идентичности.* | | | | | | | | | | | |
| **Всего:** | **13** | **6** | **33** | | | | | | | **92** | **100** |
| **Контроль, час** | **-** | | | | | | | | | | **Зачет** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **144** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **4** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Продукт-плейсмент (product placement) в системе маркетинговых коммуникаций.***

История и предпосылки развития технологии продукт-плейсмент (product placement). Художественный опыт XX века в контексте смены культурных циклов. Отношение к кино и кинорекламе в 20-е годы прошлого века. Агитфильмы и кинохроника в пропаганде нового образа жизни. Факторы развития технологии product placement в России и в мире. Технология product placement в формировании медиареальности. Экранизация мифа. Структура сетевого мифа. Элементы виртуального общения. Мегаполис эпох модерна и постмодерна в кино. Репрезентация телесности в жанре аниме. Отражение повседневности в сети Интернет.

Адаптация определения понятия продукт-плейсмент в условиях развития современной медиасреды. Цели и задачи технологии продукт-плейсмент в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций. Преимущества и недостатки технологии продукт-плейсмент. Информирование. Формирование имиджа бренда. Повышение лояльности потребителя к продукту / торговой марке / бренду. Технологии продукт-плейсмент в формировании доверия и эмоционального отношения к продукту / торговой марке / бренду. Виды технологий продукт-плейсмент. Визуальный продакт-плейсмент. Вербальный продакт-плейсмент. Использование рекламируемого объекта по назначению. Игровой продакт-плейсмент. Каналы продакт-плейсмент. Киноиндустрия. Документальное кино и научные исследования. Компьютерные игры. Телевидение. Шоу-программы. Перфомансы. Флэш-мобы. Розыгрыши. Продукты музыкальной индустрии. Литература. Живопись. Блоги и социальные сети. Смежные технологии маркетинговых коммуникаций: селебрити-маркетинг (Celebrity Marketing), арт-маркетинг, sense-маркетинг, buzz-маркетинг, ambient-media, life-placement, открытые образовательные площадки и платформы социального взаимодействия, трансмедийные коммуникационные проекты. Продукт-плейсмент в контексте правового понятия «реклама».

***Тема 2. Анализ аудиовизуальных медиатекстов на этапе подготовки к проведению коммуникационных кампаний и мероприятий с использованием продукт-плейсмент и смежных технологий.***

Структурный анализ медиатекстов. Телепередачи жанра реалити-шоу. Сюжетный (повествовательный) анализ медиатекстов. Анализ медийных стереотипов. Телевизионная реклама. Анализ культурной мифологии аудиовизуальных медиатекстов. Жанр мелодрамы. Анализ персонажей аудиовизуальных медиатекстов. Семиотический анализ на примере фильмов военной тематики. Автобиографический (личностный)

анализ аудиовизуальных медиатекстов. Идентификационный анализ аудиовизуальных медиатекстов в контексте трансформации культуры музыкальных клипов. Герменевтический анализ культурного контекста процессов функционирования медиа в социуме и аудиовизуальных медиатекстов. Жанр комедии. Иконографический анализ аудиовизуальных медиатекстов. Телевизионные шоу и игровые программы. Идеологический и философский анализ медиатекстов. Детектив и криминально-драматический жанр. Этический анализ медиатекстов. Мультипликация. Эстетический анализ медиатекстов. Экранизация сказок. Культивационный анализ новостных, аналитических и публицистических телевизионных программ.

***Тема 3. Организация текста рекламного сообщения в продукт-плейсмент и применении смежных технологий.***

Моделирование косвенной коммуникации в рекламном дискурсе. Косвенные средства передачи смысла. Моделирование ситуации взаимодействия автора и адресата в рекламном дискурсе. Жанровая характеристика текстов. Жанр и его роль в коммуникативном процессе. Жанрообразующие признаки текста. Жанровые характеристики рекламного объявления. Способы подачи предмета рекламы. Жанровая характеристика текстов косвенной рекламной коммуникации. Вторичные рекламные жанры. Понятие вторичного жанра. Вторичные рекламные жанры как средство моделирования непрямой коммуникации в рекламном дискурсе. Заметка. Статья. Интервью. Репортаж. Рецензия. Зарисовка. Текст песни. Сценарий. Кинолента. Сказка, история.

***Тема 4. Кинематограф в социально-функциональной перспективе проектирования коллективной идентичности.***

Механизмы социальной организации кинопроцесса. Эстетические аспекты кинематографической коммуникации. Кинематограф в системе искусств. Проблематичность кино как специфического средства коммуникации. Кино как средство массового воздействия и его потенциал в формировании и поддержании коллективной идентичности. Кино как средство массового воздействия. Кино как зрелище. Зрелище как политический и мифологический феномен. Новая коммуникативная ситуация в эпоху доминаты массовой информации. Поиск резервов чувственного мышления. Кино как способ возрождения тактильности. Коммуникативный фактор как предпосылка становления коллективной идентичности нового типа. Воссоздаваемая кино картина мира как выражение новой коллективной идентичности. «Культурные герои» мифа в экранном воплощении. Активность бессознательного в кинематографической коммуникации. Кино в функции актуализации архетипа. Актуализация в кино архаических слоев культуры. Кино как ритуал. История кино как история изменения его социальных функций.

Воздействие кино по логике архаического ритуала.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекции, семинары, практикумы по решению задач, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

***Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к текущим формам контроля и промежуточной аттестации.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

***Методические указания для обучающихся при работе на семинаре***

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие

записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов согруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

***Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач***

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

***Методические указания для обучающихся по подготовке доклада-презентации***

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию.

Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.

2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).

3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.

4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.

5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.

6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).

7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

- готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего;
- план сообщения;
- краткие выводы из всего сказанного;
- список использованных источников.

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в

заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);
- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

*Структура выступления.*

Вступление должно содержать:

- название, сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- живую интересную форму изложения;
- акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

***Методические указания для обучающихся по подготовке и участию в дискуссии***

Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся, обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами.

Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми.

К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность.

Групповая дискуссия. Для проведения такой дискуссии все обучающиеся, присутствующие на практическом занятии, разбиваются на небольшие подгруппы, которые обсуждают те или иные вопросы, входящие в тему занятия.

Обсуждение может организовываться двояко: либо все подгруппы

анализируют один и тот же вопрос, либо какая-то крупная тема разбивается на отдельные задания.

Для проведения дискуссии необходимо:

1. Выбрать тему дискуссии, ее может предложить, как преподаватель, так и студенты.
2. Выделить проблематику. Обозначить основные спорные вопросы.
3. Рассмотреть, исторические и современные подходы по выбранной теме.
4. Подобрать литературу.
5. Выписать тезисы.
6. Проанализировать материал и определить свою точку зрения по данной проблематике.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины. Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом. При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

*Работа с литературой (конспектирование)*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода. Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты. Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

***Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины***

| **Наименование темы** | **Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение** | **Формы самостоятельной работы** | **Форма текущего контроля** |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Продукт-плейсмент (product placement) в системе маркетинговых коммуникаций. История и предпосылки развития технологии продукт-плейсмент (product placement).* | Агитфильмы и кинохроника в пропаганде нового образа жизни. Структура сетевого мифа. Элементы виртуального общения. Репрезентация телесности в жанре аниме. Отражение повседневности в сети Интернет. Информирование. Формирование имиджа бренда. Повышение лояльности потребителя к продукту / торговой марке / бренду. Технологии продукт-плейсмент в формировании доверия и эмоционального отношения к продукту / торговой марке / бренду. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка доклада-презентации, подготовка к дискуссии, подготовка отчета по практикуму | Доклад-презентация и дискуссия Отчет по практикуму по решению задач |
| *Тема 2. Анализ аудиовизуальных медиатекстов на этапе подготовки к проведению коммуникационных кампаний и мероприятий с использованием продукт-плейсмент и смежных технологий.* | Автобиографический (личностный) анализ аудиовизуальных медиатекстов. Иконографический анализ аудиовизуальных медиатекстов. Телевизионные шоу и игровые программы. Идеологический и философский анализ медиатекстов. Детектив и криминально-драматический жанр. Этический анализ медиатекстов. Мультипликация. Эстетический анализ медиатекстов. Экранизация сказок. Культивационный анализ новостных, аналитических и публицистических телевизионных программ. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка доклада-презентации, подготовка к дискуссии, подготовка отчета по практикуму | Доклад-презентация и дискуссия Отчет по практикуму по решению задач |

| | | | |
|---|---|---|---|
| *Тема 3. Организация текста рекламного сообщения в продукт-плейсмент и применении смежных технологий.* | Жанровая характеристика текстов. Жанр и его роль в коммуникативном процессе. Жанрообразующие признаки текста. Жанровые характеристики рекламного объявления. Способы подачи предмета рекламы. Заметка. Репортаж. Рецензия. Зарисовка. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet подготовка отчета по практикуму | Отчет по практикуму по решению задач |
| *Тема 4. Кинематограф в социально-функциональной перспективе проектирования коллективной идентичности.* | Кинематограф в системе искусств. Кино как средство массового воздействия. Кино как зрелище. Зрелище как политический и мифологический феномен. Новая коммуникативная ситуация в эпоху доминаты массовой информации. Поиск резервов чувственного мышления. Кино как способ возрождения тактильности. Коммуникативный фактор как предпосылка становления коллективной идентичности нового типа. Активность бессознательного в кинематографической коммуникации. Актуализация в кино архаических слоев культуры. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка доклада-презентации, подготовка к дискуссии | Доклад-презентация и дискуссия |

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1. Голубкова Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 363 с. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. Трищенко Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для вузов / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 177 с. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература:***

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. —

396 с. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № п/п | Полное название ресурса | Рекомендуемые разделы, страницы | Адрес ресурса |
|---|---|---|---|
| 1. | DESIGNCOLLECTOR | Face; Latest; Daily; Public; Events; Submit | http://designcollector.net// |
| 2. | Designstory | Стили в дизайне; Знаменитые дизайнеры; Конкурсы | www.designstory.ru |
| 3. | Справочник по архитектуре и проектированию | Архитектурное проектирование; Библиотека. | http://arx.novosibdom.ru |
| 4. | MercatorGroup | Корпоративный сторителлинг; Корпоративное кино; Визуализация информации; Инфографика | http://www.mercator.ru |
| 5. | Продвижение промышленного дизайна в России | Конкурсы; События; Контекст; Образование; Медиа; Ссылки | http://www.designet.ru/ |
| 6. | Премии Red Dot Design | About us; Red Dot 21; Design Award; Museums; Shop; Press | http://en.red-dot.org/ |
| 7. | Electrolux Ideas Lab | Blog; Competition | http://www.electroluxdesignlab.com |
| 8. | Экономика неявной рекламы, или Product Placement | Блог | https://lpgenerator.ru/blog/2016/01/20/ekonomika-neyavnoj-reklamy-ili-product-placements/ |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

При проведении образовательного процесса по дисциплине необходимо наличие:

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)
- Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### *7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины*

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Доклад – презентация и дискуссия | *Оценка за участие в семинаре состоит из оценки за доклад:*<br>18-14 – доклад выполнен в соответствии с требованиями, 10 правильно оформленных слайдов презентации, грамотное использование терминологии, свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик правильные ответил на все вопросы преподавателя и обучающихся.<br>13-8 – доклад выполнен в основном соответствии с требованиями,10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации, грамотное использование экономической терминологии, в основном свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик частично правильно ответил на все вопросы преподавателя и обучающихся.<br>7-3 – доклад выполнен в основном в соответствии с требованиями,10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации, докладчик был привязан к тексту, докладчик испытывал затруднения при ответе на вопросы преподавателя и обучающихся.<br>2-1 – доклад выполнен не в соответствии с требованиями, 10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации,<br>0 - докладчик был привязан к тексту, докладчик не смог ответить на вопросы преподавателя и обучающихся.<br>*Оценка участия в дискуссии:*<br>1 – за одно выступление, макс. 2 балла |
| 2. | Отчет по практикуму по решению задач | *Отчет по практикуму*<br>20-12 – практикум выполнен верно в срок, представлен грамотный отчет.<br>11-9 – практикум выполнен верно в срок, представлен неполный отчет, имеются ошибки, не влияющие на логику и алгоритм расчета.<br>8-2 - практикум выполнен в срок и содержит концептуальные ошибки.<br>0 - практикум не выполнен. |
| 3. | Отчет по практикуму по решению задач | *Отчет по практикуму*<br>10-8 – практикум выполнен верно в срок, представлен грамотный отчет.<br>7-5 – практикум выполнен верно в срок, представлен неполный отчет, имеются ошибки, не влияющие на логику и алгоритм расчета. |

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| | | 4-2 - практикум выполнен в срок и содержит концептуальные ошибки.<br>0 - практикум не выполнен. |

## *Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости*

### ***Примерные темы докладов-презентаций и дискуссий***

1. Кино как средство массового воздействия.
2. Кино как зрелище. Определение зрелища как социальности в ее элементарной форме.
3. Зрелище как объект изучения психологии масс.
4. Зрелище как политический и мифологический феномен.
5. Особенности функционирования зрелища в ситуации социальной аномии. Социальная аномия как следствие перехода от традиционного к индустриальному обществу.
6. Суггестивный фактор массовой коммуникации. Регрессивный аспект зрелища как средства массового воздействия.
7. Новая коммуникативная ситуация в эпоху массовой культуры.
8. Эйзенштейн С. Поиск резервов чувственного мышления.
9. Ницше Ф. Ранний прогноз о реальности варварства в XX веке.
10. Коммуникативный фактор как предпосылка становления коллективной идентичности нового типа.
11. История и предпосылки развития технологии product placement.
12. Product placement в Интернете. Форума и блоги.
13. Product placement в Интернете. Сообщества и социальные сети.
14. Факторы развития технологии product placement в России
15. Факторы развития технологии product placement в мире.
16. Технология product placement в формировании новой медиареальности.
17. Экранизация мифа и возможности product placement.
18. Художественный опыт и product placement в XX веке.
19. Адаптация определения понятия продукт-плейсмент в условиях развития современной медиасреды.
20. Кинематограф в системе искусств.
21. «Культурные герои» мифа в экранном воплощении.
22. Активность бессознательного в кинематографической коммуникации.
23. Кино в функции актуализации архетипа.

24. Кино как ритуал.
25. История кино как история изменения его социальных функций.

***<u>Типовые задания к практикумам по решению задач</u>***

**Практикум по решению задач №1**

Тема: Продукт-плейсмент (product placement) в системе маркетинговых коммуникаций.

Ключевые вопросы, подлежащие изучению в ходе практикума:

- Информирование средствами product placement.
- Формирование имиджа бренда средствами product placement.
- Повышение лояльности потребителя к продукту / торговой марке / бренду средствами product placement.
- Технологии продукт-плейсмент в формировании доверия и эмоционального отношения к продукту / торговой марке / бренду.

**Практикум по решению задач №2**

Тема: Анализ аудиовизуальных медиатекстов на этапе подготовки к проведению коммуникационных кампаний и мероприятий с использованием продукт-плейсмент и смежных технологий.

Ключевые вопросы, подлежащие изучению в ходе практикума:

- Структурный анализ медиатекстов.
- Сюжетный (повествовательный) анализ медиатекстов.
- Анализ медийных стереотипов.
- Анализ культурной мифологии аудиовизуальных медиатекстов.
- Анализ персонажей аудиовизуальных медиатекстов.
- Семиотический анализ.
- Автобиографический (личностный) анализ аудиовизуальных медиатекстов. Идентификационный анализ аудиовизуальных медиатекстов.
- Герменевтический анализ культурного контекста
- Иконографический анализ аудиовизуальных медиатекстов.
- Идеологический и философский анализ медиатекстов.
- Этический анализ медиатекстов.
- Эстетический анализ медиатекстов.
- Культивационный анализ.

### *7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации*

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета.

| № | Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Зачет представляет собой выполнение | Выполнение обучающимся заданий билета |

| | | |
|---|---|---|
| | обучающимся заданий билета, включающего в себя.<br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающегося принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>Задания №3 – задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | оценивается по следующей балльной шкале:<br>Задание 1: 0-30 баллов<br>Задание 2: 0-30 баллов<br>Задание 3: 0-40 баллов<br>**«Зачтено»**<br>– **90-100** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>– **70 -89** – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения заданий правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>– **50 - 69** – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задание решено частично.<br>**«Не зачтено»**<br>– **менее 50** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены. |

### *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

**Задания 1 типа**

1. Виды технологий продукт-плейсмент.
2. Визуальный продакт-плейсмент.
3. Вербальный продакт-плейсмент.
4. Использование рекламируемого объекта по назначению.
5. Игровой продакт-плейсмент.
6. Каналы продакт-плейсмент.
7. Ресурсы документального кино и научных исследований для целей маркетинговых и социальных коммуникаций.
8. Компьютерные игры в комплекс технологий продакт-плейсмент.
9. Телевидение и шоу-программы в комплекс технологий продакт-плейсмент.
10. Розыгрыши, перфомансы и флэш-мобы в комплекс технологий продакт-плейсмент.
11. Реклама в продуктах музыкальной индустрии.
12. Возможности и недостатки литературы и живописи как каналом коммуникации.
13. Средства продакт-плейсмент в блогосфере и социальных сетях.
14. Телепередачи жанра реалити-шоу в комплекс технологий продакт-плейсмент.
15. Сходства и различия телевизионной рекламы и технологий

продакт-плейсмент.

16. Ресурсы жанра мелодрамы в продвижении торговой марки.

17. Ресурсы жанра комедии в продвижении торговой марки.

18. Ресурсы детектива и криминально-драматический жанр в продвижении торговой марки.

19. Мультипликация в комплекс технологий продакт-плейсмент.

20. Экранизация сказок в комплекс технологий продакт-плейсмент.

21. Средства продакт-плейсмент в новостных, аналитических и публицистических телевизионных программах.

22. Цели и задачи технологии продукт-плейсмент в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.

23. Преимущества и недостатки технологии продукт-плейсмент.

24. Продукт-плейсмент в контексте правового понятия «реклама».

25. Реклама и связи с общественностью в телевизионных шоу и игровых программах.

26. Смежные с продукт-плейсмент технологии маркетинговых коммуникаций.

**Задания 2 типа**

1. Определите возможные ценностно-смысловые ориентации молодежи и направленность её виртуального общения.

2. Определите возможные ценностно-смысловые ориентации детей и направленность их виртуального общения.

3. Определите возможные ценностно-смысловые ориентации зрелой аудитории и направленность её виртуального общения.

4. Представьте собственные интересы и потребности профессиональной реализации в области массовой культуры.

5. Предложите, каким образом можно оптимизировать ресурсы, необходимые для самообразования и раскрытия личного потенциала в области литературы, режиссуры, сценаристики, иных областях культуры и творчества.

6. Опишите алгоритм визуализации текста посредством технологий продакт-плейсмента в заметках и репортажах.

7. Опишите алгоритм визуализации текста посредством технологий продакт-плейсмента в статьях и интервью.

8. Опишите алгоритм визуализации текста посредством технологий продакт-плейсмента в рецензиях и зарисовках.

9. Опишите алгоритм визуализации текста посредством технологий продакт-плейсмента в текстах песен.

10. Опишите алгоритм визуализации текста посредством технологий продакт-плейсмента в сценариях кино.

11. Опишите алгоритм визуализации текста посредством технологий продакт-плейсмента в сказках, их экранизациях и театральных постановках.

12. Распределите роли и функции участников проектной исследовательской команды, участвующей в разработке продакт-плейсмент кампаний.

13. Опишите новые коммуникационные среды. Предположите, как будет развиваться коммуникация, и какие новые возможности появятся у продакт-плейсмент технологии.

14. Определите показатели планирования работы рекламных служб и деятельности по связям с общественностью, реализующим продакт-плейсмент кампании своими силами.

15. Определите критерии контроля работы рекламных служб и деятельности по связям с общественностью, реализующим продакт-плейсмент кампании своими силами.

16. Определите показатели планирования работы рекламных служб и деятельности по связям с общественностью, реализующим продакт-плейсмент кампании силами привлеченных структур.

17. Определите критерии контроля работы рекламных служб и деятельности по связям с общественностью, реализующим продакт-плейсмент кампании силами привлеченных структур.

18. Визуализируйте процесс достижения коммуникационной цели «информирование о бренде» средствами продакт-плейсмент.

19. Визуализируйте процесс достижения коммуникационной цели «формирование имиджа бренда» средствами продакт-плейсмент. (Оцениваемые компетенции и их части:

20. Визуализируйте процесс достижения коммуникационной цели «повышение лояльности потребителя бренду» средствами продакт-плейсмент.

21. Представьте комплекс критериев эффективности технологий продакт-плейсмент.

22. Определите условия оптимального применения технологий визуального, вербального, игрового продакт-плейсмента и смежных коммуникационных технологий «селебрити-маркетинг» и «buzz-маркетинг» на основе анализа их сравнительных характеристик.

23. Определите условия оптимального применения технологий визуального, вербального, игрового продакт-плейсмента и смежных коммуникационных технологий «арт-маркетинг» и «sense-маркетинг»

на основе анализа их сравнительных характеристик.

24. Определите условия оптимального применения технологий визуального, вербального, игрового продакт-плейсмента и смежных коммуникационных технологий «ambient-media» и «life-placement» на основе анализа их сравнительных характеристик.

25. Определите условия оптимального применения технологий визуального, вербального, игрового продакт-плейсмента и трансмедийных коммуникационных технологий на основе анализа их сравнительных характеристик.

**Задания 3 типа**

Разработать концепцию коммуникационной кампании с использованием технологии продакт-плейсмент. Исходные данные (кейс) обучающийся формулирует самостоятельно. Кейс должен содержать данные, позволяющие ответить на следующие вопросы: Кто заказывает рекламу? Кому адресована реклама? Где распространяется реклама? Что рекламируется? Зачем рекламируется? В каких средствах рекламируется, с использованием каких технологий? Как рекламируется?

В ходе разработки кейса и концепции коммуникационной кампании требуется учесть требование условного заказчика:

1. Применить технологию продакт-плейсмент в документальном кино.
2. Применить технологию продакт-плейсмент в мокументальном кино.
3. Применить технологию продакт-плейсмент в научных публикациях результатов исследований.
4. Применить технологию продакт-плейсмент в компьютерной игре.
5. Применить технологию продакт-плейсмент в телевизионной шоу-программе.
6. Применить технологию продакт-плейсмент социально-культурном перфомансе.
7. Применить технологию продакт-плейсмент путем организации флэш-моба социальной направленности.
8. Применить технологию продакт-плейсмент в продукте музыкальной индустрии (текст песни / клип на песенную композицию).
9. Применить технологию продакт-плейсмент в произведении литературы.
10. Применить технологию продакт-плейсмент в произведениях живописи.
11. Применить технологию продакт-плейсмент в блогосфере и социальных сетях.
12. Применить технологию продакт-плейсмент в телепередаче жанра реалити-шоу.
13. Применить технологию продакт-плейсмент в мультипликационной экранизации сказки.
14. Применить технологию продакт-плейсмент в театрализованной постановке.
15. Применить технологию продакт-плейсмент в новостной телевизионной программе.
16. Применить технологию продакт-плейсмент в аналитической телевизионной программе.
17. Применить технологию продакт-плейсмент в телевизионной

игре.

18. Применить технологию продакт-плейсмент в киноленте жанра мелодрамы.

19. Применить технологию продакт-плейсмент в киноленте жанра комедии.

20. Применить технологию продакт-плейсмент в киноленте детективного и криминально-драматического жанра.

21. Применить технологию продакт-плейсмент в киноленте жанра фантастики.

22. Применить технологию продакт-плейсмент в киноленте исторической направленности и военной тематике.

23. Применить комплекс коммуникационных технологий в составе продакт-плейсмент, селебрити-маркетинг, buzz-маркетинг.

24. Применить комплекс коммуникационных технологий в составе продакт-плейсмент, арт-маркетинг и sense-маркетинг.

25. Применить комплекс коммуникационных технологий в составе продакт-плейсмент, ambient-media и life-placement.

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Разработка digital-стартапа»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

## Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ ..... 3

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ..... 4

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ..... 5

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 9

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 12

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 18

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ..... 20

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Разработка digital-стартапа» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 № 512.

Знания, умения и навыки по дисциплине «Разработка digital-стартапа» необходимы обучающимся для учреждения собственного бизнеса, проведения предстартовой фазы становления собственного бизнеса и фазы стартапа.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1, как дисциплина по выбору.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 6 семестре

**Цель и задачи дисциплины.**

***Целью*** изучения дисциплины «Разработка digital-стартапа» является формирование у обучающихся знаний, умений и навыков разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение стартапов нового бизнеса в диджитал, участия в выполнении стартап-проектов и в управлении ими, бизнес-моделирования, бизнес-планирования, создания и развития стартап-фирм, координации предпринимательской деятельности, подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания стартап-фирм, приведения стартап-фирм в состояние конкурентной устойчивости.

***Задачи дисциплины:***

- Овладение навыками анализа уровня реализации предстартовой стадии бизнеса
- Овладение навыками формулирования ценностного предложения стартапов
- Овладение навыками составления пользовательского сценария стартапов
- Овладение навыками разработки и тестирования прототипов, минимального жизнеспособного продукта (MVP)
- Овладение навыками разработки модели монетизации стартапов
- Овладение навыками расчета ключевых экономических и финансовых показателей стартапа
- Овладение навыками формирования каналов и воронки продаж продукта/услуги
- Овладение навыками совершения первых продаж продукта/услуги
- Овладение навыками раскрутки нового бизнеса

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **знать** | **уметь** | **иметь практический опыт** | |
| Способен разрабатывать, реализовывать и продвигать индивидуальный и (или) коллективный проект в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", анализировать результаты работы по реализации проекта | ПК-5 | ПК-5.2. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связи с общественностью и применяет их при разработке индивидуальных и (или) коллективных проект в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | основы технологий создания стартапов, в том числе в диджитал-сфере | проводить анализ уровня реализации предстартовой стадии бизнеса, формулировать ценностное предложения стартапов, составлять пользовательский сценарий стартапов, разрабатывать и тестировать прототипы, минимального жизнеспособного продукта (MVP) | создания digital-стартапа | Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа |

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ /балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической | | |
| *Тема 1. Разработка и тестирование MVP на посевной фазе* | 1 | | 1 | | | | | | | 3 | Отчет по практическому заданию /5 |
| *Тема 2. Разработка ценностных предложений, пользовательских сценариев и воронок продаж на посевной фазе* | | | | | | | | | | 3 | Отчет по практическому заданию /5 |
| *Тема 3. Экономика стартапа на посевной фазе* | 1 | | 1 | | | | | | | 3 | Отчет по практическому заданию /5 |
| *Тема 4. Разработка финансовой модели на посевной фазе* | 1 | | 1 | | | | | | | 3 | Отчет по практическому заданию /5 |
| *Тема 5. Регистрация бизнес-единицы. Проектирование внутрифирменных регламентов и документооборота новой бизнес-единицы на посевной фазе* | 1 | | 1 | | | | | | | 3 | Отчет по практическому заданию /5 |
| *Тема 6. Разработка инструментов управления бизнесом на посевной фазе стартапа* | 1 | | 1 | | | | | | | 3 | Отчет по практическому заданию /5 |

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ /балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической | | |
| *Тема 7. Наём и формирование коллектива участников стартапа на посевной фазе* | 1 | | 1 | | | | | | | 3 | Отчет по практическому заданию /5 |
| *Тема 8. Сегментация внешнефирменного окружения, бренд-билдинг, бренд-имидж и проектирование модели обеспечения безопасности на посевной фазе* | 1 | | | | | | | 1 | | 3 | Дидактическая игра/25 |
| *Тема 9. Тестирование нового продукта, ценностных предложений, воронок продаж, пользовательских сценариев, экономической и финансовой модели стартпа на «ранних» клиентах* | 1 | | 1 | | | | | | | 3 | Отчет по практическому заданию /5 |
| *Тема 10. Бизнес-коммуникации и команда-стартапа в процессе работы с «ранними» клиентами* | 1 | | 1 | | | | | | | 3 | Отчет по практическому заданию /5 |
| *Тема 11. Бренд-билдинг и* | 1 | | 1 | | | | | | | 3 | Отчет по практическом |

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ /балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической | | |
| *бренд-имидж в процессе работы с «ранними» клиентами* | | | | | | | | | | | у заданию /5 |
| *Тема 12. Тестирование инструментов управления бизнесом на раннем этапе запуска стартапа* | | | | | | | | | | 3 | Отчет по практическом у заданию /5 |
| *Тема 13. Укрупнение партий нового продукта, применение ценностных предложений, воронок продаж, пользовательск их сценариев, экономической и финансовой модели стартпа на целевом сегменте рынка* | 1 | | 1 | | | | | | | 3 | Отчет по практическом у заданию /5 |
| *Тема 14. Бизнес-коммуникации и команда-стартапа в процессе работы с целевым сегментом рынка* | | | | | | | | | | 3 | Отчет по практическом у заданию /5 |
| *Тема 15. Бренд-билдинг и бренд-имидж в процессе работы с целевыми* | 1 | | 1 | | | | | | | 2 | Отчет по практическом у заданию /5 |

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ /балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической | | |
| *сегментами рынка* | | | | | | | | | | | |
| *Тема 16. Развитие стартапа бизнес-проекта* | 1 | | 1 | | | | | | | 2 | Отчет по практическому заданию /5 |
| **Всего:** | **13** | | **12** | | | | | **1** | | **46** | **100** |
| **Контроль, час/сем** | **0** | | | | | | | | | | **Зачет** |
| **Объем дисциплины (в академических часах) /сем** | **72** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах) /сем** | **2** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Разработка и тестирование MVP на посевной фазе***

Анализ дорожной карты предпринимательских бизнес-идей и бизнес-моделей по критериям актуальности, степени реализации, конкурентоспособности, применимости имеющимся составом участников стартап-проекта. Разработка технических заданий для прототипов, минимально-жизнеспособных продуктов (далее - MVP). Разработка прототипов (MVP). Тестирование разработанных прототипов (MVP). Преобразование прототипов в готовый продукт/услугу. Процесс получения инсайтов от пользователей для создания, проверки и оптимизации идей развития продукта с помощью интервью и структурированных экспериментов – Касдев (costumer development).

***Тема 2. Разработка ценностных предложений, пользовательских сценариев и воронок продаж на посевной фазе***

Разработка ценностного предложения. Разработка пользовательского сценария. Формирование каналов продаж. Формирование воронки продаж. Расчет конверсии воронки продаж. Автоматизация воронки продаж при помощи инструментов автоматизации. Структура автоматической воронки продаж по Райану Дайсу. Пошаговое построение эффективной воронки продаж: создание качественного уникального торгового предложения; получение «холодных» клиентов; формирование интереса к УТП; отработка возражений клиентов к УТП; закрытие сделки; аналитика эффективности воронки продаж; повышение конверсии воронки продаж.

***Тема 3. Экономика стартапа на посевной фазе***

Обеспечение ресурсных условий выполнений стартап-проекта. Определение рабочих мест и рабочего пространства. Подключение к инфраструктуре стартапов. Расчет ключевых экономических показателей новой бизнес-единицы

***Тема 4. Разработка финансовой модели на посевной фазе***

Расчет показателей прибыли и убытков бизнес-единиц. Расчет показателей движения денежных средств бизнес-единиц. Состояние баланса новых бизнес-единиц. Ключевые показатели эффективности (KPI) стартапов. Разработка финансовой модели стартапа. Привлечение инвестиций в стартап.

***Тема 5. Регистрация бизнес-единицы. Проектирование внутрифирменных регламентов и документооборота новой бизнес-единицы на посевной фазе***

Регистрация учредительных документов новых бизнес-единиц. Предрегистрационные процедуры в процессе учреждения новых бизнес-единиц. Регистрация бизнес-единицы

***Тема 6. Разработка инструментов управления бизнесом на посевной фазе стартапа***

Разработка инструментов планирования, организации, мотивации, контроля реализации стартап-проекта. Доработка предстартовой бизнес-модели, разработка бизнес-плана. Разработка инструментов предпринимательского селф-менеджмента. Презентация бизнес-плана стартапа бизнес-проекта перед инвесторами.

***Тема 7. Наём и формирование коллектива участников стартапа на посевной фазе***

Формирование кадрового состава новых бизнес-единиц, включая отбор претендентов и оформление их на работу. Создание внутрифирменной системы менеджмента персонала. Формирование внутрифирменной (организационной) культуры новых бизнес-единиц. Обустройство рабочих мест и рабочего пространства стартапа.

***Тема 8. Сегментация внешнефирменного окружения, бренд-билдинг, бренд-имидж и проектирование модели обеспечения безопасности на посевной фазе***

Построение внутреннего и внешнего имиджа нового бизнеса, новой бизнес-единицы – имидж-билдинг. Создание и укоренение «правильной» репутации владельцев нового бизнеса. Построение положительно запоминающих брендов новой бизнес-единицы и ее товаров, услуг, работ - бренд-билдинг. Применение инструментов раскрутки нового бизнеса. Проектирование модели обеспечения безопасности стартапа

***Тема 9. Тестирование нового продукта, ценностных предложений, воронок продаж, пользовательских сценариев, экономической и финансовой модели стартпа на «ранних» клиентах***

Выпуск пробных партий нового продукта и тестирование нового продукта на «ранних» клиентах. Пошаговое построение эффективной воронки продаж: формирование интереса к УТП; отработка возражений клиентов к УТП; закрытие сделки; аналитика эффективности воронки продаж.

Использование каналов первых продаж. Организация первых продаж. Стимулирование первых продаж. Контроль первых продаж.

***Тема 10. Бизнес-коммуникации и команда-стартапа в процессе работы с «ранними» клиентами***

Тестирование системы бизнес-коммуникаций с окружением и модели обеспечения безопасности нового бизнеса в процессе работы с «ранними» клиентами. Доработка стратапа по результатам тестирования.

***Тема 11. Бренд-билдинг и бренд-имидж в процессе работы с «ранними» клиентами***

Тестирование брендов бизнес-единицы и нового продукта, имиджа стартапа, репутации владельцев нового бизнеса в процессе работы с «ранними» клиентами. Доработка стратапа по результатам тестирования.

***Тема 12. Тестирование инструментов управления бизнесом на раннем этапе запуска стартапа***

Тестирование бизнес-модели стартапа, бизнес-плана и других инструментов управления собственным бизнесом, в том числе предпринимательского селф-менеджмента в процессе работы с «ранними» клиентами. Доработка стратапа по результатам тестирования.

***Тема 13. Укрупнение партий нового продукта, применение ценностных предложений, воронок продаж, пользовательских сценариев, экономической и финансовой модели стартпа на целевом сегменте рынка***

Привлечение целевого сегмента рынка и применение воронок продаж в работе с ним. Формирование стабильных каналов продаж нового продукта. Направление ценностных предложений целевому сегменту рынка. Монетизация стартапа.

***Тема 14. Бизнес-коммуникации и команда-стартапа в процессе работы с целевым сегментом рынка***

Отладка и доработка системы бизнес-коммуникаций с окружением и модели обеспечения безопасности нового бизнеса в процессе работы с целевым сегментом рынка.

***Тема 15. Бренд-билдинг и бренд-имидж в процессе работы с целевыми сегментами рынка***

Тестирование и доработка брендов бизнес-единицы и нового продукта, имиджа стартапа, репутации владельцев нового бизнеса в процессе работы с целевым сегментом рынка.

***Тема 16. Развитие стартапа бизнес-проекта***

Направления акселерации деятельности на занятых сегментах для увеличения доли рынка.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе преподавания дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекции, практикумы по решению задач, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

***Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

***Методические указания для обучающихся по выполнению практического домашнего задания***

Практические задания используются для контроля факта приобретения обучающимися знаний и практических умений по соответствующей теме изучаемой дисциплины.

Выполнение практического задания осуществляется обучающимися в режиме самостоятельной (внеаудиторной) работы

Пример практического задания по одной из тем курса имеется в разделе X настоящей Программы.

Выполненные практические задания по теме/темам дисциплины сдаются обучающимися на проверку преподавателю на предпоследнем практическом занятии. На последнем занятии, при подведении итогов ТКУ, преподаватель возвращает обучающимся проверенные задания с проставленными на них баллами.

***Методические указания для обучающихся по участию в проведении дидактической игры.***

Дидактическая игра – совместная деятельность обучаемых, направленная на нахождение путей оптимального решения поставленной задачи в соответствии с выбранной или назначенной ролью с целью выработки коммуникативных навыков, развития мышления, умения применять полученные теоретические знания на практике, быстроты оценки ситуации и принятия решения. Дидактическая игра позволяет вовлекать участников в моделирование процессов будущей профессиональной деятельности, развивает помимо профессиональных навыков, аналитические, рефлексивные способности, умение организовать собственную деятельность и деятельность группы.

Прежде чем приступать к участию в дидактической игре, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса «Конкурентоспособный стартап»;
- получить от преподавателя информацию о целях и практических задачах игры, о порядке проведения дидактической игры, критериях оценки действий участников игры;
- получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы, описание игровой ситуации и конкретную роль в дидактической игре с разъяснением функций и порядка действий по сценарию;

По итогам проведения дидактической игры, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы.***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по курсу определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающийся взаимодействует с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

*Работа по выполнению заданий*

Практические задания выполняются индивидуально. При выполнении практических заданий следует руководствоваться следующими общими рекомендациями. Для выполнения практического задания необходимо внимательно прочитать задание, изучить рекомендуемую литературу, в т.ч. дополнительную.

Каждое задание предполагает решение задач стартапа.

Совокупность выполненных заданий должно привести к созданию

стартап-фирмы и выведению её на относительный уровень конкурентной устойчивости.

*Выполнение заданий должно завершаться достижением результата, который оформляется в виде отчета.*

*Оформление отчетов*

Подготовка отчетов направлена на развитие и закрепление у обучающихся навыков самостоятельного глубокого, творческого и всестороннего анализа научной, методической и другой литературы по актуальным проблемам дисциплины; на выработку навыков и умений грамотно и убедительно излагать материал, формирование практических навыков в области проведения стартапов новых бизнес-проектов.

Отчеты должны отвечать высоким квалификационным требованиям в отношении практического содержания и оформления.

Отчет должен отражать результат работы обучающегося на стартапом нового бизнес-проекта. Объем отчета не ограничен.

*Шаблон отчета:*

*Отчет должен включать следующие разделы:*

Раздел 1.

Наименование задания

Описание этапов и процесса выполнения

Описание ресурсов, которые были использованы в процессе выполнения задания (материальные, финансовые, кадровые и т.д.)

Раздел 2. Описание и подтверждение факта достижения результата (выполнения задания):

Если результаты достигнуты, необходимо кратко описать алгоритм достижения результатов.

Если результаты не достигнуты, необходимо проанализировать причины неудачи и описать пути скорейшего исправления ситуации.

В приложении (приложения) к отчету могут выноситься таблицы, графики, схемы и другие вспомогательные материалы, на которые имеются ссылки в тексте отчета.

*Работа с рекомендуемой литературой и удаленными базами данных и знаний*

Самостоятельная работа с рекомендованной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными, посвященными материалам по созданию стартап-фирм и доведению их до конкурентной устойчивости является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует формированию конструктивных подходов к выполнению практическим заданий преподавателя и критического отношения к чужому опыту.

Особое внимание обучающийся должен обратить на основные шаблоны инструментов курса «Конкурентоспособный стартап». Необходимо подробно разбирать задания, полученные от

преподавателя.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курсов, предшествующих курсу «Конкурентоспособный стартап».

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке и выполнении заданий, отчетов, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

***Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины***

| **Наименование темы** | **Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение** | **Формы самост. работы** | **Форма текущего контроля** |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Разработка и тестирование MVP на посевной фазе* | Разработка технических заданий для прототипов, минимально-жизнеспособных продуктов (далее - MVP). Разработка прототипов (MVP). Тестирование разработанных прототипов (MVP). Преобразование прототипов в готовый продукт/услугу. Процесс получения инсайтов от пользователей для создания, проверки и оптимизации идей развития продукта с помощью интервью и структурированных экспериментов – Касдев (costumer development). | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка отчета по практическому заданию. | Отчет по практическому заданию |
| *Тема 2. Разработка ценностных предложений, пользовательских сценариев и воронок продаж на посевной фазе* | Разработка ценностного предложения. Разработка пользовательского сценария. Формирование каналов продаж. Формирование воронки продаж. Расчет конверсии воронки продаж. Автоматизация воронки продаж при помощи инструментов автоматизации. Структура автоматической воронки продаж по Райану Дайсу. Пошаговое построение эффективной воронки продаж: создание качественного уникального торгового предложения; получение «холодных» клиентов; формирование интереса к УТП; отработка возражений клиентов к УТП; закрытие сделки; аналитика эффективности воронки продаж; повышение конверсии воронки продаж. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка отчета по практическому заданию. | Отчет по практическому заданию |
| *Тема 3. Экономика стартапа на* | Обеспечение ресурсных условий выполнений стартап-проекта. Определение рабочих мест и | Работа с литературой, включая ЭБС, | Отчет по практическому заданию |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самост. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| *посевной фазе* | рабочего пространства. Подключение к инфраструктуре стартапов. Расчет ключевых экономических показателей новой бизнес-единицы | источниками в сети Internet. Подготовка отчета по практическому заданию. | |
| *Тема 4. Разработка финансовой модели на посевной фазе* | Расчет показателей прибыли и убытков бизнес-единиц. Расчет показателей движения денежных средств бизнес-единиц. Состояние баланса новых бизнес-единиц. Ключевые показатели эффективности (KPI) стартапов. Разработка финансовой модели стартапа. Привлечение инвестиций в стартап. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка отчета по практическому заданию. | Отчет по практическому заданию |
| *Тема 5. Регистрация бизнес-единицы. Проектирование внутрифирменных регламентов и документооборота новой бизнес-единицы на посевной фазе* | Регистрации учредительных документов новых бизнес-единиц. Предрегистрационные процедуры в процессе учреждения новых бизнес-единиц. Регистрация бизнес-единицы | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка отчета по практическому заданию. | Отчет по практическому заданию |
| *Тема 6. Разработка инструментов управления бизнесом на посевной фазе стартапа* | Разработка инструментов планирования, организации, мотивации, контроля реализации стартап-проекта. Доработка предстартовой бизнес-модели, разработка бизнес-плана. Разработка инструментов предпринимательского селф-менеджмента. Презентация бизнес-плана перед инвесторами. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка отчета по практическому заданию. | Отчет по практическому заданию |
| *Тема 7. Наём и формирование коллектива участников стартапа на посевной фазе* | Формирование кадрового состава новых бизнес-единиц, включая отбор претендентов и оформление их на работу. Создание внутрифирменной системы менеджмента персонала. Формирование внутрифирменной (организационной) культуры новых бизнес-единиц. Обустройство рабочих мест и рабочего пространства стартапа. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка отчета по практическому заданию. | Отчет по практическому заданию |
| *Тема 8. Сегментация* | Построение внутреннего и внешнего имиджа нового бизнеса, | Работа с литературой, | Дидактическая игра |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самост. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| *внешнефирменного окружения, бренд-билдинг, формирование имиджа стартапа и проектирование модели обеспечения безопасности на посевной фазе* | новой бизнес-единицы – имидж-билдинг. Создание и укоренение «правильной» репутации владельцев нового бизнеса. Построение положительно запоминающих брендов новой бизнес-единицы и ее товаров, услуг, работ - бренд-билдинг. Применение инструментов раскрутки нового бизнеса. Проектирование модели обеспечения безопасности стартапа | включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка к дидактической игре. | |
| *Тема 9. Тестирование нового продукта, ценностных предложений, воронок продаж, пользовательских сценариев, экономической и финансовой модели стартпа на «ранних» клиентах* | Выпуск пробных партий нового продукта и тестирование нового продукта на «ранних» клиентах. Пошаговое построение эффективной воронки продаж: формирование интереса к УТП; отработка возражений клиентов к УТП; закрытие сделки; аналитика эффективности воронки продаж. Использование каналов первых продаж. Организация первых продаж. Стимулирование первых продаж. Контроль первых продаж. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка отчета по практическому заданию. | Отчет по практическому заданию |
| *Тема 10. Бизнес-коммуникации и команда стартапа в процессе работы с «ранними» клиентами* | Тестирование системы бизнес-коммуникаций с окружением и модели обеспечения безопасности нового бизнеса в процессе работы с «ранними» клиентами. Доработка стратапа по результатам тестирования | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка отчета по практическому заданию. | Отчет по практическому заданию |
| *Тема 11. Бренд-билдинг и формирование имиджа стартапа в процессе работы с «ранними» клиентами* | Тестирование брендов бизнес-единицы и нового продукта, имиджа стартапа, репутации владельцев нового бизнеса в процессе работы с «ранними» клиентами. Доработка стратапа по результатам тестирования | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка отчета по практическому заданию. | Отчет по практическому заданию |
| *Тема 12. Тестирование инструментов управления бизнесом на раннем этапе запуска стартпа* | Тестирование бизнес-модели стартапа, бизнес-плана и других инструментов управления собственным бизнесом, в том числе предпринимательского селф-менеджмента в процессе работы с «ранними» клиентами. Доработка | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка отчета по | Отчет по практическому заданию |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самост. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| | стратапа по результатам тестирования | практическому заданию. | |
| *Тема 13. Укрупнение партий нового продукта, применение ценностных предложений, воронок продаж, пользовательских сценариев, экономической и финансовой модели стартпа на целевом сегменте рынка* | Привлечение целевого сегмента рынка и применение воронок продаж в работе с ним. Формирование стабильных каналов продаж нового продукта. Направление ценностных предложений целевому сегменту рынка. Монетизация стартапа | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка отчета по практическому заданию. | Отчет по практическому заданию |
| *Тема 14. Бизнес-коммуникации и команда стартапа в процессе работы с целевым сегментом рынка* | Отладка и доработка системы бизнес-коммуникаций с окружением и модели обеспечения безопасности нового бизнеса в процессе работы с целевым сегментом рынка | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка отчета по практическому заданию. | Отчет по практическому заданию |
| *Тема 15. Бренд-билдинг и формирование имиджа стартапа в процессе работы с целевыми сегментами рынка* | Тестирование и доработка брендов бизнес-единицы и нового продукта, имиджа стартапа, репутации владельцев нового бизнеса в процессе работы с целевым сегментом рынка | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка отчета по практическому заданию. | Отчет по практическому заданию |
| *Тема 16. Развитие стартапа бизнес-проекта* | Направления акселерации деятельности на занятых сегментах для увеличения доли рынка | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка отчета по практическому заданию. | Отчет по практическому заданию |

# 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1. Спиридонова, Е. А. Создание стартапов : учебник для вузов / Е. А. Спиридонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14065-1. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. Управление собственным бизнесом / Ю. Б. Рубин – 17-е изд., перераб. и доп. – М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2021, Главы 1, 3, 5, 10-12.

***Дополнительная литература:***

1. Сергеев, А. А. Бизнес-планирование : учебник и практикум для вузов / А. А. Сергеев. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 456 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15430-6. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. Хотяшева О. М. Инновационный менеджмент : учебник и практикум для вузов / О. М. Хотяшева, М. А. Слесарев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 326 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00347-5. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

## 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № | Наименование реурса | Ссылка |
|---|---|---|
| 1. | Venture News | http://www.venture-news.ru/ |
| 2. | Национальное содружество бизнес-ангелов | http://www.russba.ru/ |
| 3. | Российская Ассоциация прямого и венчурного инвестирования | http://www.rvca.ru/rus/ |
| 4. | Ассоциация бизнес-ангелов "Стартовые инвестиции" | www.start-invest.ru |
| 5. | Национальная ассоциация бизнес-ангелов (НАБА) | http://rusangels.ru/naba/index/ |
| 6. | Полезные материалы для стартаперов | http://inc.hse.ru/materials/materials |
| 7. | Успешные стартапы | https://incrussia.ru/frii/ |
| 8. | Бизнес идеи, новые технологии, инвестиции, онлайн бизнес. СТАРТАПЫ. РУ. | http://startapy.ru/ |
| 9. | Каталог российских стартапов и технологических проектов | https://spark.ru/startups/ |

## 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)

• Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

• Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

• Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

• Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

• Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)

• Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки |
|---|---|---|
| 1 | Практическое задание | «5» – грамотное использование терминологии стартапа, свободное изложение результата выполненных функциональных задач стартапа бизнес-проекта, логичность и обоснованность выводов;<br>«4» - задание выполнено на 70%, либо 30 % заданий выполнено не верно, предложены рекомендации по исправлению ошибок;<br>«3» - задание выполнено менее чем на 50%, либо 50% заданий выполнено не верно, предложены рекомендации по устранению ошибок/доработке заданий.<br>«0» - задание не выполнено, функциональные задачи стартапа бизнес-проекта не решены. |
| 2 | Дидактическая игра | Технология оценки дидактической игры:<br>«25» – принимает активное участие в работе группы, предлагает собственные варианты решения проблемы, выступает от имени группы с рекомендациями по рассматриваемой проблеме либо дополняет ответчика;<br>20» – принимает активное участие в работе группы, участвует в обсуждениях, высказывает типовые рекомендации по рассматриваемой проблеме, готовит возражения оппонентам, однако сам не выступает и не дополняет ответчика;<br>«10» – принимает участие в работе группы, однако предлагает не аргументированные, не подкрепленные фактическими данными решения. |

***Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости***

***<u>Типовые практические задания</u>***

**Задание № 1**

**Цель: Разработка и тестирование MVP на посевной фазе**

**Содержание задания:**

1. Разработайте MVP бизнес-проекта.

2. Включите ссылку (или описание) на доработанный MVP вместе с описанием доработанного функционала и списком реализованных улучшений в итоговый отчет.

3. Подготовьте итоговый отчет по лабораторному практикуму №1.

**Содержание этапов разработки MVP:**

- **1 этап:** прототип (prototype) – техническое задание с подробным описанием свойств нового продукта;
- **2 этап:** работающий прототип (working prototype) – проект нового продукта или сам продукт, обладающий пока только общими функциональными признаками;

**Для продукта**

**Для создания прототипа можно использовать следующие инструменты:**

- 3d принтер
- Программы для 3d проектирования
- Коробки из-под обуви, игрушек, старой техники и пр. Этот картон можно использовать для своего прототипа;
- Упаковки от продуктов, например, молочные коробки тоже могут подойти для конструкции. Например, коробку из-под молока можно использовать как каркас некоего объекта;
- Плотная бумага, цветной картон, который продается во всех канцелярских и книжных магазинах;
- Мягкая игрушка, которую не жалко и с которой не связаны теплые воспоминания – пустить ее под ножницы. Ее “мех”, синтепон, глаза, пуговицы и т.д. могут пригодиться. То же самое можно сделать и с игрушками из жестких материалов;
- Пенопласт из коробок от бытовой техники может заменить пеноплекс;
- Пластилин.

**Для услуги – представить подробное описание действий в рамках услуги.**

**Практика:**

- **3 этап:** альфа-версия проекта продукта или самого продукта

(alpha) – проект продукта или сам продукт созданы, но еще не протестированы; в процессе общего и пользовательского тестирования продукта в него добавляются некоторые детали, которые не были додуманы на стадии составления технического задания; - **после обсуждения с экспертами**

- **4 этап:** закрытая бета-версия проекта нового продукта или самого продукта (private beta) – проект или продукт уже находятся в виде, близком к тому, каким его видят стартаперы;
- **5 этап:** публичная бета-версия проекта нового продукта или самого продукта (public beta) – проект или продукт уже находятся в виде, близком к тому, каким его видят первые «ранние» потребители.

**Задание № 2**

**Цель: Разработка ценностных предложений, пользовательских сценариев и воронок продаж на посевной фазе**

**Содержание задания:**

**1. Содержание этапов разработки ценностного предложения:**

Этап 1.

Выберите один потенциальный сегмент вашей целевой аудитории и сформулируйте для него, чем полезен ваш продукт для этого потребителя, ответив на вопросы: • какие боли он снимает? • какую выгоду он приносит? • какую работу пользователя выполняет?

Этап 2.

1. Сформулируйте ценностное предложение для вашего продукта, ответив последовательно на вопросы и заполнив список вопросов, представленный ниже. Помните, что ценностное предложение должно представлять собой не более одного-двух предложений:

- напишите от 3 до 5 преимуществ вашего продукта, то есть чем вы известны/что вы делаете хорошо;
- напишите от 3 до 5 аспектов, которые ожидает/хочет ваш потребитель от вашего продукта;
- напишите, к чему следует стремиться, чтобы удовлетворить потребности клиентов;
- составьте список из ключевых слов и фраз, которые важно включить при описании продукта в ценностное предложение.

Подумайте об основных характеристиках, преимуществах, отличиях от конкурента вашего продукта;

- сформулируйте ценностное предложение (не более одного-двух предложений).

2. Протестируйте его на 5 потенциальных представителях своей потенциальной целевой аудитории. Поделитесь обнаруженными ошибками, находками, замечаниями, предложениями коллег в результате тестирования ценностного предложения.

3. После тестирования промежуточного варианта ценностного предложения на потенциальной целевой аудитории, сформулируйте его финальную версию.

**2. Содержание этапов разработки пользовательских сценариев:**

1. **Определите, какой пользовательский опыт хотите описать**

В свободной форме: что именно должен сделать пользователь, какой процесс будете изучать.

2. **Составьте портрет клиента**

Проработайте портреты ваших потенциальных потребителей, чтобы посмотреть на процесс глазами реального потребителя.

3. **Проработайте пользовательские истории**

Что, как, зачем, в каком порядке, когда — все, что делает пользователь, чтобы оформить заказ. Проработанный на предыдущем шаге портрет даст возможность с большой точностью описать мотивы и приоритеты покупателя.

4. **Конкретизируйте истории до уровня сценария**

Объедините истории в концептуальные и конкретизированные сценарии. Опишите их максимально подробно.

5. **Выделите разные сценарии использования**

На основе сценариев выделите и проработайте разные варианты взаимодействия с потенциальным потребителем. Взгляните на процессы глазами потребителей в конкретных ситуациях.

Для создания пользовательских сценариев используйте следующие инструменты:

- стикеры,
- Программы Excel или Google Таблицы,
- Программы для проработки бизнес-процессов,
- интеллект-карты.

**3. Содержание этапов разработки воронок продаж:**

**Разработайте воронки продаж для потенциальных клиентов с описанием следующих процессов:**

1. начальный контакт для информирования неосведомленных клиентов (1);

2. превращение базовой информации о новом продукте в объект интереса клиентов (2);

3. превращение интереса клиентов в объект устойчивого стремления приобрести новый продукт (3);

4. превращение нового продукта в объект купли-продажи (4);

5. заключение сделки купли-продажи нового продукта (5).

**4. Подготовьте итоговый отчет по лабораторному практикуму №2.**

**Задание № 3**

**Цель: разработка экономической модели стартапа**

**Содержание задания:**

**Разработайте экономическую модель стартапа, которая бы включала ответы на следующие вопросы:**

1) Какие ресурсы необходимы Вам для проведения стартапа?

2) Опишите способы обеспечения ресурсами Вашего стартапа: перечислите поставщиков необходимых ресурсов.

3) Какая инфраструктура стартапов существует в вашем регионе и какие меры поддержки предпринимательства реализуются в данном регионе и в стране?

4) Как Вы планируете использовать инфраструктуру стартапов и меры поддержки?

5) Опишите ваше рабочее место и рабочие места сотрудников (при наличии).

6) Опишите каналы внутрифирменной и межфирменной логистики, которые Вы будете использовать в процессе проведения стратапа.

**Задание № 4**

**Цель: разработка финансовой модели стартапа**

**Содержание задания:**

1. Спрогнозируйте инвестиции на открытие, заполнив таблицу 4.1.

2. Спрогнозируйте ежемесячные издержки, заполнив таблицу 4.2.

3. Основываясь на структуре доходов, рассчитайте потенциальный уровень доходов своего проекта в месяц, заполнив таблицу 4.3.

4. Рассчитайте основные показатели бизнес-проекта, заполнив таблицу 4.4.

5. Выявите факторы (драйверы) роста доходов. Проанализировав источники доходов, выявите основные факторы, способствующие их росту. Перечислите основные, на Ваш взгляд, драйверы для Вашего проекта и отразите их в отчете.

6. Подготовьте итоговый отчет с описанием разработанной финансовой модели стартапа. Отчет должен включать таблицы 4.1- 4.4. Также необходимо описать бизнес-модель и финансовый календарь, используя документ «Финансовая модель (шаблон).xlsx. (лист 3 и 4). Лист 1 и 2 – пример заполнения бизнес-модели и финансового календаря.

**Таблица 4.1. «Инвестиции на открытие»**

| | |
|---|---|
| Регистрация бизнес-единицы | |
| Дизайн-проект помещения* | |
| Ремонт* | |
| Вывеска* | |
| Рекламная кампания | |

| | |
|---|---|
| Аренда на время ремонта* | |
| Закупка оборудования* | |
| Прочее | |
| Итого | |

***(по необходимости)**

**Таблица 4.2. «Ежемесячные затраты»**

| | |
|---|---|
| ФОТ (включая отчисления) | |
| Аренда | |
| Амортизация | |
| Коммунальные услуги | |
| Реклама | |
| Бухгалтерия (удаленная) | |
| Закупка расходников | |
| Непредвиденные расходы | |
| Итого | |

**Таблица 4.3. «Объемы выполненных услуг/работ/ проданных товаров/»**

| №п\п | Наименование | Кол-во | Сумма | В месяц |
|---|---|---|---|---|
| 1 | | | | |
| 2 | | | | |
| 3 | | | | |
| 4 | | | | |
| 5 | | | | |
| Итого за месяц | | | | |

**Таблица 4.4. «Основные показатели»**

| | |
|---|---|
| Сумма первоначальных инвестиций | |
| Точка безубыточности (мес.) | |
| Срок окупаемости (мес.) | |
| Средняя ежемесячная прибыль | |
| Ставка дисконтирования, % | |
| Дисконтированный срок окупаемости — DPB, мес. | |
| Чистый дисконтированный доход — NPV, руб. | |
| Индекс прибыльности — PI | |

| | |
|---|---|
| Внутренняя норма рентабельности — IRR,% | |
| Рентабельность продаж, % | |

**Задание № 5**

**Цель: зарегистрировать бизнес-единицу. Спроектировать внутрифирменные регламенты и документооборот новой бизнес-единицы**

**Содержание задания:**

1. Придумать новую бизнес-единицу;
2. Разработать внутрифирменные регламенты;
3. Разработать документооборот новой бизнес-единицы.
4. Подготовьте итоговый отчет с приложением документов:

- Свидетельство о регистрации
- Регламенты новой бизнес-единицы
- Схема движения документов в новой бизнес-единице

**Задание № 6**

**Цель: доработка инструментов управления бизнесом на посевной фазе стартапа**

**Содержание задания:**

**1.** Разработайте инструменты планирования, организации, мотивации, контроля реализации стартап-проекта;

**2.** Доработайте предстартовую бизнес-модель стартапа бизнес-проекта;

**3.** Доработайте бизнес-план стартап бизнес-проекта в соответствии с шаблоном, представленном в приложении 1.

Бизнес-план должен содержать следующие разделы:

- Вводная часть или резюме проекта;
- Описание товаров и услуг;
- Анализ рынка и маркетинговая стратегия;
- Производственный план;
- Организационный план;
- Финансовый план и бюджетирование;
- Ожидаемые результаты, оценка рисков и перспективы развития.

**4.** Разработайте инструменты предпринимательского селф-менеджмента.

**Задание № 7**

**Цель: сформировать коллектив сотрудников новой бизнес-единицы, сопровождающийся оформлением в соответствии с Трудовым кодексом РФ.**

**Содержание задания:**

1) Определить способ подбора персонала;

2) Составьте перечень сотрудников, подобрав их на сайте hh.ru, profi.ru, среди студентов/друзей;

3) Опишите порядок подбора/отбора/приема/повышения/увольнения персонала;

4) Составьте организационную структуру стартапа.

**Заполните таблицу 7.1.:**

| **Сотрудник** | **Функциональные обязанности** | **Заработная плата** |
|---|---|---|
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

**Пример для заполнения таблицы:**

В студии дизайна интерьеров на постоянной основе работают три человека: руководитель проекта, графический дизайнер и менеджер. В режиме удаленной работы студия сотрудничает с дизайнером, который делает 3D-визуализацию по готовым эскизам. Бухгалтер также привлекается только для сдачи отчетности.

**Функциональные обязанности сотрудников компании**

**Ведущий дизайнер**

1. Встречается с заказчиком, формирует техническое задание, разрабатывает концепт-идею проекта;

2. Совершает выезды на объекты и проводит консультации;

3. Занимается поисками поставщиков, заключает договора;

4. Взаимодействует с подрядчиками;

5. Отслеживает все этапы выполнения проекта;

6. Ведет авторский надзор и управление стройкой;

7. Принимает ключевые управленческие решения в студии;

8. Принимает на работу и увольняет сотрудников, распределяет обязанности внутри коллектива, рассчитывает заработную плату;

9. Ответственен за формирование портфолио;

10. Презентует готовый проект заказчику.

Графический дизайнер студии

1. Выезжает на замеры, делает фотофиксацию объекта;

2. Разрабатывает планировочные решения по готовому техническому заданию;

3. Делает эскизы, составляет референсы, осуществляет подбор материалов;

4. Составляет всю рабочую документацию;

5. Согласовывает каждый эскиз с ведущим дизайнером, презентует окончательный вариант.

**Менеджер студии**

1. Осуществляет связь с действующим клиентом по организационным вопросам (встречи, переписка, уведомления; фиксация принятых решений или правок, произведенных оплат).

2. Ведет протокол встреч и корректировок (составляет резюме разговора; подтверждает актуальность; добивается письменного подтверждения от клиента; следит, чтобы без подтверждения работа не продолжалась).

3. Взаимодействует с поставщиками по организационным вопросам. Поиск новых поставщиков, рассмотрение коммерческих предложений, составление списка поставщиков, регулярные напоминания по срокам.

4. Организует внутреннюю работу студии (покупка расходных материалов; контроль за исправными платежами за связь/интернет/коммуникации/воду; уборка офиса; организация общих собраний, напоминание всем сотрудникам; ведение журнала посещаемости, контроль за дисциплиной).

5. Представляет студию внешним агентам (ведение группы ВК, написание статей; сбор и описание портфолио; подготовка описания проектов; рекламные тексты, размещение информации о студии; контроль работы сайта, своевременное заполнение).

6. Осуществляет связь с потенциальными клиентами (прием входящих звонков; обработка заявок с сайта).

7. Осуществляет связь с сотрудниками на удаленном режиме работы (поиск новых сотрудников; уведомление о сроках проекта; выбор условий сотрудничества; оплата работ).

Заработная плата всех работников формируется из двух частей: оклад и проценты от заказа.

Визуализатор, который работает в удаленном режиме, получает оплату в зависимости от объема работы. В среднем стоимость готовых картинок составляет от 300 до 500 рублей за кв.м.

**Пример порядка приема/отбора/увольнения персонала**

**Прием персонала**

1. При приеме на работу кадровая служба (специалист, на которого возложены данные функции) в соответствии с действующим законодательством и инструкциями:

- Запрашивает у принимаемого сотрудника документы* (паспорт, трудовая книжка, заявление, анкета, фотографии, результаты медосмотра, военный билет, медицинский полис, пенсионное свидетельство, справку о заработной плате с последнего места работы и т. д.).
- На основании завизированного руководителем структурного подразделения заявления готовит проект приказа о приеме на работу.
- Проводит разъяснение политики предприятия в области управления трудовыми ресурсами, проводит беседы об истории предприятия, этапах развития, миссии и целях, традициях, лучших людях, которыми гордится предприятие; разъясняет права и обязанности вновь принятых, знакомит с правилами внутреннего трудового распорядка, коллективным договором; вручает памятку; организует прохождение инструктажа по технике безопасности.

2. В соответствии со ст. 68 ТК РФ прием на работу оформляется приказом (распоряжением) работодателя, изданным на основании заключенного трудового договора. Приказ объявляется работнику под расписку в 3-х дневный срок со дня подписания трудового договора. По требованию работника работодатель обязан выдать ему надлежащую заверенную копию приказа (распоряжения). После прохождения обучения по технике безопасности, подписания приказа и оформления пропуска сотрудник направляется в подразделение.

3. При приеме на работу работодатель обязан ознакомить работника с действующими в организации правилами внутреннего трудового распорядка, иными локальными нормативными актами, имеющими отношение к трудовой функции работника, а также знакомит с сотрудниками и закрепляет за ним ответственного работника (наставника), назначенного приказом, для адаптации и профориентации.

В ст. 65 ТК РФ установлен перечень документов, предъявляемых работодателю нанимаемым при заключении трудового договора:

- паспорт или иной документ, удостоверяющий личность;
- трудовую книжку, за исключением случаев, когда трудовой договор заключается впервые или работник поступает на работу на условиях совместительства;
- страховое свидетельство государственного пенсионного страхования;
- документы воинского учета — для военнообязанных и лиц, подлежащих призыву на военную службу;
- документ об образовании, квалификации или наличии специальных знаний — при поступлении на работу, требующую специальной подготовки.

В отдельных случаях при заключении договора работодатель может потребовать предъявления дополнительных документов.

**Перевод персонала/Повышение в должности**

Повышение сотрудников в должности осуществляется на основании анализа деятельности сотрудника, оценки его работы (аттестации).

Перед повышением в должности руководители и специалисты зачисляются в резерв на повышение для проведения необходимой дополнительной подготовки, стажировки.

Повышение квалификации специалистов осуществляется на основании комплексной оценки (аттестации), проводимой «Экспертным советом» под руководством директора.

Резерв на повышение в должности формируется Кадровой службой на основании предложений руководителей структурных подразделений и по итогам комплексной оценки (аттестации).

**Перемещение «по горизонтали»**

Кадровая служба предприятия систематически осуществляет перевод руководителей и специалистов по «горизонтали» в той же должности (с их согласия) в другие службы, отделы (кадровая ротация):

- для расширения кругозора, повышения потенциальных возможностей сотрудников, находящихся в резерве на выдвижение;
- для перевода хорошо зарекомендовавших специалистов на более престижную и высокооплачиваемую работу;
- по состоянию здоровья кадрового сотрудника на более простую работу или работу с меньшим объемом нагрузки.

**Перевод на другую работу (перемещение)**

Переводом на другую работу в той же организации по инициативе работодателя признается, в частности, поручение работы,

не соответствующей специальности, квалификации, должности (т. е. изменение трудовой функции), либо работы, при выполнении которой изменяется размер зарплаты, льготы, преимущества и другие существенные условия трудового договора, а равно перевод на постоянную работу в другую организацию либо в другую местность.

При неудовлетворительной оценке результатов деятельности сотрудника, проверки комиссией, ревизией администрация предприятия представляет сотруднику срок (до 3-х месяцев) для приведения показателей своей работы в соответствие с требованиями, предъявляемыми к данной должности.

При невыполнении поставленных задач в установленные сроки, администрация переводит сотрудника на другую должность, работу, оплату труда.

При переводе сотрудника на должность ниже прежней без его согласия обязательно письменное подтверждение его несоответствия занимаемой должности.

**Только с письменного работника допускается:**

- перевод работника на другую работу и перемещение (ст. 72 ТК РФ);
- перевод на работу, требующую более низкой квалификации (ст. 73 ТК РФ);
- направление работников отдельной категории в служебные командировки, привлечение к сверхурочной работе, работе в ночное время, выходные и праздничные дни (ст. 99, 113, 259, 290 ТК РФ).

В соответствии со ст. 72 ТК РФ не является переводом на другую постоянную работу и не требует согласие работника:

- перемещение его в той же организации на другое рабочее место;
- в другое структурное подразделение этой организации в той же местности;
- поручение работы на другом механизме или агрегате, если это не влечет изменение трудовой функции и изменение существенных условий трудового договора.

По причинам, связанным с изменением организационных или технологических условий труда, допускается изменение определенными сторонами существенных условий трудового договора (пересмотр систем и размеров оплат, режима рабочего времени, введение совмещения профессий) по инициативе работодателя при продолжении работником работы без изменения трудовой функции. Вместе с тем о таких изменениях работники должны быть поставлены в известность не позднее, чем за 2 месяца.

В случае несогласия работника на продолжение работы в новых условиях работодатель обязан предложить работнику (в письменной форме) имеющуюся в организации другую работу, соответствующую квалификации и состоянию здоровья, а при отсутствии такой работы — вакантную нижестоящую должность или нижеоплачиваемую работу, которую работник может выполнять с учетом его квалификации и состояния здоровья.

При отсутствии такой работы, а также в случае отказа работника от предложенной работы трудовой договор прекращается в соответствии с п. 7 ст. 77 ТК РФ.

Перевод работника на работу в другую местность влечет за собой изменения не только места работы, но и места жительства.

Понятие «другая местность» связывается с другим населенным пунктом по существующему административно-территориальному делению.

**Увольнение персонала**

1. Сотрудник предприятия имеет право уволиться по собственному желанию, предупредив администрацию письменно за две недели до увольнения. Заявление об увольнении с визой руководителя структурного подразделения сдается в отдел кадров для получения обходного листа. Подписанный обходной лист возвращается в Кадровую службу в последний день работы; увольняющийся работник знакомится с приказом об увольнении и получает трудовую книжку.

2. В соответствии с ТК РФ администрация предприятия имеет право уволить сотрудника в случаях:

- несоответствия занимаемой должности по состоянию здоровья (по заключению ВТЭК);
- отказа от работы в связи с изменением существенных условий труда;
- систематического неисполнение работником без уважительных причин обязанностей, возложенных на него трудовым договором (контрактом) или правил внутреннего трудового распорядка, если к работнику ранее применялись меры дисциплинарного или общественного взыскания;
- прогула без уважительных причин, в том числе за отсутствие на рабочем месте более 3-х часов;
- появления на работе в нетрезвом состоянии, состоянии наркотического или токсического опьянения;
- неявки на работу более 4 месяцев подряд вследствие временной нетрудоспособности.

Согласно ТК РФ основанием для увольнения ввиду вышеуказанного служат докладные записки, акт отсутствия на рабочем

месте, акт о нахождении в нетрезвом состоянии на рабочем месте. Акты заверяются подписью трех человек.

В порядке исключения, в случае отсутствия ранее дисциплинарных взысканий, по представлению руководителя подразделения на сотрудника может быть наложено дисциплинарное взыскание.

3. При несогласии сотрудника по результатам аттестации и т.п. с переводом на низкую должность он увольняется с предприятия по пункту ТК РФ.

4. Администрация предприятия при проведении сокращения штата и численности работающих, реорганизации структуры, имеет право уволить сотрудников предприятия, предупредив их письменно за 2 месяца до увольнения.

Прекращение трудового договора влечет за собой прекращение трудовых отношений. Перечень оснований прекращения трудового договора приведен в ст. 77 ТК РФ. Трудовой договор может быть прекращен в следующих случаях:

- по взаимному согласию сторон;
- по инициативе одной из сторон трудового договора, в том числе:
- по инициативе работника, в частности, в связи с его переводом и по его просьбе или с его согласия на работу к другому работодателю или переходом его на выборную должность (ст. 72, 80 ТК РФ);
- по инициативе работодателя (случаи расторжения трудового договора установлены ст. 81 ТК РФ);
- в связи с невозможностью продолжения трудовых отношений, вызванной:
- истечением срока трудового договора;
- обстоятельствами, не зависящими от воли сторон (ст. 83 ТК РФ);
- нарушением установленных правил заключения трудового договора (ст. 84 ТК РФ);
- сменой собственника имущества организации, изменением подведомственности организации либо ее реорганизацией;
- изменением существенных условий трудового договора;
- переездом работодателя в другую местность.
- в связи с отказом работника от продолжения трудовых отношений, в том числе вызванным:

По любому из вышеперечисленных оснований трудовой договор подлежит расторжению, а работник — увольнению с работы. При этом согласно ст. 77 ТК РФ во всех случаях днем увольнения является последний день работы работника, о чем производиться запись в трудовую книжку.

Трудовой договор может быть прекращен и по другим основаниям, предусмотренным ТК РФ и иными федеральными законами.

На практике переводом в другую местность считается не только перевод в другой населенный пункт, но и перевод, при котором работник, проживая на прежнем месте жительства и пользуясь средствами транспорта, не может являться ежедневно к новому месту работы.

**Задание № 8**

**Цель: сегментировать внешнефирменное окружение, бренд-билдинг, бренд-имидж и проектирование модели обеспечения безопасности на посевной фазе**

**Содержание задания:**

1. Сегментируйте внешнефирменное окружение, заполнив таблицу 8.1. (Минимум 7 пунктов);
2. Придумайте наименование бренда;
3. Создайте логотип бренда;
4. Создайте слоган бренда, фирменные звуки и др.;
5. Продумайте формирование ассоциативного ряда у потребителя визуальными образами;
6. Подготовьте брендбук, включающий миссию, философию, систему ценностей бренда;
7. Подготовьте итоговый отчет.

**Таблица 8.1. Сегментация внешнефирменного окружения**

| **№** | **Группа внешнефирменного окружения** | **Характеристика** | **Сфера межфирменного сотрудничества** | **Определить тип конкурентного взаимодействия**<br>1. с кем целесообразно было бы кооперироваться или интегрироваться в одно юридическое лицо;<br>2. от кого следует обязательно обособиться и изолировать свой бизнес;<br>3. с кем нужно искать компромиссное сосуществование. |
|---|---|---|---|---|
| 1. | | | | |
| 2. | | | | |
| 3. | | | | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 4. | | | | |
| 5. | | | | |
| … | | | | |

Примечание:

**Бренд-билдинг**

Этапы создания бренда:

- Исследования рынка предложений и конкуренции;
- Составление стратегии позиционирования продукта;
- Разработки брендового имени, слогана;
- Внедрения вербальных систем идентификации (логотип, brendvoice, фирменные упаковки, брендирование продукции)

В процессе формирования и развития brand может расширяться или «растягиваться». Это происходит, когда появляются новые товары или целые категории.

Растяжение – новые товары внутри уже существующих категорий. Например, шампунь с экстрактом лаванды в категории средств по уходу за волосками на растительной основе.

Расширение – появление новых категорий. Например, ваша марка косметики ранее выпускала только женскую линию, а теперь появляются и мужские коллекции. Так случилось с брендом Nivea, который в процессе выпустил «подбренд» Nivea for man.

Существует также brand in brand. Например, глобальный бренд Procter & Gamble включает более сорока товарных знаков, самые известные и которых: Ariel, Mr. Proper, Blend-a-Med, Head&Shoulders, Pantene, Oral-B, Max Factor, Gillette, бытовая техника Braun и прочие.

Этот прием используют для охвата более массового сегмента, и увеличения прибыли – как следствие.

Существует метод совместного развития брендов. Скажем, условная СТО увешана рекламой масла «Х», его же они рекомендуют применять на своем сайте и страницах в соцсетях. Если человек обслуживал авто в этой СТО и остался доволен – он поверит советам купить именно это масло.

Это работает и на промо акциях. Когда при покупке товара одной фирмы (например, шампуня) вам предлагают в подарок расческу другого (производителя профессионального парикмахерского инструментария). Подобный метод функционирует по предварительной договоренности о параллельном продвижении.

**Задание № 9**

**Цель: Тестирование нового продукта, ценностных предложений, воронок продаж, пользовательских сценариев, экономической и финансовой модели стартпа на «ранних» клиентах**

**Содержание этапов выполнения лабораторного практикума:**

1. Найдите 10 ранних клиентов предположительно вашей целевой аудитории;
2. Продайте товар, окажите услугу или выполните работу для выбранных 10 потенциальных клиентов;
3. Оцените правильность расчетов в экономических и финансовых моделях;
4. Скорректируйте ценностные предложения, воронки продаж, пользовательские сценарии, экономическую и финансовую модель.

**Задание № 10**

**Цель: Тестирование системы бизнес-коммуникаций и команды-стартапа в процессе работы с «ранними» клиентами**

**Содержание задания:**

1. В процессе взаимодействия с ранними клиентами протестируйте систему бизнес-коммуникаций по следующим параметрам:

А) качество работы внутрифирменных и внешнефирменных каналов взаимодействия с окружением;

Б) проверка договорной базы стартапа;

В) тестирование безопасности собственного стартапа;

Г) подготовьте отчет.

**Задание № 11**

**Цель: Бренд-билдинг и бренд-имидж в процессе работы с «ранними» клиентами**

**Содержание задания:**

1. В процессе взаимодействия с ранними клиентами протестируйте бренд и имидж стартапа бизнес-проекта:

Вопросы для тестирования:

- Исследование общего восприятия названия бренда
- Исследование соответствия названия позиционированию бренда
- Исследование соответствия названия товарной категории
- Исследование соответствия имиджа бренда с тестируемым названием
- Исследование воздействия названия на готовность покупки продукта
- Исследование уровня запоминаемости названия
- Исследование легкости, правильности произношения

▪ Исследование соотношения с продуктом
▪ Исследование уровня ассоциативности

2. Протестируйте имидж предпринимателя (собственный имидж) на ранних клиентах

3. Подготовьте отчет

**Задание № 12**

**Цель: Тестирование инструментов управления бизнесом на раннем этапе запуска стартапа**

**Содержание задания:**

1. Основываясь на отчете к лабораторному практикуму №6 и №9, оцените соответствие данных, представленных в разделах бизнес-модели и бизнес-плане, данным, полученным после первых продаж;

2. Протестируйте инструменты управления собственным трудовым ресурсом;

3. Подготовьте отчет, включающий рекомендации по исправлению ошибок.

**Задание № 13**

**Цель: Укрупнение партий нового продукта, применение ценностных предложений, воронок продаж, пользовательских сценариев, экономической и финансовой модели стартапа на целевом сегменте рынка**

**Содержание задания:**

1. Основываясь на отчете к лабораторному практикуму №9, оцените соответствие ценностных предложений, воронки продаж, пользовательских сценариев, экономической и финансовой моделей целевому сегменту рынка;

2. Продайте товар, окажите услугу или выполните работу для выбранных 10 потенциальных клиентов целевого сегмента;

3. Оцените правильность расчетов в экономических и финансовых моделях;

4. Скорректируйте ценностные предложения, воронки продаж, пользовательские сценарии, экономическую и финансовую модель.

5. Подготовьте отчет, включающий рекомендации по исправлению ошибок.

**Задание № 14**

**Цель: Тестирование системы бизнес-коммуникаций и команды-стартапа в процессе работы с целевым сегментом рынка**

**Содержание задания:**

1. В процессе взаимодействия с целевым сегментом рынка протестируйте систему бизнес-коммуникаций по следующим параметрам:

А) качество работы внутрифирменных и внешнефирменных

каналов взаимодействия с окружением;

Б) проверка договорной базы стартапа;

В) тестирование безопасности собственного стартапа;

Г) подготовьте отчет.

**Задание № 15**

**Цель: Бренд-билдинг и бренд-имидж в процессе работы с целевыми сегментами рынка**

**Содержание задания:**

1. В процессе взаимодействия с целевым сегментом рынка протестируйте бренд и имидж стартапа бизнес-проекта:

Вопросы для тестирования:

- Исследование общего восприятия названия бренда
- Исследование соответствия названия позиционированию бренда
- Исследование соответствия названия товарной категории
- Исследование соответствия имиджа бренда с тестируемым названием
- Исследование воздействия названия на готовность покупки продукта
- Исследование уровня запоминаемости названия
- Исследование легкости, правильности произношения
- Исследование соотношения с продуктом
- Исследование уровня ассоциативности

2. Протестируйте имидж предпринимателя (собственный имидж) на ранних клиентах;

3. Подготовьте отчет.

**Задание № 16**

**Цель: Презентация итогов проведения стартапа бизнес-проекта**

**Содержание задания:**

1. Проведите аналитику стартапа бизнес-проекта после завершения фазы запуска стартапа;

2. Опишите направления дальнейшего развития стартапа бизнес-проекта;

3. Подготовьте обоснование необходимости данных направления.

***Типовые задания дидактических (ролевых) игр.***

**Дидактическая игра «Совещание»**

**Цель игры** — приобретение навыков в организации подготовки и проведения деловых совещаний с максимальной эффективностью.

**Порядок проведения игры:**

- При проведении деловой игры распределение ролей не производится, а участниками являются все присутствующие на занятии.
- преподаватель выполняет функции ведущего деловой игры, направляя ее в требуемое русло, а после окончания дискуссии подводит ее итоги.
- Ведущий игры напоминает участникам основные теоретические положения по подготовке деловых совещаний, включающие следующие основные группы действий: планирование совещания; формирование повестки дня; определение состава участников; подготовка участников к совещанию; подготовка к совещанию руководителя; подготовка помещения; непосредственное проведение совещания.

**Задание**

Вы – ведущая строительная компания города Н. В этом году участились пожары на ваших строительных объектах. Это наносит колоссальный ущерб бизнесу. Ваш бюджет позволяет выделить средства на решение этой проблемы в размере 30 тыс. долларов.

Таким образом, основная задача разработать план решения вопроса, который бы обеспечивал нормальные условия работы компании.

**Порядок выполнения работы:**

1. Выделите из группы 4-х студентов с поручением оценить действия и поведение участников совещания. Одного из них назначьте руководителем группы экспертов.
2. Сформируйте подгруппы участников подготовки совещания (те, кто готовят документы к совещанию, те, кто участвуют в совещании, те, кто готовят документы после совещания).
3. Остальная часть группы студентов – участники совещания, которые должны задавать вопросы в ходе проведения совещания.
4. Преподаватель выполняет функции ведущего деловой игры, направляя ее в требуемое русло, а после окончания дискуссии подводит ее итоги.

Если, по мнению ведущего, цель совещания достигнута, подводятся итоги работы. Если выработка решения не получается, можно попробовать упростить задачу, изменив предлагаемые обстоятельства. В заключение формулируется итоговое решение и записывается в форме резолюции.

## 7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета.

| № | Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:<br><br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале:<br>Задание 1: 0-30 баллов<br>Задание 2: 0-30 баллов<br>Задание 3: 0-40 баллов<br><br>**«Зачтено»**<br>— **90-100** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>— **70 -89** – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>— **50-69** – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология.<br>**«Не зачтено»**<br>— **менее 50** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. |

## *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

### *Задания 1-го типа*

1. Разработка и тестирование MVP на посевной фазе.
2. Анализ дорожной карты предпринимательских бизнес-идей и бизнес-моделей по критериям актуальности, степени реализации, конкурентоспособности, применимости имеющимся составом участников стартап-проекта.
3. Разработка технических заданий для прототипов, минимально-жизнеспособных продуктов (далее - MVP).
4. Разработка прототипов (MVP).
5. Тестирование разработанных прототипов (MVP).
6. Преобразование прототипов в готовый продукт/услугу.
7. Процесс получения инсайтов от пользователей для создания, проверки и оптимизации идей развития продукта с помощью интервью и структурированных экспериментов – Касдев (costumer development).
8. Разработка ценностного предложения.
9. Разработка пользовательского сценария.
10. Формирование каналов продаж.

11. Формирование воронки продаж.

12. Расчет конверсии воронки продаж.

13. Автоматизация воронки продаж при помощи инструментов автоматизации.

14. Структура автоматической воронки продаж по Райану Дайсу.

15. Пошаговое построение эффективной воронки продаж: создание качественного уникального торгового предложения; получение «холодных» клиентов; формирование интереса к УТП; отработка возражений клиентов к УТП; закрытие сделки; аналитика эффективности воронки продаж; повышение конверсии воронки продаж.

16. Обеспечение ресурсных условий выполнений стартап-проекта.

17. Определение рабочих мест и рабочего пространства.

18. Подключение к инфраструктуре стартапов.

19. Расчет ключевых экономических показателей новой бизнес-единицы

20. Расчет показателей прибыли и убытков бизнес-единиц.

21. Расчет показателей движения денежных средств бизнес-единиц.

22. Состояние баланса новых бизнес-единиц.

23. Ключевые показатели эффективности (KPI) стартапов.

24. Разработка финансовой модели стартапа.

25. Привлечение инвестиций в стартап.

***Задания 2-го типа***

1. Проектирование внутрифирменных регламентов и документооборота новой бизнес-единицы на посевной фазе.

2. Регистрация учредительных документов новых бизнес-единиц.

3. Предрегистрационные процедуры в процессе учреждения новых бизнес-единиц.

4. Регистрация бизнес-единицы

5. Разработка инструментов планирования, организации, мотивации, контроля реализации стартап-проекта.

6. Доработка предстартовой бизнес-модели, разработка бизнес-плана.

7. Разработка инструментов предпринимательского селф-менеджмента.

8. Презентация бизнес-плана стартапа бизнес-проекта перед инвесторами.

9. Формирование кадрового состава новых бизнес-единиц, включая отбор претендентов и оформление их на работу.

10. Создание внутрифирменной системы менеджмента персонала.

11. Формирование внутрифирменной (организационной) культуры новых бизнес-единиц.

12. Обустройство рабочих мест и рабочего пространства стартапа.

13. Построение внутреннего и внешнего имиджа нового бизнеса, новой бизнес-единицы – имидж-билдинг.

14. Создание и укоренение «правильной» репутации владельцев нового бизнеса.

15. Построение положительно запоминающих брендов новой бизнес-единицы и ее товаров, услуг, работ - бренд-билдинг.

16. Применение инструментов раскрутки нового бизнеса.

17. Проектирование модели обеспечения безопасности стартапа.

18. Выпуск пробных партий нового продукта и тестирование нового продукта на «ранних» клиентах.

19. Пошаговое построение эффективной воронки продаж: формирование интереса к УТП; отработка возражений клиентов к УТП; закрытие сделки; аналитика эффективности воронки продаж.

20. Использование каналов первых продаж. Организация первых продаж. Стимулирование первых продаж. Контроль первых продаж.

21. Тестирование системы бизнес-коммуникаций с окружением и модели обеспечения безопасности нового бизнеса в процессе работы с «ранними» клиентами. Доработка стартапа по результатам тестирования.

22. Тестирование брендов бизнес-единицы и нового продукта, имиджа стартапа, репутации владельцев нового бизнеса в процессе работы с «ранними» клиентами.

23. Доработка стратапа по результатам тестирования.

24. Тестирование бизнес-модели стартапа, бизнес-плана и других инструментов управления собственным бизнесом, в том числе предпринимательского селф-менеджмента в процессе работы с «ранними» клиентами. Доработка стратапа по результатам тестирования.

25. Укрупнение партий нового продукта, применение ценностных предложений, воронок продаж, пользовательских сценариев, экономической и финансовой модели стартпа на целевом сегменте рынка

Привлечение целевого сегмента рынка и применение воронок продаж в работе с ним. Формирование стабильных каналов продаж нового продукта. Направление ценностных предложений целевому сегменту рынка. Монетизация стартапа.

***Задания 3-го типа***

**Задание № 1**

**Содержание задания:**

Выберите один потенциальный сегмент вашей целевой аудитории и сформулируйте для него, чем полезен ваш продукт для этого потребителя, ответив на вопросы: • какие боли он снимает? • какую выгоду он приносит? • какую работу пользователя выполняет?

**Задание 2.**

Сформулируйте ценностное предложение для вашего продукта, ответив последовательно на вопросы и заполнив список вопросов, представленный ниже. Помните, что ценностное предложение должно представлять собой не более одного-двух предложений:

- напишите от 3 до 5 преимуществ вашего продукта, то есть чем вы известны/что вы делаете хорошо;
- напишите от 3 до 5 аспектов, которые ожидает/хочет ваш потребитель от вашего продукта;
- напишите, к чему следует стремиться, чтобы удовлетворить потребности клиентов;
- составьте список из ключевых слов и фраз, которые важно включить при описании продукта в ценностное предложение.

Подумайте об основных характеристиках, преимуществах, отличиях от конкурента вашего продукта;

- сформулируйте ценностное предложение (не более одного-двух предложений).

**Задание 3**

**Разработайте экономическую модель стартапа, которая бы включала ответы на следующие вопросы:**

1) Какие ресурсы необходимы Вам для проведения стартапа?
2) Опишите способы обеспечения ресурсами Вашего стартапа: перечислите поставщиков необходимых ресурсов
3) Какая инфраструктура стартапов существует в вашем регионе и какие меры поддержки предпринимательства реализуются в данном регионе и в стране?
4) Как Вы планируете использовать инфраструктуру стартапов и меры поддержки?
5) Опишите ваше рабочее место и рабочие места сотрудников (при наличии)
6) Опишите каналы внутрифирменной и межфирменной логистики, которые Вы будете спользовать в процессе проведения стратапа

**Задание 4**

**Цель: сформировать коллектив сотрудников новой бизнес-единицы, сопровождающийся оформлением в соответствии с Трудовым кодексом РФ.**

**Содержание задания:**

1) Определить способ подбора персонала;
2) Составьте перечень сотрудников, подобрав их на сайте hh.ru, profi.ru, среди студентов/друзей;
3) Опишите порядок подбора/отбора/приема/повышения/увольнения персонала;
4) Составьте организационную структуру стартапа.

**Задание 5**

**Цель: сегментировать внешнефирменное окружение, бренд-билдинг, бренд-имидж и проектирование модели обеспечения безопасности на посевной фазе**

**Содержание задания:**

1. Сегментируйте внешнефирменное окружение, заполнив таблицу 8.1. (Минимум 7 пунктов);
2. Придумайте наименование бренда;
3. Создайте логотип бренда;
4. Создайте слоган бренда, фирменные звуки и др.;
5. Продумайте формирование ассоциативного ряда у потребителя визуальными образами;
6. Подготовьте брендбук, включающий миссию, философию, систему ценностей бренда;
7. Подготовьте итоговый отчет.

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Основы digital-предпринимательства»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

## Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ ..... 3
2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ..... 5
3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ..... 6
4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 7
5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 8
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 17
7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ..... 20

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Основы digital-предпринимательства» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 512 от 08.06.2017.

Изучение дисциплины «Основы digital-предпринимательства» ориентировано на получение обучающимися знаний о смысле и значении предпринимательства в жизни российского общества, о предпринимательской профессии и о профессиональных предпринимательских компетенциях, о современном предпринимательстве как объективном явлении со всеми его противоречиями, конфликтами интересов и конкуренцией.

Студенты приобретут системное представление о видах предпринимательства и предпринимательской занятости, начнут лучше понимать смысл целей, задач предпринимательской деятельности, значение общественного признания результатов своего труда, важность ответственного отношения к профессиональной работе в бизнесе.

Студентам предстоит разобраться с понятийным аппаратом предпринимательской деятельности, с современными научными представлениями о предпринимательстве, сформированными в рамках различных теорий, выявить отличительные признаки российского предпринимательства, которые обусловлены исторической спецификой развития России.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1, как дисциплина по выбору.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 6 семестре.

**Цель и задачи дисциплины**

***Цель изучения дисциплины*** – формирование у обучающихся необходимых компетенций для успешного освоения образовательной программы.

***Задачи дисциплины:***

- сформировать знания, умения и практический опыт осуществления поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач;
- сформировать знания, умения и практический опыт выявления признаков предпринимательства как профессиональной деятельности человека; понимания мотивации предпринимателя; понимания условий

и возможностей осуществления предпринимательской деятельности в России; использования элементов инфраструктуры поддержки предпринимательства в России;

- сформировать знания предпосылок профессионального участия людей в предпринимательстве, признаков подходящего предпринимательского дела; особенностей национальных моделей предпринимательства;
- сформировать знания основных этапов становления и развития предпринимательства в России; особенностей становления и развития отечественного предпринимательства в досоветской России и в период советской экономики; особенности политики государства по отношению к предпринимательскому сообществу на разных исторических этапах;
- научиться применять в практической деятельности системные признаки предпринимательства;
- иметь практический опыт работы по исследованию основных факторов предпринимательского успеха и причин неудач, применения в коммерческой деятельности методов, средств и приемов менеджмента, делового и управленческого общения, навыками сбора и обобщения информации для оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности
- сформировать знания, умения и практический опыт использования методов анализа современных тенденций развития отечественного и международного предпринимательства, анализа социально-экономических и политических процессов в истории российского предпринимательства.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **знать** | **уметь** | **иметь практический опыт** | |
| Способен разрабатывать, реализовывать и продвигать индивидуальный и (или) коллективный проект в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", анализировать результаты работы по реализации проекта | ПК-5 | ПК-5.2. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связи с общественностью и применяет их при разработке индивидуальных и (или) коллективных проект в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | основы предпринимательства, самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, основные подходы к пониманию сущности предпринимательства как профессиональной деятельности человека, основные этапы становления и развития предпринимательства в России, условия и возможности осуществления предпринимательской деятельности в России и за рубежом | определять основные профессиональные предпринимательские функции, выполнение которых связано с пониманием сущности и социальной значимости своей будущей профессии, проявлением к ней устойчивого интереса, организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество | работы исследования основных факторов предпринимательского успеха и причин неудач, применения в коммерческой деятельности методов, средств и приемов менеджмента, делового и управленческого общения, навыками сбора и обобщения информации для оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности | Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа |

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| **Наименование тем** | **Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)** | | | | | | | | | **Самостоятельная работа обучающихся** | **ТКУ/балл Форма ПА** |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | **Лекции** | **Семинары** | **Практикум по решению задач** | **Ситуационный (кейс-стади)** | **Мастер-класс** | **Лабораторный практикум** | **Тренинг** | **Дидактическая игра** | **Из них в форме практической** | | |
| *Тема 1. Предпринимательство и предприниматели.* | 4 | 2 | | 2 | | | | | | 12 | Доклад-презентация/10 Отчет по ситуационному практикуму /15 |
| *Тема 2. Профессиональная занятость в предпринимательстве* | 3 | 1 | | 2 | | | | | | 12 | Доклад-презентация/10/ Отчет по ситуационному практикуму /15 |
| *Тема 3. Система современного предпринимательства* | 3 | 1 | | 2 | | | | | | 11 | Доклад-презентация/10/ Отчет по ситуационному практикуму /15 |
| *Тема 4. Развитие предпринимательства в России.* | 3 | 1 | | 2 | | | | | | 11 | Доклад-презентация/10 Отчет по ситуационному практикуму /15 |
| **Всего:** | **13** | **5** | | **8** | | | | | | **46** | **100** |
| Контроль, час | **0** | | | | | | | | | | **Зачет** |
| Объем дисциплины (в академических часах) | **72** | | | | | | | | | | |
| Объем дисциплины (в зачетных единицах) | **2** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Предпринимательство и предприниматели.***

Предпринимательство и бизнес. Предпринимательское дело. Определение предпринимательства, предпринимательской деятельности, профессиональных предпринимательских функций. Бизнес-процессы и бизнес-коммуникации. Результаты предпринимательского дела. Успехи в предпринимательстве. Предпринимательские ресурсы. Рабочее место предпринимателя. Предприниматели как субъекты профессионального предпринимательства. Профессиональные интересы предпринимателей. Предпосылки и условия профессионального участия людей в предпринимательстве. Юридические предпосылки участия людей в предпринимательстве. Личностные предпосылки участия людей в предпринимательстве. Самостоятельность предпринимателей, их инициатива в несении рисков и ответственности. Рациональная мотивация предпринимателей и рациональная логика бизнеса. Отношение к предпринимательству со стороны предпринимателей и их окружения. Прагматическое отношение к предпринимательству и бизнесу. Теории предпринимательства. Причины и особенности критического отношения людей к предпринимательству. Романтическое отношение людей к предпринимательству.

***Тема 2. Профессиональная занятость в предпринимательстве***

Подходящая работа в предпринимательстве. Признаки подходящего предпринимательского дела. Направления профессиональной занятости предпринимателей. Производственное предпринимательство в отраслях промышленности. Производственное предпринимательство в отраслях сельского хозяйства. Производственное предпринимательство в строительстве. Предпринимательство на рынке производственных услуг. Информационный бизнес. Предпринимательство в сфере оказания образовательных услуг. Предпринимательство на рынке труда. Предпринимательство на рынках консультационных, аудиторских и экспертных услуг. Предпринимательство на рынке потребительских услуг. Социальное предпринимательство. Коммерческое предпринимательство. Направления предпринимательства на финансовых рынках. Деньги и ценные бумаги как инструменты финансового предпринимательства. Банковское дело как направление финансового предпринимательства. Предпринимательство на рынке иностранной валюты. Страховое дело. Инвестиционное предпринимательство. Инновационное предпринимательство.

***Тема 3. Система современного предпринимательства***.

Основные признаки системы современного предпринимательства. Предыстория становления системы современного предпринимательства.

Современное предпринимательство как упорядоченное явление. Добросовестное предпринимательство. Противоречия и конфликты интересов в современном предпринимательстве. Взаимодействие предпринимателей и потребителей в системе современного предпринимательства. Взаимодействие предпринимателей и работников в системе предпринимательства. Взаимодействие предпринимателей с конкурентами в системе современного предпринимательства. Взаимодействие предпринимателей с органами государственной власти и управления. Незаконное предпринимательство. «Грязные» деньги». Национальные модели предпринимательства.

***Тема 4. Развитие предпринимательства в России.***

Эволюции предпринимательства в России в период от становления государства до 1917 г. Предпринимательство в период СССР. Возрождение российского предпринимательства в конце XX. Специфические противоречия российского предпринимательства на рубеже XX-XXI веков. Направления совершенствования системы российского предпринимательства в 00-е и 10-е гг.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе преподавания дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекции, семинар, ситуационный практикум, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

***Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого

выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

***Методические указания для обучающихся при работе на семинаре***

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

На семинарах по дисциплине Основы предпринимательства используются следующие виды ТКУ: Теоретический доклад с презентацией, Эссе, Устные ответы на вопросы преподавателя, Письменные ответы на вопросы преподавателя.

Семинарские занятия по курсу «Основы предпринимательства» призваны закрепить и укрепить теоретические и практические знания обучающихся, полученные ими в результате изучения учебника Рубина Ю.Б. Основы предпринимательства. – М.: МФПУ «Синергия», 2020 (включен в комплект первокурсника Университета Синергия), а также рекомендованной дополнительной литературы.

Главная цель семинарского занятия – расширение знаний по наиболее сложным теоретическим и терминологическим вопросам изучаемой темы, которые не получили дополнительного освещения.

Семинар предназначен для углубленного изучения предмета, овладение методологией, применительно к особенностям изучаемой дисциплины.

Цели семинара: углубление, систематизация и закрепление знаний по дисциплине; проверка знаний; привитие умений и навыков самостоятельной работы с литературой; формирование умения аргументировано отстаивать свою точку зрения, отвечать на вопросы преподавателя; умение слушать других, задавать вопросы.

Функции семинарского занятия:

-учебная (углубление, конкретизация, систематизация знаний, усвоенных во время занятий и в процессе самостоятельной подготовки к семинару);

- развивающая (развитие логического мышления обучающихся, приобретение ими умений работать с различными литературными источниками, формирование умений и навыков анализа фактов, явлений, проблем и т.д.);

- воспитательная (воспитание ответственности, работоспособности, воспитание культуры общения и мышления, привитие интереса к изучению предмета);

- диагностическая, коррекционная и контролирующая (контроль за качеством усвоения обучающимися учебного материала, выявление пробелов в его усвоении и их преодоления).

Семинар призван способствовать наиболее полному раскрытию

содержания обсуждаемой на нем темы, обеспечить наибольшую активность обучающихся в решении познавательных и воспитательных задач. Гибкость видов семинарских занятий позволяют преподавателю наиболее полно осуществлять обратную связь с обучающими, выясняя для себя ряд вопросов, имеющих важное значение для постановки всего учебного процесса.

***Методические указания для обучающихся по участию в проведении ситуационного практикума***

Ситуационный практикум (кейс) является одной из форм интерактивного практического занятия, целью которого является приобретение обучающимся умений командной работы навыков выработки решений в профессиональной области, развитие коммуникативных и творческих способностей в процессе выявления особенностей будущей профессиональной деятельности на основе анализа обучаемыми заданий, сформированных на основе практических ситуаций.

Прежде чем приступать к участию в ситуационном практикуме, обучающемуся необходимо:

- заранее, в процессе самостоятельной работы ознакомиться со сценарием практикума и необходимой литературой, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о содержании кейса, информирует о форме предоставления результатов, сроках выполнения кейса и критериях оценки действий участников;

При выполнении задания необходимо:

- получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы и принять участие в делении учебной группы на мини-группы и в выборах лидера мини-группы;
- участвовать в формировании отчета по выполнению кейса в своей мини-группе;
- участвовать в обсуждении отчетов мини-групп.

По итогам проведения ситуационного практикума, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю.

***Методические указания для обучающихся по подготовке доклада-презентации***

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию.

Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.

2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка

(каков будет контекст презентации).

3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.

4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.

5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.

6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).

7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

- готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего;
- план сообщения;
- краткие выводы из всего сказанного;
- список использованных источников.

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);
- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

*Структура выступления.*

Вступление должно содержать:

- название, сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- живую интересную форму изложения;
- акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

*Работа с литературой (конспектирование)*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

*Реферат*

Подготовка рефератов направлена на развитие и закрепление у обучающихся навыков самостоятельного глубокого, творческого и всестороннего анализа научной, методической и другой литературы по актуальным проблемам дисциплины; на выработку навыков и умений грамотно и убедительно излагать материал, четко формулировать теоретические обобщения, выводы и практические рекомендации.

Рефераты должны отвечать высоким квалификационным требованиям в отношении научности содержания и оформления.

Темы рефератов, как правило, посвящены рассмотрению одной проблемы. Объем реферата может быть от 12 до 15 страниц машинописного текста, отпечатанного через 1,5 интервала, а на компьютере через 1 интервал (список литературы и приложения в объем не входят).

Текстовая часть работы состоит из введения, основной части и заключения.

Во введении обучающийся кратко обосновывает актуальность избранной темы реферата, раскрывает конкретные цели и задачи, которые он собирается решить в ходе своего небольшого исследования.

В основной части подробно раскрывается содержание вопроса (вопросов) темы.

В заключении кратко должны быть сформулированы полученные результаты исследования и даны выводы. Кроме того, заключение может включать предложения автора, в том числе и по дальнейшему изучению заинтересовавшей его проблемы.

В список литературы (источников и литературы) обучающийся включает только те документы, которые он использовал при написании реферата.

В приложении (приложения) к реферату могут выноситься таблицы, графики, схемы и другие вспомогательные материалы, на которые имеются ссылки в тексте реферата.

*Эссе*

Эссе - это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем. Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

Эссе должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы,

обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. В зависимости от специфики дисциплины формы эссе могут значительно дифференцироваться.

Структура эссе.

1. Титульный лист

2. Введение - суть и обоснование выбора данной темы, состоит из ряда компонентов, связанных логически и стилистически; На этом этапе очень важно правильно сформулировать вопрос, на который вы собираетесь найти ответ в ходе своего исследования.

При работе над введением могут помочь ответы на следующие вопросы: «Надо ли давать определения терминам, прозвучавшим в теме эссе?», «Почему тема, которую я раскрываю, является важной в настоящий момент?», «Какие понятия будут вовлечены в мои рассуждения по теме?», «Могу ли я разделить тему на несколько более мелких подтем?».

3. Основная часть - теоретические основы выбранной проблемы и изложение основного вопроса.

Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. В этом заключается основное содержание эссе и это представляет собой главную трудность. Поэтому важное значение имеют подзаголовки, на основе которых осуществляется структурирование аргументации; именно здесь необходимо обосновать (логически, используя данные или строгие рассуждения) предлагаемую аргументацию/анализ. Там, где это необходимо, в качестве аналитического инструмента можно использовать графики, диаграммы и таблицы.

В зависимости от поставленного вопроса анализ проводится на основе следующих категорий:

Причина — следствие, общее — особенное, форма — содержание, часть — целое, постоянство — изменчивость.

Хорошо проверенный способ построения любого эссе — использование подзаголовков для обозначения ключевых моментов аргументированного изложения: это помогает посмотреть на то, что предполагается. Такой подход поможет следовать точно определенной цели в данном исследовании. Эффективное использование подзаголовков - не только обозначение основных пунктов, которые необходимо осветить. Их последовательность может также свидетельствовать о наличии или отсутствии логичности в освещении темы.

4. Заключение - обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения и т.д. Методы, рекомендуемые для составления заключения: повторение, иллюстрация, цитата, впечатляющее утверждение. Заключение может содержать такой очень важный, дополняющий эссе элемент, как указание на применение

исследования, не исключая взаимосвязи с другими проблемами.

### *Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины*

| **Наименование темы** | **Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение** | **Формы самост. работы** | **Форма текущего контроля** |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Предпринимательство и предприниматели.* | Предпринимательство и бизнес. Предпринимательское дело. Определение предпринимательства, предпринимательской деятельности, профессиональных предпринимательских функций. Бизнес-процессы и бизнес-коммуникации. Результаты предпринимательского дела. Успехи в предпринимательстве. Предпринимательские ресурсы. Рабочее место предпринимателя. Предприниматели как субъекты профессионального предпринимательства. Профессиональные интересы предпринимателей. Предпосылки и условия профессионального участия людей в предпринимательстве. Юридические предпосылки участия людей в предпринимательстве. Личностные предпосылки участия людей в предпринимательстве. Самостоятельность предпринимателей, их инициатива в несении рисков и ответственности. Рациональная мотивация предпринимателей и рациональная логика бизнеса. Отношение к предпринимательству со стороны предпринимателей и их окружения. Прагматическое отношение к предпринимательству и бизнесу. Теории предпринимательства. Причины и особенности критического отношения людей к предпринимательству. Романтическое отношение людей к предпринимательству. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка к докладу-презентации, подготовка отчета по ситуационному практикуму. | Защита доклада-презентации, отчет по ситуационному практикуму. |

| **Наименование темы** | **Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение** | **Формы самост. работы** | **Форма текущего контроля** |
|---|---|---|---|
| *Тема 2. Профессиональная занятость в предпринимательстве.* | Подходящая работа в предпринимательстве. Признаки подходящего предпринимательского дела. Направления профессиональной занятости предпринимателей. Производственное предпринимательство в отраслях промышленности. Производственное предпринимательство в отраслях сельского хозяйства. Производственное предпринимательство в строительстве. Предпринимательство на рынке производственных услуг. Информационный бизнес. Предпринимательство в сфере оказания образовательных услуг. Предпринимательство на рынке труда. Предпринимательство на рынках консультационных, аудиторских и экспертных услуг. Предпринимательство на рынке потребительских услуг. Социальное предпринимательство. Коммерческое предпринимательство. Направления предпринимательства на финансовых рынках. Деньги и ценные бумаги как инструменты финансового предпринимательства. Банковское дело как направление финансового предпринимательства. Предпринимательство на рынке иностранной валюты. Страховое дело. Инвестиционное предпринимательство. Инновационное предпринимательство. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка к докладу-презентации, подготовка отчета по ситуационному практикуму. | Защита доклада-презентации, отчет по ситуационному практикуму. |
| *Тема 3. Система современного предпринимательства.* | Основные признаки системы современного предпринимательства. Предыстория становления системы современного предпринимательства. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка к | Защита доклада-презентации, отчет по ситуационному |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самост. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| | Современное предпринимательство как упорядоченное явление. Добросовестное предпринимательство. Противоречия и конфликты интересов в современном предпринимательстве. Взаимодействие предпринимателей и потребителей в системе современного предпринимательства. Взаимодействие предпринимателей и работников в системе предпринимательства. Взаимодействие предпринимателей с конкурентами в системе современного предпринимательства. Взаимодействие предпринимателей с органами государственной власти и управления. Незаконное предпринимательство. «Грязные» деньги». Национальные модели предпринимательства. | докладу-презентации, подготовка отчета по ситуационному практикуму. | практикуму. |
| *Тема 4. Развитие предпринимательства в России.* | Эволюции предпринимательства в России в период от становления государства до 1917 г. Предпринимательство в период СССР. Возрождение российского предпринимательства в конце XX. Специфические противоречия российского предпринимательства на рубеже XX-XXI веков. Направления совершенствования системы российского предпринимательства в 00-е и 10-е гг. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка к докладу-презентации, подготовка отчета по ситуационному практикуму. | Защита доклада-презентации, отчет по ситуационному практикуму. |

# 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1. Спиридонова, Е. А. Создание стартапов : учебник для вузов / Е. А. Спиридонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14065-1. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. Управление собственным бизнесом / Ю. Б. Рубин – 17-е изд., перераб. и доп. – М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2021, Главы 1, 3, 5, 10-12.

***Дополнительная литература:***

1. Сергеев, А. А. Бизнес-планирование : учебник и практикум для вузов / А. А. Сергеев. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 456 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15430-6. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. Хотяшева О. М. Инновационный менеджмент : учебник и практикум для вузов / О. М. Хотяшева, М. А. Слесарев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 326 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00347-5. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

## 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № | Наименование ресурса | Ссылка |
|---|---|---|
| 1. | Секрет фирмы. Издательский дом «Коммерсантъ». | http://www.kommersant.ru/sf |
| 2. | Harvard Business Review Россия. Издательство «Юнайтед Пресс». | http://www.hbr-russia.ru/ |
| 3. | Специализированное научно-практическое издание Менеджмент и бизнес-администрирование. Издательский дом «Экономическая газета». | http://www.mba-journal.ru |
| 4. | Деловой еженедельник «Компания» | http://www.ko.ru |
| 5. | РБК Daily | http://www.rbcdaily.ru |
| 6. | Эксперт | http://www.expert.ru |
| 7. | Менеджмент в России и за рубежом. Издательство «Финпресс» | http://www.mevriz.ru/ |
| 8. | Сетевой ресурс по проблемам глобального бизнеса | http://globaledge.msu.edu |
| 9 | Российский журнал менеджмента. | http://www.rjm.ru |

## 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие**

**материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой

информации http://pravo.gov.ru.

• Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

• Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)

• Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### *7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины*

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1 | Доклад-презентация | 10 баллов – доклад содержит развернутые ответы на все сформулированные вопросы, лидером команды (микро-группы) даны исчерпывающие ответы на вопросы представителей других команд;<br>5-7 баллов – доклад содержит развернутые ответы на большинство сформулированных вопросов, лидером команды (микро-группы) даны краткие ответы на вопросы представителей других команд;<br>1-4 баллов – доклад содержит только часть ответов на сформулированные вопросы, лидером команды (микро-группы) не даны корректные ответы на вопросы представителей других команд;<br>0 баллов – доклад не содержит ответов на сформулированные вопросы, лидером команды (микро-группы) не даны корректные ответы на вопросы представителей других команд. |
| 2. | Ситуационный практикум | «15» – грамотное использование терминологии, свободное изложение рассматриваемой проблемы, логичность и обоснованность выводов;<br>«10» – грамотное использование терминологии, частично верные суждения в рамках рассматриваемой темы, выводы не достаточно обоснованы;<br>«5» – грамотное использование терминологии, способность видения существующей проблемы, необоснованность выводов, неполнота аргументации собственной точки зрения. |

### *Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости*

***<u>Типовые задания к ситуационным практикумам.</u>***

**Задание 1.**

В период проведения в России радикальных экономических

реформ (90-е гг. XX в.) в СМИ появился ряд публикаций, ставших популярными, о несовместимости бизнеса и русского национального характера. Подтвердите или опровергните высказанное суждение, ознакомившись с материалом кейса «Из истории предпринимательских династий в России». Проанализируйте характер великороссов, отмечая черты, которые могли способствовать развитию русского предпринимательства. Чем вызван интерес делового сообщества к истории российских предпринимательских династий?

**Из истории предпринимательских династий в России.**

Всякое явление имеет свою историю и всякая деятельность людей, в том числе и предпринимателей, опирается на опыт предпринимательских поколений.

Предпринимательские династии в России отнюдь не редкость. Память о добрых делах российских предпринимателей, столько лет вытравлявшая из сознания людей, сохранилась, она передается из поколения в поколение. Этому способствуют окружающие нас зримые следы этих дел – действующие до сих пор старые заводы и фабрики, продолжающие служить людям дома, больницы, магазины и многое другое.

**Чайная династия Перловых.**

В конце прошлого века фамилия Перлов была известна почти каждому москвичу. Начиная с 1787 г. Перловы торговали чаем.

Родоначальник династии Иван Перлов (1700–1759) – московский купец 2-й гильдии. Серьезно начал развивать чайный бизнес его сын Алексей Перлов. К концу 18 века объем чайных поставок достиг 28-30 тысяч пудов ежегодно. В торговых рядах на Красной площади было открыто несколько чайных лавок. Торговля чаем тогда была только розничной и велась в небольших размерах. С 1790 г. после заключения договора с китайским правительством о снятии правовых и экономических ограничений торговая деятельность с Китаем стала более устойчивой.

Постепенно чайный бизнес Перловых расширялся. В 1816 г. семейное дело возглавил старший сын Василий, который вместе с братом открыл первый амбар для оптово-розничной торговли в Старом гостином дворе и ряд чайных магазинов. Три раза в год московские купцы вывозили свою продукцию на ярмарки: в Нижний Новгород на Макарьевскую, в Ярославскую губернию на Ростовскую, и в Курскую на Коренную. В 1836 г. Перловы получили звание почетных граждан, которое присваивалось за успешную торговую деятельность. Благоприятные условия для торговли привели **к** тому, что в 1829 г. ввоз чая превысил его спрос в России. Купцы договорились о «нормировке» (квоте) согласно которой они обязались ввозить в Россию не более определенного количества чая, реально требуемого рынком, а в 1849 г. российские купцы ввели тщательную экспертизу поставляемых чаев на границе.

В 1864 г. при Министерстве финансов России был учрежден особый комитет, при участии депутатов от торгующего в городе Кяхте купечества, для рассмотрения нужд и интересов чайной торговли. В 60-е годы в связи с открытием Суэцкого канала экономическая география претерпела значительные изменения. Транспортировка чая морскими путями оказалась выгоднее сухопутных караванов, которые добирались до Москвы через Монголию и Сибирь несколько месяцев. Перловым пришлось догонять своих конкурентов Боткиных, которые предусмотрительно открыли торговые представительства в Лондоне.

С открытием морских портов чайные предприниматели, с одной стороны, производили закупки на Лондонской бирже, с другой – устремились вглубь Китая. Российские власти старались регулировать чайные потоки, идущие с двух главных мировых рынков – Китайского и Лондонского. В 1877 г. все кредитные пошлины для западной границы были переведены на золото, что, в свою очередь, подняло таможенные обложения на 30%. В то же время были понижены пошлины на Иркутской таможне, что дало возможность Перловым развить региональную сеть: 88 фирменных магазинов торговали чаем в 53 городах России, их них 14 в Москве и 8 в Санкт-Петербурге. Ежегодный оборот фирмы составлял 16 миллионов рублей. Перловы имели несколько магазинов и за границей – в Варшаве, Вене, Берлине, Париже, а кроме того являлись поставщиками российского двора и четырех иностранных дворов – австрийского, румынского, черногорского и нассауского. Одновременно с предпринимательством Сергей Перлов занимался и благотворительностью, построив церковь Донской Божьей Матери и женский монастырь в Шамордино.

Свое столетие в 1887 г. фирма Перловых отметила, как и подобало фирме такого уровня, пышно и с размахом. Представителям компании высочайшим указом было даровано постоянное дворянство – «во внимание к столетней деятельности их рода» и фамильный герб, на котором красовались шесть жемчужин и девиз «Честь в труде».

Вскоре торговый дом разделился, образовались две самостоятельные фирмы. Сыновья Семена Васильевича – Василий, Иван и Николай – продолжали дело под фирмой «В.А. Перлов», а их дядя основал собственную фирму «Сергей Васильевич Перлов и Ко». Несмотря на родственные отношения компании конкурировали между собой. Особенно это проявилось в период подготовки к коронации Николая II. В столице ожидали прибытия представителей иностранных государство и за право принять их у себя боролись многие торговые дома, что подчеркнуло бы особый статус компании и предоставило возможность наладить неформальные отношения с заграничными партнерами. Каждый из представителей перловского рода, торгуя с Китаем, рассчитывал на внимание китайского императора.

1917 г. разметал семью известных чаеторговцев по всему миру. Среди тех, кто остался в России – правнук В.А. Перлова, Юрий

Константинович Киртбая. Именно он выдвинул идею возрождения деловых и культурных традиций своих предков. Так в 1992 г. было организовано товарищество «Дом Перловых». Спустя три года на его базе было создано ЗАО «Перловы и Ко».

Продолжая линию своих именитых предков, потомки рода Перловых воссоздают фирму с сетью магазинов по России, налаживают деловые контакты по поставкам чая из-за рубежа, восстанавливают старые и создают новые рецепты перловского чая, осуществляют оптовые продажи чая, получаемые из Индии, Китая. Не забывают потомки рода Перловых и о благотворительной деятельности, оказывая помощь Российской православной церкви и, в частности, женскому монастырю в Шамордино.

**Из истории предпринимательской династии Морозовых.**

Морозовы были одной из немногих династий, где уже к началу XIX в. насчитывалось пять поколений, активно участвующих и в промышленности, и в общественной деятельности, и, будучи явлением типичным в истории российского предпринимательства, вместе с тем представляют собой особый случай. История Морозовых – это история превращения крепостных крестьян, самоучек в высокообразованных бизнесменов, истинных интеллигентов и утонченных ценителей искусств. В сложнейших условиях почти полной правовой незащищенности Морозовы создавали гигантские по тем временам предприятия, участвовали в сооружении железных дорог, учреждения банков, экономическом освоении окраин. Вместе **с** тем они прославили себя благотворительными делами, созданием выдающихся музейных коллекций.

Итак, символом русского предпринимательства XIX в. стала семья старообрядцев Морозовых. Родоначальник семьи Савва Васильевич Морозов (1770-1860 гг.), крепостной крестьянин с. Зуево, пастух, извозчик, рыбак, ткач-кустарь, пешком ходивший в Москву продавать свой товар, затем – владелец шелкоткацкого предприятия. В 1820 г. Савва Морозов вместе с сыновьями выкупается на волю за 17 тысяч рублей (перед революцией собственные капиталы семьи составляли более 110 млн. рублей). В 1820-1840 гг. Морозовы создали 4 хлопчатобумажные фабрики. О четырех ветвях Морозовского рода обычно говорят, называя их по именам основателей Викуловичи, Захаровичи, Абрамовичи и Тимофеевичи. После окончательного разделения фабрик в 1872 г. каждой из ветвей принадлежала своя фирма: Товарищество Викулы Морозова с сыновьями, Компания Богородско-Глуховской мануфактуры, Товарищество Тверской мануфактуры, Товарищество Никольской мануфактуры Саввы Морозова и Ко.

Викуловичи были старообрядцами-поморцами. В Москве им принадлежали замечательные особняки в Введенском и Леонтьевском переулках, под Москвой — усадьбы в Архангельском-Одинцове и

Ославском. Их стараниями построена детская Морозовская больница. Алексей Викулович был кроме тог крупным коллекционером.

Захаровичи отличались твердостью старой веры, жили очень скромно. Внук Давыд Иванович издавал в Москве ряд газет и журналов, в том числе «Русское обозрение», Арсений Иванович – строитель множества старообрядческих храмов и школ, техническое оснащение его фабрик в Глухове считалось одним из лучших в мире.

Тверская мануфактура Абрамовичей получала перед революцией самые большие доходы в России. Их особняки на Воздвиженке, на Пречистенке, на Смоленском бульваре до сих пор украшают Москву. Крупнейшие меценаты Михаил (1870-1903) и Иван (1871-1921) собрали замечательные коллекции живописи.

Тимофеевичи продолжали дело отца и деда. Известнейшими промышленниками и общественными деятелями были Тимофей Савич (1823-1889) и Савва Тимофеевич (1862-1905). Никольская мануфактура в Орехово-Зуеве – самое большое Морозовское предприятие.

Пять поколений Морозовского рода (практически все, родившиеся до 1917 г.), начав с нуля, подняли свое фабричное и торговое дело на небывалую высоту, обеспечили заработком много десятков тысяч рабочих семей, справедливо заслужили славу самых крупных благотворителей и меценатов.

Несколько слов следует сказать особо о Савве Тимофеевиче Морозове. Он был знаменит среди современников, отмечавших не только его близость Художественному театру и либеральную общественную деятельность, сколько «увлечение» рабочим вопросом. По свидетельству самих рабочих, Савва Морозов за двадцать лет, в течение которых он управлял фабриками, старался создать условия труда, казармы, бараки, школы и больницы лучше, чем у других предпринимателей, развивалась социальная инфраструктура в фабричных поселках, вплоть до организации детских яслей и богаделен. Перестраивались взаимоотношения с рабочими, С.Т.Морозов, которого отец ругал «социалистом», стремился создать систему заинтересованности рабочих в результатах труда, выступил одним из инициаторов выработки правительственного постановления 1903г. о фабричных старостах, пытался внедрить систему участия рабочих в прибылях предприятия.

С именем Морозовых связано представление о влиянии и расцвете московского предпринимательства и в области промышленности, и в ряде благотворительности и культурных начинаний таких, как «Русские ведомости», философское московское общество, Художественный театр, музей французской живописи, клиники на Девичьем поле.

***Примерные темы докладов-презентаций:***

1. Производственное предпринимательство в отраслях промышленности.

2. Производственное предпринимательство в отраслях сельского хозяйства.

3. Производственное предпринимательство в строительстве.

4. Коммерческое предпринимательство.

5. Предприниматели-коммерческие посредники.

6. Коммерческое посредничество на товарных биржах.

7. Предпринимательство на рынке производственных услуг.

8. Информационный бизнес.

9. Предпринимательство в сфере оказания образовательных услуг.

10. Предпринимательство на рынке труда.

11. Предпринимательство на рынках консультационных, аудиторских и экспертных услуг.

12. Предпринимательство на рынке потребительских услуг.

13. Социальное предпринимательство.

14. Направления предпринимательства на финансовых рынках.

15. Банковское дело как направление финансового предпринимательства.

16. Предпринимательство на рынке иностранной валюты.

17. Страховое дело

18. Инвестиционное предпринимательство.

19. Инновационное предпринимательство.

20. Технологическое предпринимательство.

21. Венчурный бизнес.

### *7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации*

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета.

| **Процедура оценивания** | **Шкала и критерии оценки, балл** |
|---|---|
| Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя.<br><br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а так же позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины , понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br><br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности студента выбирать и применять | Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале:<br>1 вопрос: 0-30;<br>2 вопрос: 0-30;<br>3 вопрос: 0-40<br><br>**«Зачтено»**<br>**– 90-100** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задания выполнены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>**– 70 -89** – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход выполнения заданий правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный |

| | |
|---|---|
| соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br><br>Задания №3 – задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | результат.<br>**– 50 - 69** – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задания выполнены частично.<br><br>**«Не зачтено»**<br>**– менее 50** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не выполнены |

### *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

**Задание 1 типа**

1. Что лежит в основе производственного предпринимательства? Какие сферы и отрасли оно охватывает?
2. Какие типы посредников работают на рыке труда? Какие функции они выполняют?
3. Каковы особенности инициативной модели предпринимательства? Чем она существенно отличается от модели «дирижизма» в предпринимательстве?
4. В чем заключается смысл предпринимательства как профессиональной деятельности человека? При каких условиях предпринимательская деятельность становится профессиональной?
5. Каковы особенности сельского хозяйства как специфической области предпринимательства?
6. Совокупность каких предпринимательских функций составляет стандарт профессионального предпринимательства?
7. Что входит в состав предпринимательских ресурсов.
8. Какова роль субъектов коммерческого бизнеса на рынке? В чем различие оптовой и розничной торговли, каковы их формы?
9. Какие признаки предпринимательства выделялись в качестве основных в работах ученых-экономистов: Р. Кантильона, А. Смита, Й. Шумпетера. Особенности определения предпринимательства в теории Ю.Б.Рубина
10. Каковы специфические черты российского предпринимательства XX-XXI вв.
11. Каковы основные направления предпринимательства на рынке потребительских услуг? Приведите примеры компаний, работающих на рынке потребительских услуг, акцентируя внимание на специфике их деятельности.
12. Какие виды коммерческих посредников Вам известны и какова специфика их функций?
13. В чем состоят особенности осуществления «электронной коммерции»? Каковы перспективы ее дальнейшего развития в России?

14. Каковы основные направления совершенствования современного российского предпринимательства?

15. Какие виды финансовых услуг оказывают клиентам субъекты предпринимательства, работающие на финансовом рынке?

16. Субъекты предпринимательства. Каковы их характерные черты?

17. Какие признаки характеризуют предпринимательство как систему? Приведите примеры наличия (или отсутствия) этих признаков в современном российском предпринимательстве.

18. Какие типы моделей предпринимательства имеют место на национальных рынках различных стран? В чем особенности каждой из моделей?

19. Раскройте состав материальных и нематериальных ресурсов, образующих потенциал предпринимательского дела.

20. Что представляет собой межфирменная инфраструктура предпринимательства? Какое значение она имеет для владельцев бизнеса?

21. Что такое успех в бизнесе? Расскажите о возможных субъективных и объективных критериях оценки успешности бизнеса. Чем отличается успех победы от успеха выживания?

22. Что является основным содержанием деятельности товарной биржи? Приведите примеры наиболее крупных на мировом и российском оптовом товарном рынке бирж.

23. Какой смысл заложен в понятие «предпринимательская экосистема»? Какие элементы она в себя включает? Каким образом создаются условия постоянного вовлечения в предпринимательство трудоспособного населения?

24. Какие виды финансовых услуг оказывают клиентам субъекты предпринимательства, работающие на финансовом рынке?

25. Какова роль государственных организаций как институтов инфраструктуры предпринимательства и какую роль они выполняют?

**Задание 2 типа**

1. Каким образом оцениваются результативность бизнес-процессов. Поясните в чем состоит двойственность оценки результатов бизнеса?

2. Сравните понятия: "владение бизнесом" и "владение имуществом, деньгами". Обязательно ли владельцы бизнеса становятся собственниками всех привлекаемых в свой бизнес ресурсов?

3. Вся история человеческого общества и его современное состояние связано с бизнесом. Вы согласны с этим высказыванием? Ответ аргументируйте.

4. Субъекты предпринимательства и конечные потребители являются равноправными участниками сделок. Вы согласны с данным утверждением? Ответ обоснуйте.

5. Каким образом предпринимателям удается быть выразителем и эгоистических и общественных интересов? Как соотносятся между собой эгоистические (личные) и общественные интересы в бизнесе?

6. Что понимается под предпринимательским успехом? Поясните, в каких случаях он достигается?

7. Чем предпринимательство кардинально отличается от других избираемых людьми профессий?

8. Какой смысл имеет высказывание "Свобода предпринимательства - это свобода рационального выбора. Согласны ли Вы с ним? Обоснуйте свою точку зрения.

9. Дать сравнительную характеристику инициативной модели предпринимательства и модели «дирижизма» в предпринимательстве. В каких странах реализуются эти модели?

10. Обоснуйте: при каких условиях предпринимательская деятельность становится профессиональной?

11. Назовите необходимые условия ведения предпринимателями своего дела. Раскройте их содержание.

12. Какие признаки характеризуют предпринимательство как систему. Приведите примеры наличия (или отсутствия) этих признаков в современном российском предпринимательстве.

13. В чем существенное различие прагматического, критического и романтического (позитивного) отношения людей к предпринимательству?

14. Кто из ученых-экономистов определял инновационность в качестве основного признака предпринимательства? Согласны ли Вы с такой трактовкой предпринимательства? Ответ обоснуйте.

15. Сопоставьте функции менеджера и предпринимателя.

16. Какие блага (ценности) могут выступать объектами предпринимательского дела? Приведите примеры относительно и абсолютно ограниченных благ.

17. Чем социальное предпринимательство отличается от предпринимательства традиционного, от благотворительности?

18. Субъекты предпринимательства и конечные потребители являются равноправными участниками сделок. Вы согласны с данным утверждением? Ответ обоснуйте.

19. Чем существенно отличается оказание услуг от производства товаров? Приведите примеры основных направлений предпринимательства на рынке производственных услуг

20. Какова роль потребителей, работников по найму и органов государственной власти и управления в системе предпринимательства?

21. Каким образом конфликты интересов субъектов предпринимательства сочетаются в системе современного предпринимательства с согласием интересов всех добросовестных конкурентов?

22. Чем существенно отличается инновационное

предпринимательство от любой креативной, творческой деятельности, от изобретательства?

23. Каковы предпосылки становления современной российской системы предпринимательства

24. Обоснуйте необходимость соблюдения предпринимателями этики деловых отношений.

25. Чем существенно отличается свободная конкуренция от добросовестной конкуренции? Что лежит в основе «добросовестной конкуренции» и «добросовестного предпринимательства»?

**Задание 3 типа**

1.Один из известных теоретиков современного менеджмента Питер Сенге отмечал: «Многие считают, что цель предпринимательства – получить максимальную прибыль на вложенный капитал. Это тупиковый путь. Я не знаю ни одной компании с выдающимися финансовыми успехами, которых основывалась бы на подобных целях. У всех преуспевающих компаний разные системы ценностей – но все считают, что существуют для того, чтобы сделать мир лучше». Правомерна ли эта точка зрения? Ответ аргументируйте.

2.О каких функциях предпринимателя идёт речь в тексте?

Из любви к пирогам бывший спортсмен, борец В. Морозов основал сеть ресторанов «Штолле», ставшую известным брендом, не вложив при этом ни копейки в рекламу. «Я не ресторатор. Я просто ленивый человек, постоянно изобретающий возможности жить, ничего не делая. Однажды на свой день рождения я приготовил по бабушкиному рецепту мясной, рыбный и капустный фарш и попросил повара испечь для гостей не пирожки, а пироги. Так возникла мысль открыть профильное заведение. Деньги занял у друзей. Мой вклад в «Штолле» — только концепция. Остальное делает компаньон. Недавно материализовалась наша новая концепция с интерьером в стиле модерн с зеркальными стенами и звуками фортепьяно — «Пункт питания». Другое ноу-хау: 40 % акций я отдаю коллективу, ведь, когда люди — хозяева заведения, они лучше работают. Но главная идея проекта – благотворительность. Я хочу людей с деньгами удивлять кулинарными шедеврами, а за счёт полученных доходов кормить бедных».

3.Почему самостоятельность, инициативность, рациональная мотивация и управление предпринимаемыми действиями являются необходимыми условиями ведения предпринимательского дела? Многие исследователи относят предпринимательство к одной из разновидностей творческой деятельности, а творчество рассматривают как спонтанный процесс, некий порыв, практически свободный от разума, но почему в таком случае для успеха в предпринимательском деле необходимо доминирование рационального расчета, рациональной мотивации и

рационального подчинения предпринимаемых действий установленным заранее целям? Нет ли здесь противоречия? Как могут сочетаться в предпринимательстве творчество (спонтанность, текучесть) и рациональность (твердость, подчиненность четким правилам)? Как сочетаются в предпринимательстве самостоятельность (выраженная степень свободы) и ответственность? Чем обусловлено то обстоятельство, что свобода в предпринимательстве никогда не бывает стопроцентной? Что ограничивает ее? Интерпретируйте высказывание: «Свобода предпринимательства — это свобода рационального предпринимательского выбора».

4.Изучив содержание ситуации, ответьте на вопросы: Как в предпринимательской деятельности Андрея Коркунова проявляются и сочетаются самостоятельность, инициативность, рациональная мотивация и творчество?

С момента открытия кондитерской фабрики в 1999 г. бренд «А. Коркунов» полностью завоевал премиум сегмент российского кондитерского рынка. В 2009 г. на его долю приходилось почти две трети продаж дорогого шоколада, т. е. больше, чем у Ferrero и Cadbury вместе взятых.

После знакомства с подмосковной фабрикой Коркунова начинаешь понимать причины подобного успеха. В производственных помещениях мерно гудит ультрасовременное итальянское оборудование, пол безупречно чист, рабочие одеты в белую, как у хирургов, униформу. Шоколадные конфеты производятся из натурального сырья, поставляемого с разных концов света. В одном сорте шоколада нередко можно найти ингредиенты из Европы, Африки и Южной Америки. На фабрике действует жесткая система контроля качества, а искусные кондитеры разрабатывают и тестируют новые рецепты.

Как же советский инженер, работавший на оборонный комплекс, превратился в шоколадного короля России? «По характеру я очень энергичный, — говорит он. — Когда месяцами сидишь на рабочем месте без дела, убивая время компьютерными игрушками, потихоньку начинаешь сходить с ума. Я понял, что дальше так жить не могу. И уволился».

Многие друзья считали его сумасшедшим: в условиях экономической нестабильности периода перестройки только безумец мог бросить хорошо оплачиваемую, стабильную работу в оборонной промышленности. Но Андрей ушел в частный бизнес: сначала организовал кооператив, занимавшийся пошивом одежды. Это было не столь романтичное занятие, как ракетостроение, но оно дало ему реальный управленческий опыт. После распада Советского Союза в 1991 г. Коркунов занялся импортом товаров из Западной Европы. Среди продовольственных товаров были и дорогие итальянские шоколадные конфеты Witor’s и Ferrero. Это было первое знакомство с шоколадным

бизнесом.

Идея строительства фабрики зародилась, когда Коркунов и его итальянские поставщики поняли, что дешевле паковать шоколадные конфеты в России, а не ввозить уже упакованные.

Фабрика открылась в 1999 г. С помощью главного специалиста, кондитера из Италии, удалось создать рецепт шоколада, вкус которого нравился всем. Однако выяснилось, что хороший шоколад — это всегда дорогое удовольствие. ««Мы оказались перед выбором», — говорит Андрей, — либо снизить качество и продавать конфеты дешевле, либо сохранить высокое качество, но торговать по ценам выше средних». Поскольку он не хотел жертвовать качеством, был выбран второй вариант.

Возникли проблемы с маркетингом. Чтобы заинтересовать и привлечь покупателя, требовался оригинальный бренд. Три месяца его команда занималась разработкой концепции. Изучив историю шоколадной промышленности, они пришли к выводу, что в названиях многих известных торговых марок (Cadbury, Mars, Ferrero и Lindt) использованы имена их основателей, и предложили Коркунову дать продукту свое собственное имя. Коркунову идея понравилась. Он считал, что, поставив свое имя на коробке, он тем самым берет на себя ответственность за качество. Так после нескольких лет подготовительных работ шоколадные конфеты «А. Коркунов» появились в магазинах сначала Москвы и Санкт Петербурга, а потом и других регионов России. Сейчас продукция фабрики также поступает на экспорт в такие страны, как США, Германия, Казахстан, Япония и др.

В 2003 г. Коркунов подписал договор с немецкой шоколадной династией Alfred Ritter. Под выпуск шоколадных плиток Ritter Sport в его бизнес были вложены миллионы евро, что позволило построить новую производственную линию.

Коркунов призывает начинающих предпринимателей поменьше полагаться на мнения так называемых экспертов и самостоятельно принимать решения. «Если бы я прислушивался ко всем консультантам, если бы я проводил все положенные исследования рынка... одним словом, если бы я работал, как западный управляющий...мне бы никогда не построить фабрики и не добиться всего этого, — смеется он. — Сидел бы как миленький на своем оборонном заводе и до сих пор получал бы зарплату среднестатистического инженера».

5.Какие профессиональные функции выполняют социальные предприниматели? О создании каких социальных ценностей идет речь в представленных материалах?

Проекты В. Горелова “Школа фермеров” и “Молодежная агродеревня” получили широкую известность в России. Проект “Школа фермеров” был запущен в 2009 г. в селе Кривец Ильинского района Пермского края, после того как одержал победу в Региональном конкурсе проектов в сфере социального предпринимательства и получил

финансирование в размере 1 млн. руб.

Основная цель школы – помочь неустроенным, безработным выпускникам детских домов, а также подросткам, освободившимся из тюрьмы, получить необходимые знания и навыки и стать фермерами. Весной набирается группа из 30-40 молодых людей в возрасте от 18 до 23 лет. Месяц дается каждому студенту для знакомства и профориентации. Затем, если понравилось, молодые люди проходят в течение следующего месяца дополнительную профессиональную подготовку по двум направлениям агробизнеса. Далее каждый может окончательно выбрать свою тему и пройти шестимесячную профессиональную подготовку. В этот же период проводится курс социализации детдомовцев и подготовки к самостоятельной жизни. Те, кто справился с учебной программой, получают возможность стать индивидуальными предпринимателями: берут кредиты, строят собственные дома и фермы, закупают оборудование. Вопросы по сбыту фермерской продукции Горелов берет на себя. Как раз реализация сельскохозяйственной продукции, произведенной на ферме, и является доходной частью бюджета этого предприятия.

В 2010 г. В. Горелов досрочно вернул заем Фонду “Наше будущее” и получил финансирование в размере 6 млн. руб. на 6 лет на новый проект “Молодежная агродеревня”. Это более масштабный проект, выросший из “Школы фермеров”. Агродеревня включает 7 агросекторов по направлениям: “Свиноводство” “Птицеводство” (перепела, гуси, куры, индюки, утки) “Овцеводство” “Овощеводство” и т.д. Каждый агросектор состоит из дома для инструктора-технолога, дома для проживания и обучения в течение года 8 учеников из числа безработной молодежи (выпускников детских домов, молодежи, освободившейся из мест лишения свободы и пр.) и фермы. В.Горелов также был поддержан органами местного самоуправления, которые выделили землю (250 га) под строительство агросекторов, и получил финансовую помощь “Россельхозбанка”. Финансовой основой для работы “Молодежной агродеревни” является сбыт произведенной сельскохозяйственной продукции в городе Перми.

6. В чем может проявляться рациональная мотивация предпринимателей и рациональная логика бизнеса. Ответьте на вопрос, используя материал кейса.

Однажды известный российский предприниматель Савва Морозов купил в Америке на очень выгодных условиях большую партию хлопка, цены на который вскоре резко возросли. Он мог бы перепродать этот хлопок и получить за него гораздо б*о*льшую прибыль, чем от продажи произведённых на своей фабрике из этого хлопка товаров. Но он этого не сделал.

7.Ответьте на вопросы кейса: К коммерческому или производственному виду предпринимательства Вы бы отнесли деятельность компании «Славянская мебель»? Каковы конкурентные преимущества этой фирмы?

Российская компания «Славянская мебель» занимается продажами офисной и гостиничной мебели уже более 20 лет. В свое время она открыла производственные цеха в Орле и Подмосковье (площадью 4 тыс. и 1 тыс. кв. м соответственно) и с тех пор реализует только собственную продукцию, комплектуя ее качественной импортной фурнитурой. В компании работает 150 человек.

Мебель для гостиниц приносит компании не более 15% оборота, а основные объемы продаж приходятся на стандартные модули офисной мебели, рабочие места сотрудников и руководителей.

«Славянская мебель» производит свою продукцию из плит ДСП, которые обтягивает противоударным пластиком и декорирует деталями из ценных пород древесины. Такой продукт востребован на рынке. Есть спрос и на более дорогую продукцию из массива дерева, но ее компания не выпускает: для каждого материала нужно свое оборудование, а один станок обходится примерно в 150 тыс. евро. Изделия «Славянской мебели» относятся к среднему ценовому сегменту. «Славянская мебель» также производит нестандартную мебель для офисов, но такие заказы рентабельны, если их стоимость превышает 150 тыс. руб. «Сейчас средний чек у нас составляет 100 тыс. руб., производство автоматизировано и нацелено скорее на массовый выпуск»,— поясняет Павел.

Львиную долю московского рынка офисной мебели (не менее 60%)занимают два игрока — «Феликс» и «Юнитекс». «Обе компании добились большой узнаваемости своих брэндов, в первую очередь за счет открытия большого количества собственных салонов. „Юнитекс“ продает продукцию не только под собственной маркой, но и выступает в качестве дистрибутора»,— поясняет Павел. До 10% рынка принадлежит импортным производителям (итальянским, испанским, немецким, финским, польским и китайским). Около 15% — белорусской мебели. Всем остальным достается не больше 15%.

Для стимулирования продаж отдел маркетинга предложил специальные программы. Например, скидки (на некоторые позиции они могут доходить до 50%) или предложения получить в подарок стол при покупке кабинета руководителя. Акции рекламируют на сайте, клиентов также информируют по телефону. Программа началась два-три месяца назад, конкретных результатов пока нет, но Мягков рассчитывает на хорошую отдачу.

Сейчас компания занимается модернизацией сайта: меняет дизайн и повышает usability, планирует выкладывать проекты оформления офисов в 3D. На сайте есть интернет-магазин, который раньше давал до

10% продаж прямым клиентам. Сейчас доля онлайн-реализации продукции упала, поскольку у сайта новый адрес, и его раскрутка требует времени.

Фишкой может стать и какая-то новая интересная продукция. Например, обсудив с дизайнером запросы клиентов, Павел предложил делать недорогие передвижные шкафчики-кухни, они стоят около 14 тыс. руб. Компании, которые снимают офисы и часто переезжают, могут забирать их с собой. Продукция стала пользоваться хорошим спросом. На реализацию хорошей идеи, если она способна существенно поднять продажи, «Славянская мебель» готова найти деньги.

8.Ответьте на вопросы кейса: Можно ли отнести деятельность «Колтек Интернешнл» к инновационному типу производственного предпринимательства? Ответ обоснуйте.

Российская компания «Колтек Интернешнл» производит химические реагенты для нефтедобывающей и нефтеперерабатывающей отраслей. В штате около 400 человек, годовая выручка составляет в среднем 3 млрд руб., а прибыль позволяет вкладывать средства в создание новых материалов на основе инновационных технологий.

Один из проектов компании — разработка способа промышленного производства пеноалюминия — композитного материала, обладающего уникальным набором свойств. Он легкий, но в то же время очень прочный и жесткий, способен эффективно поглощать шум и энергию удара, обладает низкой тепло- и электропроводностью. Кроме того, материал экологичен и может производиться из вторичного сырья.

Пеноалюминий был изобретен достаточно давно, активный интерес к нему проявляют производители военной техники, судостроители и железнодорожники. Материал можно использовать в машиностроении, энергетике и системах безопасности. Декоративные свойства пеноалюминия используют дизайнеры для оформления промышленных выставок и создания мобильных объектов. Предприятия готовы его покупать, но им нужен продукт гарантированного качества, при этом его стоимость не должна превышать стоимость альтернативных материалов «в разы».

Своей сбытовой структуры у департамента пока нет, но искать покупателей надо быстро: во многих отраслях использование новых материалов требует длительного периода тестирования.

Для производства пеноалюминия «Колтек Интернешнл» привлекает на работу лучшие научные кадры, заказывает исследования и разработки в российских институтах и зарубежных лабораториях. Само производство — сложнейший процесс, состоящий из нескольких этапов, в нем используются даже нанопроцессы. Основная цель разработчиков — не только сделать качественный продукт. Важно еще и выпускать его по конкурентной стоимости.

В мире сегодня выпускают не более 1 тыс. тонн пеноалюминия в год. Опыт применения материала есть на многих рынках, но массово закупать его компании пока не готовы. «Пенопанели могут быть использованы при строительстве мостов вместо бетонных панелей, они лучше подойдут для создания стен и потолков в транспортных средствах, чем используемые сейчас материалы.

Стоимость килограмма пеноалюминия, производимого по технологии «Колтек Интернешнл», по расчетам Колерова, должна составить около $10. Если произвести и продать 10 тыс. тонн материала, проект окупится уже в течение года.

Удобнее всего было бы организовать производство в России, но строительство предприятия обойдется здесь в $35–60 млн, а, например, в Канаде дешевле как минимум на $10 млн. К тому же там у компании уже есть партнер, а в России надо искать инвестора.

«Колтек Интернешнл» демонстрирует свою продукцию на профессиональных выставках и чувствует большой интерес со стороны транспортников, военных, строителей. Однако в этих отраслях срок тестирования нового материала (помимо тестов, которые проводит сам «Колтек Интернешнл») составляет несколько лет.

9.Ответьте на вопросы к кейсу: К какому виду предпринимательства относится деятельность компании «Активный отдых»? Как привлечь в сторону «Активного отдыха» аудиторию, готовую заплатить за надежные вещи, и при этом не потерять лояльных потребителей

Сеть магазинов «Активный отдых» была создана в 1999 году компанией Bask – первым российским производителем туристической одежды и снаряжения (палаток, рюкзаков, спальников, пуховиков, термобелья). Соответственно, ассортимент этих магазинов затачивался под нужды путешественников, любителей экстремальных видов спорта, туристов и альпинистов.

Сейчас у сети семь магазинов в Москве, один в Нижнем Новгороде и два – в интернете. Магазины торгуют не только продукцией Bask, но и одеждой и снаряжением известных среди профессионалов марок – Salomon, Salewa, Vaude, Red Fox, Ferrino, Alexika, Boreal, Lowe Alpine.

Однако рынок outdoor (одежда и снаряжение для активного отдыха, туризма и экстремальных видов спорта) локален и растет медленно. Количество любителей гор в последние годы практически не увеличивалось. Руководство управляющей компании решило выйти на массового клиента. Расширения аудитории и увеличения клиентского потока требуют и западные акционеры компании – фонд прямых инвестиций Eagle Russia Fund. Но теперь задача усложнилась. Как с небольшим бюджетом привлечь в магазины публику, у которой «Активный отдых» ассоциируется с палатками и рюкзаками, но никак не с модной верхней одеждой или удобной обувью?

Добротные кроссовки и куртки из мембранной ткани могут стать одеждой жителя большого города, уверены в компании. По крайней мере, для Европы это уже норма. Проблема только в том, что россиянин вряд ли пойдет за одеждой или обувью в специализированную сеть для любителей активного отдыха и экстремальных видов спорта. Скорее он отправится в магазин одежды, торговый центр или крупную торговую сеть.

Основные конкуренты «Активного отдыха» – сети «АльпИндустрия», «День сурка» и RedFox. А кроме них – «Кант», «Спортмастер», «Триал Спорт», Decathlon, которые не специализируются на outdoor-продукции, но имеют в своем ассортименте схожие товарные категории. Впрочем, в отличие от ряда конкурентов «Активный отдых» не торгует товарами для городского спорта – лыжами, сноубордами, велосипедами. Да и цены в сети нельзя назвать слишком доступными – например, средний чек составляет 3500 руб., тогда как в «Спортмастере» – 1500-2500 руб. «Мы не ориентируемся на низкие цены. У нас другая философия – вещь должна быть качественной, ноской, рассчитанной на больший срок службы, в которой можно пойти даже в горы», – говорит Михаил Ярин.

Менеджеры «Активного отдыха» уже предприняли определенные шаги для достижения своей цели: подкорректирован ассортимент магазинов и добавили городской вариант одежды Bask, а также расширили линейку outdoor life style (повседневный outdoor) других брэндов.

В идеале руководители сети видят соотношение категорий массовых клиентов и любителей активного отдыха в пропорции 50/50. На продвижение «в массы» они готовы потратить не более 2,5 млн. рублей в год (в 2008-м затраты составляли менее 1 млн руб.). При этом у интернет-магазинов – отдельный бюджет. У менеджеров «Активного отдыха» есть ощущение, что бизнес может вырасти минимум на 50% только за счет правильного маркетинга. Хотя до сих пор сеть практически никак себя не продвигала, за исключением разве что баннеров на профильных сайтах и спонсорства специализированных мероприятий, например, Фестиваля приключенческих гонок.

10.Обоснуйте, что представленный в кейсе бизнес “Центр Монтессори-развития” можно отнести к социальному предпринимательству. О создании каких социальных ценностей идет речь в представленных материалах?

“Центр Монтессори-развития” **(**Вологда)

ИП М. Ракитская не случайно предпочла в качестве методической основы для работы своего Центра систему Монтессори: в свое время именно ее она выбрала для своего ребенка и на собственном опыте оценила ее преимущества. Свобода развития как основа ежедневных занятий является хорошей базой для работы с любыми детьми, в том

числе с физическими и психическими особенностями развития. Получение первого опыта общения в коллективе для ребят с синдромом Дауна, с различными проявлениями аутизма и отклонениями в развитии помогает им найти свой способ и свою меру социализации. Инклюзивное образование хорошо приживается именно в частных дошкольных развивающих центрах по нескольким причинам. Этот образовательный сегмент менее формализован и допускает большую вариативность, нежели государственный. Кроме того, адаптацию и социализацию детей с ОВЗ (ограниченными возможностями здоровья) нужно начинать как можно раньше, пока у ребенка не сложились механизмы защиты от взрослых или ровесников, через которые потом придется пробиваться педагогам.

В списке услуг центра Ракитской не последнее место занимают курсы для взрослых, которых учат понимать и принимать мир детей. Родителям детей-инвалидов также очень нужны психологическая поддержка и навыки преодоления отчаяния и чувства вины, которые специалисты центра называют “эмоциональным выгоранием”. Услуги для взрослых – важная часть деятельности еще и потому, что на них существует стабильный спрос, что позволяет центру достигнуть финансовой устойчивости.

М.Ракитская начала своей бизнес с получения субсидии в центре занятости, предоставляемой тем, кто готов начать собственный бизнес. Проект достиг самоокупаемости. В планах предпринимательницы – расширить свою клиентскую базу за счет продвижения информации о ее центре в социальных сетях.

11.Обоснуйте, что представленный в кейсе бизнес Детский развивающий центр “Ступеньки” можно отнести к социальному предпринимательству. О создании каких социальных ценностей идет речь в представленных материалах?

Детский развивающий центр “Ступеньки” (Тюмень). Организован в 2004 г. ИП М. Бакулиной.

Бизнес был построен на банковский кредит физическому лицу в размере 200 тыс. руб. При найме персонала ставка была сделана на студентов – молодых, креативных и энергичных. Именно благодаря нестандартным подходам, некоторому риску и даже своего рода экспериментам “Ступеньки” первыми начали работать с малышами сначала с полутора лет, а потом и с 6 месяцев. Позднее уже другие центры в городе, которые стали открываться по примеру Центра Бакулиной, подтянулись под эту высокую планку и составили ей здоровую конкуренцию.

Спустя год после начала деятельности Марина начала экспериментировать с инклюзивным образованием – включать детей с инвалидностью в обычные группы. В 2008 г. коллектив “Ступенек” учредил Тюменскую региональную общественную организацию по

работе с детьми с инвалидностью. В 2008 г. городская администрация, обратившая внимание на успешный опыт работы с детьми, предоставила “Ступенькам” муниципальное помещение под размещение центра и экспериментальной группы кратковременного пребывания. Благодаря успешным экспериментам команды “Ступенек” в практику центра вошли занятия по “логорисованию” – развитию речи через изобразительную деятельность, через развитие мелкой моторики рук. Такие занятия ведут логопеды с малышами с полутора лет. Ярким отличием центра “Ступеньки” является тот факт, что все специалисты, которые там работают, имеют второе образование – логопед. Логопедия и пение органически встраиваются во все занятия, что позволяет достигать очень впечатляющих результатов.

Специалисты центра реализовали также проект “Новая жизнь” для детей с диагнозом “детский церебральный паралич” – с полутора лет. Программа направлена на социализацию и реабилитацию этих детей посредством искусства (рисование, музыка, ритмика) с добавлением гимнастики, массажа и логопедии. Десять детей на бесплатной основе полтора года занимались в центре по этой программе. Дети участвовали в небольших концертах – не боялись выходить на публику, вместе с мамами играли на детских музыкальных инструментах, участвовали в постановке мини-сказок.

Ежемесячно в центре “Ступеньки” занимаются от 100 до 150 детей.

Проект детского развивающего центра “Ступеньки” имеет устойчивую положительную рентабельность, и Марина Бакулина проводит бизнес-консультации по открытию частных дошкольных учреждений для начинающих коллег-предпринимателей.

12.Обоснуйте, что представленный в кейсе бизнес Сеть тренажерных залов “Атлант“ можно отнести к социальному предпринимательству. О создании каких социальных ценностей идет речь в представленных материалах?

Сеть тренажерных залов “Атлант“ (Тольятти)

Предприниматель В.Филимонов адресовал свой проект школьникам из семей с низким уровнем доходов, которые хотели бы заниматься спортом. Сеть организованных им тренажерных залов “Атлант” предоставляет школьникам возможность за небольшую плату заниматься на разнообразных тренажерах согласно индивидуальному плану, получать консультации, а также участвовать в соревнованиях по пауэрлифтингу (powerlifting) и, в общем, заниматься делом, а не болтаться на улице в непонятной компании. Будучи спортсменом, Виктор сам столкнулся с проблемой дороговизны занятий в тренажерных залах. В результате решил отказаться от их посещения вовсе: сначала занимался в своей квартире, потом организовал для себя и своих друзей тренажерный зал в гараже, а потом, когда этими занятиями заинтересовались не только друзья, но появились и

желающие посещать бюджетный тренажерный зал, Виктор в 2010 г. открыл собственный тренажерный зал “Атлант”.

Сейчас у “Атланта” 2 тренажерных зала, в которых могут тренироваться и взрослые, и подростки. На каждого из посетителей заводится персонифицированный спортивный дневник, в котором прослеживается динамика его результатов. Кроме этого, оказываются консультации относительно правильного питания, режима дня, для каждого разрабатывается индивидуальный план занятий в зависимости от потребностей и запросов. Во время занятий в зале обязательно находится инструктор, который страхует и подсказывает, как правильно выполнять упражнения. Все это входит в стоимость абонемента. Для подростков месячный абонемент стоит 350 рублей, для взрослых – 400-600 рублей в зависимости от интенсивности тренировок. Сейчас взрослые и подростки тренируются вместе, но в перспективе планируется такое разграничение: до 18:00 – школьники, после – взрослые. Один зал “Атланта” уже достиг полной самоокупаемости, другой в настоящее время набирает свою клиентскую базу. В настоящее время Виктор разрабатывает систему тиражирования, для того чтобы можно было создавать подобные проекты в других городах.

13.Какие особенности предпринимательской модели социально ответственного бизнеса нашли отражение в предложенном кейсе.

Впервые более чем за полвека у жителей Франкфурта-на-Майне появилась возможность отправиться за покупками не только в будний день или в субботу, но и в воскресенье. Вслед за соседними городами Франкфурт присоединился к экспериментальной программе так называемых торговых воскресений.

Торговать по воскресеньям немецким магазинам запрещает федеральное законодательство. Ни один магазин в Германии, за исключением небольших киосков на вокзалах и в аэропортах, а также торговых павильонов на автозаправках не имеет права работать в воскресенье. Розничная торговля запрещена также в будни с 20.00 до 6.00. Законодательство Германии, регулирующее розничную торговлю, необыкновенно консервативно, что ежегодно наносит экономике многомиллионные убытки, но изменить ее крайне тяжело. Запрет на торговлю по воскресеньям, отмена которого могла бы оживить потребительский сектор, по-прежнему действует. Закон «О времени закрытия магазинов», написанный в лучших традициях немецкой бюрократии, был принят в 1957 году. Изначальная его цель — защитить права наемных работников. Но сегодня этот запрет уже выглядит насмешкой над здравым смыслом: человеку, не получившему работу продавца из-за застоя в торговле, неважно, что его гипотетический работодатель не сможет заставить его выходить на работу в воскресенье. Запрет сдерживает потребительскую активность граждан, ведет к падению оборотов розничных сетей и сокращению производства.

Воскресная торговля теперь разрешена не просто четыре раза в год, а лишь во время особых экономических или культурных мероприятий, проходящих именно в воскресенье. Во Франкфурте, например, в отличие от соседних городов, подобных мероприятий не было. Поэтому вместе с Торговой палатой пришлось специально создавать компанию City Forum, единственной целью которой стала организация таких событий.

Впрочем, начинание розничных торговцев вызвало гневные протесты католической церкви, призвавшей верующих бойкотировать магазины, участвующие в акции. «Воскресенье — это день отдыха и молитвы, и делать из него еще один день потребления и торговли — большой грех», — говорится в официальном заявлении франкфуртских церковных властей. Позиция церкви вызвала бурю протестов со стороны либералов. Однако, закон «О времени закрытия магазинов» базируется на норме конституции, объявляющей воскресенье «особо защищенным днем». По мнению большинства юристов, это означает, что для того, чтобы существенно либерализовать закон, придется вначале подкорректировать конституцию.

14.Ответьте на вопросы кейса. Каковы особенности производственного бизнеса Китая (на примере автомобильной промышленности). Определите конкурентные преимущества и конкурентные недостатки китайских автомобилей на российском рынке.

Из страны велосипедов и бычьих повозок Китай стремительно превращается в крупнейшую автомобильную державу. Однако у стремительного роста отрасли есть и другая сторона. Главная проблема, с которой сейчас столкнулся автопром Китая, - сбыт. Изначально руководство КНР рассчитывало, что продукция автоиндустрии будет продаваться в основном внутри страны, однако, покупательная способность населения (1,3 млрд. человек) еще не достигла должного уровня, что привело к перепроизводству: по официальным данным, за первые девять месяцев 2005 г. число непроданных автомобилей достигло небывалых 357 тыс. штук. Некоторые иностранные компании (например, Volkswagen) уже объявили о планах снижения объемов выпуска в Китае.

На российский рынок компания выходит очень агрессивно. Решив не делать «пробных выстрелов» из одной-двух моделей, сразу выпущен целый «залп», представленный модельным рядом. Это - малолитражка Chery QQ (в России - Chery Sweet). Несмотря на то, что китайская легковушка представляет собой копию модели Daewoo Matiz, однако даже нынешним ее владельцам — корпорации GM — не удалось засудить китайцев за плагиат. И теперь Sweet будет конкурировать с «родителем» вполне законно, да еще имея преимущество: при одной и той же комплектации китайская модель клиентам предлагается на полтысячи долларов дешевле.

Так же повели себя китайцы и в других сегментах. И Chery Amulet в гольф-классе, и седан бизнес-класса Chery B11, и компактный внедорожник Chery Tiggo продаются на российском рынке значительно дешевле, чем их «одноклассники», оснащенные примерно так же (как минимум кондиционер, гидроусилитель руля, магнитола с CD, центральный замок, подушки

безопасности и т.д.). Причем любая из машин китайской марки подозрительно похожа на уже известные модели (B11 - на Daewoo Magnus, Tiggo - одновременно на Toyota Rav4 и Kia Sorento). Правда, двигатели у китайцев зачастую настоящие: например, 2- и 2,4-литровые моторы Mitsubishi.

О своих претензиях на российский рынок заявил и другой бренд - Great Wall («Великая стена»), который, имея объем производства свыше 200 тыс. машин в год, входит в десятку самых крупных автопроизводителей Китая. В России эта фирма в начале нынешнего года стала активно продвигать внедорожники, которые, по мнению китайской стороны, должны быть особенно востребованы. Это, например, модель Great Walt Hover - внедорожник с рамной конструкцией кузова и двигателем Isuzu 2,4л (мощность 130 л.с.). Стоимость - 24,9 тыс. долларов, что почти в два с половиной раза дешевле популярного в России японского «одноклассника» Toyota Land Cruiser.

Другое предложение «Стены» - внедорожник Great Wall Suv G5, представляющий собой копию (и китайцы этого не скрывают) модели Toyota 4Runner. В самой простой комплектации эта модель оснащается мотором 2,3 л (105 л. с.), климат-контролем, электрозеркалами, парктроником, регулируемой рулевой колонкой. Цена беспрецедентная — всего 20,4 тыс. долларов за модель с задним приводом, а полноприводная модификация на 2,5 тыс. долларов дороже.

Такое сочетание дизайна и цены – привлекательный фактор для российского потребителя. Очевидно, именно поэтому начало продаж китайских автомобилей в России оказалось неожиданно удачным. Так, компания «Ирито» - импортер моделей Great Wall — еще год назад строила весьма скромные планы: рассчитывала сбыть за сезон несколько сотен машин. Но сейчас она заявляет, что уже реализовано не менее 4,5 тыс. автомобилей. Как минимум 5 тыс. в ближайший год намерены продать и дилеры Chery. Причем эти планы строятся не только на импортных поставках: китайские компании занялись организацией в России совместных сборочных заводов. Так, на создаваемом в Новосибирске совместном предприятии планируется выпускать до 10 тыс. автомобилей Chery Amulet и Tiggo, а в Бийске открывается СП по изготовлению китайских пикапов Tianye мощностью до 5 тыс. автомобилей в год. Возможно, к ним добавится и сборочное производство Great Wall, которое китайцы наметили открыть в Иркутске.

Впрочем, несмотря на бурный старт, большинство экспертов утверждает, что пока будущее китайских автомобилей в России весьма туманно, а отношение - противоречивое. Конечно, машины эти гораздо дешевле других иномарок, да и оснащены они подчас весьма богато. Но нет ответа на ключевой вопрос: как будут ездить китайские иномарки?

«Наши предприятия оснащены сверхсовременным оборудованием и технологиями, что делает китайские автомобили вполне конкурентоспособными, - заявил в интервью вице-президент Chery Чжао И. - А что касается доступных цен, то они связаны не с использованием более дешевых и менее качественных материалов, а, прежде всего, с недорогой рабочей силой, к примеру, рабочий может получать около ста долларов в месяц, что абсолютно нереально для других развитых стран».

15.Зачастую считается, что основным мотивом к занятию предпринимательством выступает стремление предпринимателя к получению высоких доходов. Однако так происходит не всегда. Мотивация предпринимателей не одинакова. Так, для предпринимателей, являющихся субъектами малого бизнеса, получение больших доходов скорее является заоблачной мечтой, чем реальностью, а их каждодневная деятельность сводится не к максимальной прибыли, а во многих случаях к выживанию.

Какова мотивация человека, который заработал сотни миллионов долларов, но продолжает трудиться, что творится в их душах? Известный психолог Марина Мелия считает, что деньги для таких предпринимателей не является мотивом, деньги скорее выступают мерилом успеха, способом доказать, что ты сильный, умный и успешный. Она полагает, что среди богатых людей, желающих не работать и «досрочно уйти на пенсию» значительно меньше, чем среди небогатых. Такие люди работают не для удовлетворения своих потребностей, а ради самореализации и творчества. «Деньги сами по себе ни хороши, ни плохи. Это лакмусовая бумажка, которая проявляет определенные качества, или катализатор, который лишь усиливает то, что есть в человеке.

Деньги – это не добро и не зло, это испытание…за свои большие деньги человек платит появлением у него зависимого окружения. От него зависят все: сотрудники, партнеры, друзья, дети, жены – материально, морально, психологически. Выстраивается система, в которой нет места критике, возражениям, негативной оценке его поступков. Проявляется ощущение всемогущества и вседозволенности».

Многие крупные предприниматели пытаются играть роль в развитии страны, участвуя в ее политической жизни. Это может быть обусловлено такими причинами как: желание пользовать политическое влияние на собственной безопасности и расширения возможностей своего бизнеса; или же романтическая причина, заключающаяся в желании предпринимателя повлиять на ситуацию в стране, считающего, что знает, как улучшить жизнь людей; наконец, желание изменить жизненные ориентиры, полностью поменять всю картину своей жизни. Какие мотивы побуждают предпринимателей к предприимчивому поведению? Всегда ли основной целью предпринимательской деятельности является получение прибыли?

16. В период проведения в России радикальных экономических реформ (90-е гг. XX в.) в СМИ появился ряд публикаций, ставших популярными, о несовместимости бизнеса и русского национального характера. Подтвердите или опровергните высказанное суждение, ознакомившись с материалом кейса «Из истории предпринимательских династий в России».

Всякое явление имеет свою историю и всякая деятельность людей,

в том числе и предпринимателей, опирается на опыт предпринимательских поколений. Предпринимательские династии в России отнюдь не редкость. Память о добрых делах российских предпринимателей, столько лет вытравлявшая из сознания людей, сохранилась, она передается из поколения в поколение. Этому способствуют окружающие нас зримые следы этих дел – действующие до сих пор старые заводы и фабрики, продолжающие служить людям дома, больницы, магазины и многое другое.

*Чайная династия Перловых.*

В конце прошлого века фамилия Перлов была известна почти каждому москвичу. Начиная с 1787 г. Перловы торговали чаем.

Родоначальник династии Иван Перлов (1700–1759) – московский купец 2-й гильдии. Серьезно начал развивать чайный бизнес его сын Алексей Перлов. К концу 18 века объем чайных поставок достиг 28-30 тысяч пудов ежегодно. В торговых рядах на Красной площади было открыто несколько чайных лавок. Торговля чаем тогда была только розничной и велась в небольших размерах. С 1790 г. после заключения договора с китайским правительством о снятии правовых и экономических ограничений торговая деятельность с Китаем стала более устойчивой.

Постепенно чайный бизнес Перловых расширялся. В 1816 г. семейное дело возглавил старший сын Василий, который вместе с братом открыл первый амбар для оптово-розничной торговли в Старом гостином дворе и ряд чайных магазинов. Три раза в год московские купцы вывозили свою продукцию на ярмарки: в Нижний Новгород на Макарьевскую, в Ярославскую губернию на Ростовскую, и в Курскую на Коренную. В 1836 г. Перловы получили звание почетных граждан, которое присваивалось за успешную торговую деятельность. Благоприятные условия для торговли привели **к** тому, что в 1829 г. ввоз чая превысил его спрос в России. Купцы договорились о «нормировке» (квоте) согласно которой они обязались ввозить в Россию не более определенного количества чая, реально требуемого рынком, а в 1849 г. российские купцы ввели тщательную экспертизу поставляемых чаев на границе.

В 1864 г. при Министерстве финансов России был учрежден особый комитет, при участии депутатов от торгующего в городе Кяхте купечества, для рассмотрения нужд и интересов чайной торговли. В 60-е годы в связи с открытием Суэцкого канала экономическая география претерпела значительные изменения. Транспортировка чая морскими путями оказалась выгоднее сухопутных караванов, которые добирались до Москвы через Монголию и Сибирь несколько месяцев. Перловым пришлось догонять своих конкурентов Боткиных, которые предусмотрительно открыли торговые представительства в Лондоне.

С открытием морских портов чайные предприниматели, с одной стороны, производили закупки на Лондонской бирже, с другой –

устремились вглубь Китая. Российские власти старались регулировать чайные потоки, идущие с двух главных мировых рынков – Китайского и Лондонского. В 1877 г. все кредитные пошлины для западной границы были переведены на золото, что, в свою очередь, подняло таможенные обложения на 30%. В то же время были понижены пошлины на Иркутской таможне, что дало возможность Перловым развить региональную сеть: 88 фирменных магазинов торговали чаем в 53 городах России, их них 14 в Москве и 8 в Санкт-Петербурге. Ежегодный оборот фирмы составлял 16 миллионов рублей. Перловы имели несколько магазинов и за границей – в Варшаве, Вене, Берлине, Париже, а кроме того являлись поставщиками российского двора и четырех иностранных дворов – австрийского, румынского, черногорского и нассауского. Одновременно с предпринимательством Сергей Перлов занимался и благотворительностью, построив церковь Донской Божьей Матери и женский монастырь в Шамордино.

Свое столетие в 1887 г. фирма Перловых отметила, как и подобало фирме такого уровня, пышно и с размахом. Представителям компании высочайшим указом было даровано постоянное дворянство – «во внимание к столетней деятельности их рода» и фамильный герб, на котором красовались шесть жемчужин и девиз «Честь в труде».

Вскоре торговый дом разделился, образовались две самостоятельные фирмы. Сыновья Семена Васильевича – Василий, Иван и Николай – продолжали дело под фирмой «В.А. Перлов», а их дядя основал собственную фирму «Сергей Васильевич Перлов и Ко». Несмотря на родственные отношения компании конкурировали между собой. Особенно это проявилось в период подготовки к коронации Николая II. В столице ожидали прибытия представителей иностранных государство и за право принять их у себя боролись многие торговые дома, что подчеркнуло бы особый статус компании и предоставило возможность наладить неформальные отношения с заграничными партнерами. Каждый из представителей перловского рода, торгуя с Китаем, рассчитывал на внимание китайского императора.

1917 г. разметал семью известных чаеторговцев по всему миру. Среди тех, кто остался в России – правнук В.А. Перлова, Юрий Константинович Киртбая. Именно он выдвинул идею возрождения деловых и культурных традиций своих предков. Так в 1992 г. было организовано товарищество «Дом Перловых». Спустя три года на его базе было создано ЗАО «Перловы и Ко».

Продолжая линию своих именитых предков, потомки рода Перловых воссоздают фирму с сетью магазинов по России, налаживают деловые контакты по поставкам чая из-за рубежа, восстанавливают старые и создают новые рецепты перловского чая, осуществляют оптовые продажи чая, получаемые из Индии, Китая. Не забывают потомки рода Перловых и о благотворительной деятельности, оказывая

помощь Российской православной церкви и, в частности, женскому монастырю в Шамордино.

17. Проанализируйте характер великороссов, отмечая черты, которые могли способствовать развитию русского предпринимательства. Чем вызван интерес делового сообщества к истории российских предпринимательских династий? Какие предпринимательские династии дореволюционной России Вам известны? Какой вклад в развитие экономики, культуры, социальной сферы внесли династии российских предпринимателей?

18. В период проведения в России радикальных экономических реформ (90-е гг. XX в.) в СМИ появился ряд публикаций, ставших популярными, о несовместимости бизнеса и русского национального характера. Подтвердите или опровергните высказанное суждение, ознакомившись с материалом кейса «Из истории предпринимательских династий в России».

Всякое явление имеет свою историю и всякая деятельность людей, в том числе и предпринимателей, опирается на опыт предпринимательских поколений.

Предпринимательские династии в России отнюдь не редкость. Память о добрых делах российских предпринимателей, столько лет вытравлявшая из сознания людей, сохранилась, она передается из поколения в поколение. Этому способствуют окружающие нас зримые следы этих дел – действующие до сих пор старые заводы и фабрики, продолжающие служить людям дома, больницы, магазины и многое другое.

*Из истории предпринимательской династии Морозовых.*

Морозовы были одной из немногих династий, где уже к началу XIX в. насчитывалось пять поколений, активно участвующих и в промышленности, и в общественной деятельности, и, будучи явлением типичным в истории российского предпринимательства, вместе с тем представляют собой особый случай. История Морозовых – это история превращения крепостных крестьян, самоучек в высокообразованных бизнесменов, истинных интеллигентов и утонченных ценителей искусств. В сложнейших условиях почти полной правовой незащищенности Морозовы создавали гигантские по тем временам предприятия, участвовали в сооружении железных дорог, учреждения банков, экономическом освоении окраин. Вместе **с** тем они прославили себя благотворительными делами, созданием выдающихся музейных коллекций.

Итак, символом русского предпринимательства XIX в. стала семья старообрядцев Морозовых. Родоначальник семьи Савва Васильевич Морозов (1770-1860 гг.), крепостной крестьянин с. Зуево, пастух, извозчик, рыбак, ткач-кустарь, пешком ходивший в Москву продавать

свой товар, затем – владелец шелкоткацкого предприятия. В 1820 г. Савва Морозов вместе с сыновьями выкупается на волю за 17 тысяч рублей (перед революцией собственные капиталы семьи составляли более 110 млн. рублей). В 1820-1840 гг. Морозовы создали 4 хлопчатобумажные фабрики. О четырех ветвях Морозовского рода обычно говорят, называя их по именам основателей Викуловичи, Захаровичи, Абрамовичи и Тимофеевичи. После окончательного разделения фабрик в 1872 г. каждой из ветвей принадлежала своя фирма: Товарищество Викулы Морозова с сыновьями, Компания Богородско-Глуховской мануфактуры, Товарищество Тверской мануфактуры, Товарищество Никольской мануфактуры Саввы Морозова и Ко.

Викуловичи были старообрядцами-поморцами. В Москве им принадлежали замечательные особняки в Введенском и Леонтьевском переулках, под Москвой — усадьбы в Архангельском-Одинцове и Ославском. Их стараниями построена детская Морозовская больница. Алексей Викулович был кроме тог крупным коллекционером.

Захаровичи отличались твердостью старой веры, жили очень скромно. Внук Давыд Иванович издавал в Москве ряд газет и журналов, в том числе «Русское обозрение», Арсений Иванович – строитель множества старообрядческих храмов и школ, техническое оснащение его фабрик в Глухове считалось одним из лучших в мире.

Тверская мануфактура Абрамовичей получала перед революцией самые большие доходы в России. Их особняки на Воздвиженке, на Пречистенке, на Смоленском бульваре до сих пор украшают Москву. Крупнейшие меценаты Михаил (1870-1903) и Иван (1871-1921) собрали замечательные коллекции живописи.

Тимофеевичи продолжали дело отца и деда. Известнейшими промышленниками и общественными деятелями были Тимофей Савич (1823-1889) и Савва Тимофеевич (1862-1905). Никольская мануфактура в Орехово-Зуеве – самое большое Морозовское предприятие.

Пять поколений Морозовского рода (практически все, родившиеся до 1917 г.), начав с нуля, подняли свое фабричное и торговое дело на небывалую высоту, обеспечили заработком много десятков тысяч рабочих семей, справедливо заслужили славу самых крупных благотворителей и меценатов.

Несколько слов следует сказать особо о Савве Тимофеевиче Морозове. Он был знаменит среди современников, отмечавших не только его близость Художественному театру и либеральную общественную деятельность, сколько «увлечение» рабочим вопросом. По свидетельству самих рабочих, Савва Морозов за двадцать лет, в течение которых он управлял фабриками, старался создать условия труда, казармы, бараки, школы и больницы лучше, чем у других предпринимателей, развивалась социальная инфраструктура в фабричных поселках, вплоть до организации детских яслей и богаделен.

Перестраивались взаимоотношения с рабочими, С.Т.Морозов, которого отец ругал «социалистом», стремился создать систему заинтересованности рабочих в результатах труда, выступил одним из инициаторов выработки правительственного постановления 1903г. о фабричных старостах, пытался внедрить систему участия рабочих в прибылях предприятия.

С именем Морозовых связано представление о влиянии и расцвете московского предпринимательства и в области промышленности, и в ряде благотворительности и культурных начинаний таких, как «Русские ведомости», философское московское общество, Художественный театр, музей французской живописи, клиники на Девичьем поле.

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Перфоманс-маркетинг»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

## Содержание

**1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ ..... 3**

**2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ..... 4**

**3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ..... 5**

**4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 6**

**5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 7**

**6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 12**

**7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ..... 14**

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Перфоманс-маркетинг» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 № 512.

Дисциплина «Перфоманс-маркетинг» направлена на формирование комплекса знаний и практических навыков использования практического инструментария в области теории и практики маркетинговых коммуникаций.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1, как дисциплина по выбору.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре.

**Цель и задачи дисциплины**

Дисциплина «Перфоманс-маркетинг» является дисциплиной, формирующей у студентов глубокие знания в области перфоманс-коммуникаций.

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов понятийного аппарата, инструментария и методологии деятельности в сфере перфоманс-маркетинга.

Задачи изучения дисциплины:

- освоение методов, видов и инструментов маркетинга в медиапространстве;
- изучение практики использования всех аспектов традиционного маркетинга в медиапространстве, с целью продажи медиапродукта покупателям и управление взаимоотношениями с ними;
- овладение инструментами продвижения компании в медиапространстве в соответствии с общей стратегией развития бизнеса.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **знать** | **уметь** | **иметь практический опыт** | |
| Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного канала | ПК-1 | ПК-1.1 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта | типы маркетинговых стратегий и задач, решаемых в рамках разработки коммуникационного продукта | использовать комплекс маркетинговых инструментов при разработке и продвижений медиа и коммуникационных продуктов | разработки стратегии маркетинга и выбора каналов цифровых коммуникаций для выполнения задач маркетинговой стратегии | Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа |
| | | ПК-1.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта | этапы маркетинговых исследований, основные технологии маркетинговых коммуникаций | использовать медиа-инструменты при реализации коммуникационного продукта | работы с различными источниками информации; анализа полученной информации применительно к объекту исследования; подготовки аналитических справок, обзоров и прогнозов. | |

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ/балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме | | |
| *Тема 1. Введение в мир маркетинга в медиапространстве.* | 5 | 5 | | | | | | | | 12 | Семинар в диалоговом режиме/10 Доклад-презентация/15 |
| *Тема 2. Создание новостей, как маркетинговый продукт в медиабизнесе.* | 5 | 5 | | | | | | | | 12 | Семинар в диалоговом режиме/10 Доклад-презентация/15 |
| *Тема 3. Все грани свободы слова.* | 5 | 5 | | | | | | | | 22 | Семинар в диалоговом режиме/10 Доклад-презентация/15 |
| *Тема 4. Электронные ресурсы и их возможности.* | 5 | 5 | | | | | | | | 22 | Семинар в диалоговом режиме/10 Доклад-презентация/15 |
| **Всего:** | **20** | **20** | | | | | | | | **68** | **100** |
| **Контроль, час** | **0** | | | | | | | | | | **Зачет** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **108** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных** | **3** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**Тема 1. Введение в мир перфоманс-маркетинга.**

Цели, задачи и предмет дисциплины маркетинг. Структура дисциплины. Понятие маркетинга и история его возникновения. Концепции маркетинга. Функции и принципы маркетинга. Инструменты маркетинга. Виды маркетинга. Роль маркетинговой деятельности.

Введение основных понятий сферы медиа, выявление уровня обученности учащихся. Работа с главным понятием сферы медиа – медиатекстом. Изучение критериев оценивания медиатекста, норм создания и декодировки, апробация полученных навыков на практике. Роль автора и рецензента.

**Тема 2. Создание новостей, как маркетинговый продукт в медиабизнесе.**

Роль Медиа в современном мире. SWAT формула для анализа сильных, слабых сторон, потенциальных рисков и возможностей в сфере медиа. Основные медиакомпетенции, которыми должны обладать современные люди. Существующие теории развития медиаобразования.

Вопрос личной ответственности за достоверность новостных сообщений в Сети, в СМИ. Отличие новостей от фейковых информационных вбросов. Методики оценивания достоверности источника, стратегия поведения. Способы анализа доступных ресурсов. Методы деконструкции сообщений.

**Тема 3. Все грани свободы слова.**

Понимание этики производства новостей, медиа и информации. Представление событий в медиа и средствах информации. Язык в медиа и информации. Целевая аудитория СМИ. Гражданская позиция, свобода самовыражения и информации. Доступ к информации, демократический дискурс и обучение на протяжении всей жизни.

**Тема 4. Электронные ресурсы и их возможности.**

Выявление возможностей и рисков при работе в Интернете. Ресурсы для цифрового монтажа и компьютерного ретуширования. Информационная грамотность и навыки пользования электронными ресурсами. Возможности и риски работы онлайн. Монтаж: программы и ресурсы. Ресурсы для обучения съемке в сети. Съемка в движении.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплине «Маркетинг в медиапространстве» используются такие виды учебной работы, как лекции, семинары, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

***Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к текущим формам контроля и промежуточной аттестации.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

***Методические указания для обучающихся при работе на семинаре***

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов согруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

***Методические указания для обучающихся по подготовке доклада-презентации***

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию.

Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.

2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).

3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.

4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.

5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.

6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).

7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

- готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и

инициалы выступающего;

- план сообщения;
- краткие выводы из всего сказанного;
- список использованных источников.

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);
- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

*Структура выступления.*

Вступление должно содержать:

- название, сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- живую интересную форму изложения;
- акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

***Методические указания для обучающихся по организации***

***самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины. Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом. При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

***Методические указания для обучающихся по работе с учебно-методической литературой (конспектирование)***

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

*Самопроверка*

После изучения определенной темы по записям конспекта и учебнику, решения соответствующих задач на практических занятиях и самостоятельно, обучающемуся рекомендуется, используя лист опорных сигналов, воспроизвести по памяти определения, выводы формул, формулировки основных положений и доказательств.

В случае необходимости нужно еще раз разобраться в материале. Помните, недостаточность усвоения того или иного вопроса выясняется только при изучении дальнейшего материала. Если это имеет место быть, надо вернуться назад и повторить плохо усвоенный материал.

Важный критерий усвоения теоретического материала - умение решать задачи или пройти тестирование по пройденному материалу.

*Консультации*

Если в процессе самостоятельной работы над изучением теоретического материала или при решении задач возникают вопросы, разрешить которые самостоятельно не удается, необходимо обратиться к преподавателю для получения у него разъяснений или указаний. В своих вопросах надо четко выразить, в чем испытываете затруднения, характер этого затруднения. За консультацией следует обращаться и в случае, если возникнут сомнения в правильности ответов на вопросы самопроверки.

*Подготовка к промежуточной аттестации*

Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. В процессе подготовки к промежуточной аттестации, ликвидируются имеющиеся пробелы в знаниях, углубляются, систематизируются и упорядочиваются знания. На промежуточной аттестации демонстрируются знания, приобретенные в процессе обучения по конкретной учебной дисциплине.

## *Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины*

| **Наименование темы** | **Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение** | **Формы самост. работы** | **Форма текущего контроля** |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Введение в мир маркетинга в медиапространстве.* | Инструменты маркетинга. Виды маркетинга. Изучение критериев оценивания медиатекста, норм создания и декодировки, апробация полученных навыков на практике. Роль автора и рецензента. | Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка доклада-презентации | Защита доклада-презентации |
| *Тема 2. Создание новостей, как маркетинговый продукт в медиабизнесе.* | Существующие теории развития медиаобразования. Способы анализа доступных ресурсов. Методы деконструкции сообщений. | Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка доклада-презентации | Защита доклада-презентации |
| *Тема 3. Все грани свободы слова.* | Гражданская позиция, свобода самовыражения и информации. Доступ к информации, | Работа с литературой, источниками в | Защита доклада-презентации |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | демократический дискурс и обучение на протяжении всей жизни. | сети Internet Подготовка доклада-презентации | |
| *Тема 4. Электронные ресурсы и их возможности.* | Информационная грамотность и навыки пользования электронными ресурсами. Возможности и риски работы онлайн. | Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка доклада-презентации | Защита доклада-презентации |

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2.Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 396 с. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература***

1. *Карпова, С. В.* Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 408 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16289-9. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. Реброва Н. П. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 277 с. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № п/п | Полное название ресурса | Ссылка |
|---|---|---|
| 1. | Хабрахабр | https://habrahabr.ru/ |
| 2. | MercatorGroup | http://www.mercator.ru |
| 3. | РИА Новости. Россия сегодня | https://ria.ru |
| 4. | GfK. Международный институт маркетинговых и социальных исследований | https://www.gfk.com/ru/ |

| | | |
|---|---|---|
| 5. | Research Rethink React.<br>Исследовательский холдинг Ромир | http://romir.ru/ |
| 6. | Фонд Общественное мнение (ФОМ) | http://corp.fom.ru/ |
| 7. | Институт социологии Российской академии наук | http://www.isras.ru/ |
| 8. | Всероссийский центр исследований общественного мнения (ВЦИОМ) | https://wciom.ru/ |
| 9. | Mediascope | http://mediascope.net/ |
| 10. | Ассоциация коммуникационных агентств России | http://www.akarussia.ru/files/docs/akar_sprav2015.pdf<br>http://www.akarussia.ru/files/docs/akar_industrialnye_standarty_prezentaciya.pdf |
| 11. | 1000 идей. Крупнейшая в России база необычных бизнес-идей | https://www.1000ideas.ru/article/trendy/ |
| 12. | Trendwatching.com | http://trendwatching.com/freepublications/ |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в

которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)
- Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### *7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины*

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Семинар в диалоговом режиме | 8-10 – ключевые аспекты темы определены правильно, аргументация логична, подкреплена знанием научных фактов, активное участие в обсуждении.<br>7-5 – ключевые аспекты темы определены правильно, аргументация представлена только на одном из уровней мышления;<br>4-3 – ключевые аспекты темы определены в основном правильно, ответ является достаточным, хотя и не всегда аргументированным.<br>2-1 – вопросы и ответы не раскрывают специфику вопроса, отсутствует аргументация, не используется профессиональная лексика. |
| 2. | Доклад-презентация | 15-10 – доклад производит выдающееся впечатление, сопровождается иллюстративным материалом; автор представил демонстрационный материал и прекрасно в нем ориентировался, автор отвечает на вопросы, показано владение специальным аппаратом, четкость выводов - полностью характеризуют работу<br>9-5 – доклад четко выстроен, демонстрационный материал использовался в докладе, доклад хорошо оформлен, но есть неточности, не может ответить на большинство вопросов, выводы нечетки<br>4-1 – доклад рассказывается, но не объясняется суть работы, представленный демонстрационный материал не использовался докладчиком или был оформлен плохо, неграмотно, не может четко ответить на вопросы |

## *Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости*

### *Типовые вопросы для семинара в диалоговом режиме*

1. Информационная политика газеты
2. Основные критерии отбора информации.
3. Предпринимательский подход к планированию номера периодического издания
4. Публикация в контексте материалов других СМИ
5. Языковое мастерство и индивидуальный стиль журналиста
6. Заголовочный комплекс в газете «Комсомольская правда». Его технические и лингвистические характеристики.
7. Журналист как интерпретатор наблюдаемых явлений. (на конкретном примере современных СМИ)
8. Задачи аналитического текста и информационные потребности аудитории (По газете «Аргументы и факты»)
9. Обложка местных журнальных СМИ.
10. Композиция газеты «Известия»

***Типовые темы для докладов-презентаций***

1. Обратная связь с аудиторией.
2. Подготовка аналитического текста.
3. Реклама в СМИ.
4. Особенности языка периодики в соответствии с целевой аудиторией.
5. Аналитические жанры в газете «Коммерсант»
6. Тематическая полоса в областной (районной) газете
7. Моя модель номера.
8. Анализ оформления издания. Взаимодействие содержания и формы
9. Ответственность журналистского текста - проявление нравственной культуры.
10. Ориентирование аудитории в социальной действительности.

### *7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации*

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачёта.

| **Процедура оценивания** | **Шкала и критерии оценки, балл** |
|---|---|
| Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:<br><br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br><br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br><br>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины. | Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:<br>1:0-30;<br>2:0-30;<br>3:0-40 **.**<br><br>**Зачтено**<br><br>**-90 и более**– ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые аргументы, использована профессиональная терминология<br>Задание выполнено правильно.<br>Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br><br>**-70 и более–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые аргументы, использована профессиональная терминология.<br>Ход выполнения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br><br>**-50 и более** -ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые аргументы, использована профессиональная терминология.<br>Задание выполнено частично.<br>**Не зачтено**<br>**-Менее 50**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задание не выполнено. |

## *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

**Задания 1 типа**

1. Какова роль медиапространства в современном обществе?
2. Назовите основные признаки медиапространства
3. Концепция медиапространства - общая характеристика
4. Медиапространство как часть информатизированного физического пространства
5. Медиапространства как часть символического пространства знаков
6. Охарактеризуйте культурологический подход к медиапространству
7. В чем суть социологический подхода к медиапространству?
8. Геополитический подход к медиапространству - общая характеристика
9. Назовите институциональные характеристики массовой коммуникации
10. Определите основных субъектов медиапространства России
11. Технологии трансмедийных проектов
12. Медийные предпочтения аудитории
13. Институты регулирования и контроля
14. Медиа-аудитория: общие характеристики
15. Молодежь и Интернет
16. Роль новых медиа в политической коммуникации
17. Традиционные медиа в системе медиапространства России - основные тренды
18. Новые медиа в системе медиапространства России - основные тренды
19. Формы взаимодействия новых и традиционных медиа
20. Понятие трансмедиа - общая характеристика
21. Геополитический подход к медиапространству
22. Понятие и сущность трансмедиа. Технологии трансмедиа
23. Понятие кроссмедиа. Модель коммуникации трансмедиа
24. Понятие социального пространства
25. Средства массовой информации: общая характеристика
26. Традиционные медиа: общая характеристика
27. Социальные медиа: общая характеристика
28. Новые медиа в современном медиапространстве России

29. Формы взаимодействия традиционных и новых медиа

30. Медиапространство в России: основные характеристики и тенденции развития

31. Традиционные медиа в системе медиапространства России: тренды и закономерности

32. Печатные СМИ: общая характеристика

33. Радио: общая характеристика

34. Телевидение: общая характеристика

35. Понятие медиапространства

36. Текущее состояние традиционных медиа в России

37. Модель коммуникации трансмедиа

38. Мультимедиа: общая характеристика

39. Соотношение понятий: мультимедиа, кроссмедиа, трансмедиа

40. Преимущества трансмедиа. Примеры использования

**Задания 2 типа**

1. Стратегии продвижения в социальных сетях

2. Социальные сети для обмена медиа-контентом

3. Видео-контент в социальных сетях

4. Социальные сети для авторских записей

5. Возможно ли сохранять ссылки в соцсетях, чтобы посмотреть позже

6. Как осуществить подписку не на друга

7. Как получать и отправлять письма пользователям на электронную почту @facebook.com

8. Можно ли менять порядок разделов страницы? Если да, то как это сделать?

9. Как осуществить сохранение свои данные с Facebook

10. Можно ли в чатах передавать не только фото, но и другие файлы? Если да, то как это сделать?

11. Как вставить публикацию Facebook на страницу своего сайта

12. Как создать свою коллекцию в Twitter

13. Как создать Фотоколлажи в Twitter

14. Как отправить личное сообщение в Twitter, при отсутствии сети интернет

15. Как на время заблокировать страницу в в Twitter

16. Правила работы с доской в Instagram

17. Как сохранить фотографию с Instagram

18. Как сделать коллаж из изображений

19. Как репостить фото из Instagram

20. Понятия: блог, блогосфера, блогер, блог-пост

**Задания 3 типа**

Образцы практических заданий.

1. Определить аудиторию «Синергия» в социальных сетях. Обосновать присутствие в конкретных сетях.

2. Зачем необходимо присутствие в соцсетях вашему бизнесу? Обосновать цель и коммуникационную стратегию.

3. Чем больше лайков, тем лучше — именно таким принципом руководствуются многие специалисты по маркетингу в социальных медиа. Маркетологи мечтают о большем количестве социальных интеракций и полагают, что лайки — адекватный показатель популярности бизнеса. Но неужели они так важны? Разве ажиотаж вокруг бренда в социальных сетях определяет его доходы? Дать обоснование на конкретном примере.

4. Поддержание активности в соцсетях требует невероятных затрат времени. Оставаться креативными и оригинальными — одна из наиболее сложных задач социального маркетинга. Предложите менее времязатратные тактики.

5. В попытке пробиться сквозь «информационный шум» к аудитории многие компании выбирают тактику частых постов. Для некоторых это может работать, но порой фолловеров раздражают назойливые уведомления о публикациях. Предложите свои варианты эффектимвного влияния на аудиторию.

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Маркетинг в соцсетях»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

## Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ ..... 3

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ..... 4

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ..... 5

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 6

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 6

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 11

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ..... 13

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг в соцсетях» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 № 512.

Дисциплина «Маркетинг в соцсетях» направлена на формирование комплекса знаний и практических навыков использования практического инструментария в области теории и практики маркетинговых коммуникаций.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1, как дисциплина по выбору.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре.

**Цель и задачи дисциплины**

Дисциплина «Маркетинг в соцсетях» является дисциплиной, формирующей у студентов глубокие знания в области коммуникаций.

***Целью*** освоения дисциплины является формирование у студентов понятийного аппарата, инструментария и методологии деятельности в сфере маркетинга в соцсетях.

***Задачи изучения дисциплины:***

- освоение методов, видов и инструментов маркетинга в соцсетях;
- изучение практики использования всех аспектов традиционного маркетинга в соцсетях, с целью продажи товара/услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними;
- овладение инструментами продвижения компании в соцсетях в соответствии с общей стратегией развития бизнеса.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению подготовки

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | выпускник должен знать | выпускник должен уметь | выпускник должен иметь практический опыт | |
| Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного канала | **ПК-1** | **ПК-1.1** Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта | методы прогнозирования спроса на рассматриваемую продукцию при помощи систем анализа спроса в интернете | настраивать различные системы Digital-рекламы и веб-аналитики | работы со стратегиями Digital-маркетинга и выбора каналов цифровых коммуникаций для выполнения задач маркетинговой стратегии | Контактная работа:<br>Лекции<br>Практические занятия<br>Самостоятельная работа |
| | | **ПК-1.2** Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта | принципы построения имиджа организации и оценки эффективности рекламных и PR усилий. | осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами | проведения рекламных кампаний в сети Интернет, с использованием инструментов интернет-маркетинга | |

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ/балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| *Тема 1. Facebook и Instagram* | 5 | 5 | | | | | | | | 18 | Семинар в диалоговом режиме/10 Доклад-презентация /15 |
| *Тема 2. ВК и MyTarget* | 5 | 5 | | | | | | | | 18 | Семинар в диалоговом режиме/10 Доклад-презентация/15 |
| *Тема 3. Twitter* | 5 | 5 | | | | | | | | 16 | Семинар в диалоговом режиме/10 Доклад-презентация/15 |
| *Тема 4. Messengers* | 5 | | 5 | | | | | | | 16 | Практикум по решению задач /25 |
| **Всего:** | **20** | **15** | **5** | | | | | | | **68** | **100** |
| **Контроль, час** | **0** | | | | | | | | | | **Зачет** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **108** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных** | **3** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Facebook и Instagram***

Секреты работы с Facebook и Instagram, особенности и эффективность форматов, восприятие контента аудиторией, особенности текстов и работы в группах (fb) и influence marketing (instagram)

***Тема 2. ВК и MyTarget.***

Секреты работы с ВК и Mytarget, особенности и эффективность форматов, восприятие контента аудиторией, особенности текстов и работы в группах (ВК).

***Тема 3. Twitter.***

Секреты работы с Twitter, особенности и эффективность форматов, восприятие контента аудиторией, особенности текстов и размещение видео, хэштеги и работа influence marketing.

***Тема 4. Messengers.***

Особенности работы Telegram, Whatsapp и Viber, influence marketing (работа с блоггерами, подача контента, подводные камни), особенности форматов, новые технологии, уникальность платформ.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплине используются такие виды учебной работы, как лекции, семинарские занятия, практикум по решению задач, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

***Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к текущим формам контроля и промежуточной аттестации.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал

прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

***Методические указания для обучающихся при работе на семинаре***

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов согруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

***Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач***

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с

рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

***Методические указания для обучающихся по подготовке доклада-презентации***

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию.

Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.
2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).
3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.
4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.
5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.
6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).
7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

- готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего;

- план сообщения;
- краткие выводы из всего сказанного;
- список использованных источников.

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);
- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

*Структура выступления.*

Вступление должно содержать:

- название, сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- живую интересную форму изложения;
- акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное

изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины. Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом. При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

***Методические указания для обучающихся по работе с учебно-методической литературой (конспектирование)***

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

*Самопроверка*

После изучения определенной темы по записям конспекта и учебнику, решения соответствующих задач на практических занятиях и самостоятельно, обучающемуся рекомендуется, используя лист опорных сигналов, воспроизвести по памяти определения, выводы формул, формулировки основных положений и доказательств.

В случае необходимости нужно еще раз разобраться в материале. Помните, недостаточность усвоения того или иного вопроса выясняется только при изучении дальнейшего материала. Если это имеет место быть, надо вернуться назад и повторить плохо усвоенный материал. Важный критерий усвоения теоретического материала - умение решать задачи или пройти тестирование по пройденному материалу.

***Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках***

***изучения дисциплины***

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самост. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Facebook и Instagram* | Маркетинговые инструменты для Facebook и Instagram, которые направлены на оптимизацию необходимых объявлений, увеличение количества конверсий и увеличение числа подписчиков. | Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка доклада-презентации | Защита доклада-презентации на семинарском занятии по теме № 1 |
| *Тема 2. ВК и MyTarget* | Особенности и преимущества рекламных форматов Вконтакте и myTarget. Плюсы таргетированной рекламы ВК. Преимущества рекламы в myTarget. | Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка доклада-презентации | Защита доклада-презентации на семинарском занятии по теме № 2 |
| *Тема 3. Twitter* | Ситуативный маркетинг в Twitter. Синхронизация нужных твитов с контентом на других платформах. | Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка доклада-презентации | Защита доклада-презентации на семинарском занятии по теме №3 |
| *Тема 4. Messengers.* | Что такое мессенжер-маркетинг? Почему он лучше емейл-рассылки? Каковы ключевые особенности мессенжер-маркетинга? Как его организовать? Как не превратить мессенжер-маркетинг в спам? | Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка отчета по практикуму по решению задач. | Подготовка отчета по практикуму по решению задач. |

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 335 с. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература***

1. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 315 с. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № п/п | Полное название ресурса | Ссылка |
|---|---|---|
| 1. | Хабрахабр | https://habrahabr.ru/ |
| 2. | Информационный портал о технологиях и маркетинге | https://vc.ru/ |
| 3. | MercatorGroup | http://www.mercator.ru |
| 4. | РИА Новости.<br>Россия сегодня | https://ria.ru |
| 5. | GfK. Международный институт маркетинговых и социальных исследований | https://www.gfk.com/ru/ |
| 6. | Research Rethink React.<br>Исследовательский холдинг Ромир | http://romir.ru/ |
| 7. | Фонд Общественное мнение (ФОМ) | http://corp.fom.ru/ |
| 8. | Институт социологии Российской академии наук | http://www.isras.ru/ |
| 9. | Всероссийский центр исследований общественного мнения (ВЦИОМ) | https://wciom.ru/ |
| 10 | Mediascope | http://mediascope.net/ |
| 11 | Ассоциация коммуникационных агентств России | http://www.akarussia.ru/files/docs/akar_sprav2015.pdf<br><br>http://www.akarussia.ru/files/docs/akar_industrialnye_standarty_prezentaciya.pdf |
| 12 | 1000 идей. Крупнейшая в России база необычных бизнес-идей | https://www.1000ideas.ru/article/trendy/ |
| 13 | Trendwatching.com | http://trendwatching.com/freepublications/ |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

При проведении образовательного процесса по дисциплине необходимо наличие:

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)
- Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ

## АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### *7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины*

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Семинар в диалоговом режиме | 8-10 – ключевые аспекты темы определены правильно, аргументация логична, подкреплена знанием научных фактов, активное участие в обсуждении.<br>7-5 – ключевые аспекты темы определены правильно, аргументация представлена только на одном из уровней мышления;<br>4-3 – ключевые аспекты темы определены в основном правильно, ответ является достаточным, хотя и не всегда аргументированным.<br>2-1 – вопросы и ответы не раскрывают специфику вопроса, отсутствует аргументация, не используется профессиональная лексика. |
| 2. | Доклад-презентация | 15-10 – доклад производит выдающееся впечатление, сопровождается иллюстративным материалом; автор представил демонстрационный материал и прекрасно в нем ориентировался, автор отвечает на вопросы, показано владение специальным аппаратом, четкость выводов - полностью характеризуют работу<br>9-5 – доклад четко выстроен, демонстрационный материал использовался в докладе, доклад хорошо оформлен, но есть неточности, не может ответить на большинство вопросов, выводы нечетки<br>4-1 – доклад рассказывается, но не объясняется суть работы, представленный демонстрационный материал не использовался докладчиком или был оформлен плохо, неграмотно, не может четко ответить на вопросы |
| 3 | Практикум по решению задач | 25-21 — все пункты практикума представлены и раскрыты полно, выполнен качественный всесторонний анализ, подготовлен полный отчет в формате презентации.<br>20-16 – практикум выполнен в основном полно, не все вопросы раскрыты достаточно, анализ и презентация с незначительными пробелами;<br>15-11 – не все пункты практикума проанализированы, есть ошибки в анализе и представлении отчета в виде презентации.<br>10-0 – практикум выполнен наполовину, пропущены ключевые пункты анализа, презентация сделана с ошибками или не представлена вовсе. |

### *Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости*

***<u>Типовые вопросы для семинара в диалоговом режиме</u>***

1. Социальные сети в контексте информационного общества: определение понятия, основные характеристики и функции, специфика социальных сетей как средства коммуникации.

2. Этапы развития коммуникационных технологий Интернета. Технологическая платформа Веб 2.0. Особенности PR и маркетинга в эпоху Веб 2.0.

3. Общая характеристика языка сети Интернет. Дискурсивные характеристики текстов социальных сетей.

4. Специфика социальной сети Вконтакте: аудитория, инструменты, типы контента.

5. Специфика социальной сети Одноклассники: аудитория, география, инструменты, типы контента.

6. Специфика социальной сети Facebook: аудитория, инструменты, типы контента.

7. Специфика социальной сети Twitter: аудитория, инструменты, типы контента.

8. Специфика социальной сети Instagram: аудитория, инструменты, типы контента.

9. Реклама в социальной сети Вконтакте: возможности таргетирования, форматы рекламы, понятие посева.

***Типовые вопросы для семинара в диалоговом режиме/докладов***

1. Рекламная платформа «My Target»: возможности таргетирования, форматы рекламы, площадки для размещения рекламы, нативные форматы рекламы, стратегии расходования бюджета рекламной компании

2. Этапы разработки SMM-стратегии.

3. Определение целевой аудитории и задач присутствия организации в социальных сетях

4. Критерии подбора социальной сети для размещения контента организации

5. Определение поведенческих особенностей аудитории, разработка контентплана

6. Типы контента социальных сетей

7. Составление календарного плана и определение необходимых ресурсов для продвижения организации в социальных сетях

8. PR-текст как один из элементов презентации организации или товара в 8 аудитории социальных сетей

9. Основные термины и показатели эффективности PR в социальных сетях.

10. Анализ эффективности PR в социальных сетях.

11. Критерии оценки эффективности PR в социальных сетях.

***Типовые задания для практикума по решению задач***

Задание 1

Продумать концепцию вирусного ролика в сети Интернет. Прописать цель, задачи, целевую аудиторию, предполагаемые результаты. Обосновать выбор площадок социальных медиа, на которых данных ролик планируется распространять. Продумать план продвижения ролика при нулевом бюджете (лидеры общественного мнения, репосты и др.).

Задание 2

Выбрать компанию на местном рынке и продумать рекламную стратегию продвижения при использовании медийной и контекстной рекламы.

Задание 3

Создать 2 похожие аудитории и запустите на них рекламу, создать 2 сложные

аудитории и запустить на них рекламу, создать воронку из 4 рекламных кампаний: охват, вовлечение, ретаргетинг, look-alike таргетинг, создать квиз и разместите его на сайте, применить минимум 2 профессиональных приема и приложить скриншот.

Задание 4.

Сформировать собственную библиотеку из креативов (минимум 10 идей), придумайте 10 заголовков, придумать 10 текстов, подобрать 10 изображений, создать 1 видеоролик в редакторе SUPA.

Задание 5.

Сделать скриншоты всех типов объявлений в сети FB и Instagram, зарегистрировать рекламный аккаунт, привязать к нему страницы Facebook и Instagram, привязать платежные данные, подтвердить домен, создайте и установите пиксель Facebook, создать основные события, подобрать интересы аудитории при создании рекламного кабинета.

### *7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации*

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачёта.

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|

| | |
|---|---|
| Зачет<br>представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:<br><br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br><br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br><br>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины. | Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:<br>1:0-30;<br>2:0-30;<br>3:0-40 .<br><br>**-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые аргументы, использована профессиональная терминология<br>Задание выполнено правильно.<br>Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые аргументы, использована профессиональная терминология.<br>Ход выполнения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>**-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые аргументы, использована профессиональная терминология.<br>Задание выполнено частично.<br>**-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задание не выполнено. |

## *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

**Задания 1 типа**

1. Социальные сети, область применения сетевых подходов и их ограничения.
2. Сетевые подходы и традиционные статистические методы. Совместное использование сетевых и статистических методов.
3. Сеть как отображение структуры.
4. Сеть как отображение обменных потоков.
5. Области применения социальных сетей.
6. Социальные сети как междисциплинарный подход к решению конкретных задач.
7. Потенциал применения сетевых методов в культурологии.
8. Социальные сети и новая социальность.
9. Социокультурная коммуникация в социальных сетях
10. Культуротворческие практики в социальных сетях
11. Информационное общество и социальные сети.
12. Социокультурная коммуникация в социальных сетях.

13. Особенности презентации социокультурных учреждений в социальных сетях

14. Субкультуры в социальных сетях.

15. Особенности восприятия информации аудиториями разных социальных сетей.

16. Влияние социальных сетей на механизмы распространения информации в обществе.

17. Методология мониторинга и анализа данных в социальных сетях

18. Краудсорсинг и исследование социальных сетей для реализации проектов

19. Специфика анализа социальных сетей.

20. Мониторинг социальных сетей.

**Задания 2 типа**

1. Стратегии продвижения в социальных сетях

2. Социальные сети для обмена медиа-контентом

3. Видео-контент в социальных сетях

4. Социальные сети для авторских записей

5. Возможно ли сохранять ссылки в соцсетях, чтобы посмотреть позже

6. Как осуществить подписку не на друга

7. Как получать и отправлять письма пользователям на электронную почту @facebook.com

8. Можно ли менять порядок разделов страницы? Если да, то как это сделать?

9. Как осуществить сохранение свои данные с Facebook

10. Можно ли в чатах передавать не только фото, но и другие файлы? Если да, то как это сделать?

11. Как вставить публикацию Facebook на страницу своего сайта

12. Как создать свою коллекцию в Twitter

13. Как создать Фотоколлажи в Twitter

14. Как отправить личное сообщение в Twitter, при отсутствии сети интернет

15. Как на время заблокировать страницу в Twitter

16. Правила работы с доской в Instagram

17. Как сохранить фотографию с Instagram

18. Как сделать коллаж из изображений

19. Как репостить фото из Instagram

20. Понятия: блог, блогосфера, блогер, блог-пост

**Задания 3 типа**

Образцы практических заданий.

1. Определить аудиторию «Синергия» в социальных сетях. Обосновать присутствие в конкретных сетях.

2. Зачем необходимо присутствие в соцсетях вашему бизнесу? Обосновать цель и коммуникационную стратегию.

3. Чем больше лайков, тем лучше — именно таким принципом руководствуются многие специалисты по маркетингу в социальных медиа. Маркетологи мечтают о большем количестве социальных интеракций и полагают, что лайки — адекватный показатель популярности бизнеса. Но неужели они так важны? Разве ажиотаж вокруг бренда в социальных сетях определяет его доходы? Дать обоснование на конкретном примере.

4. Поддержание активности в соцсетях требует невероятных затрат времени. Оставаться креативными и оригинальными — одна из наиболее сложных задач социального маркетинга. Предложите менее времязатратные тактики.

5. В попытке пробиться сквозь «информационный шум» к аудитории многие компании выбирают тактику частых постов. Для некоторых это может работать, но порой фолловеров раздражают назойливые уведомления о публикациях. Предложите свои варианты эффектимвного влияния на аудиторию.

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Основы военной подготовки»

**Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**
**Профиль подготовки: Интернет-маркетинг**
**Квалификация выпускника: Бакалавр**
**Форма обучения: очная**

**2025**

# СОДЕРЖАНИЕ

1.АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ ..... 3

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ..... 4

3.ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ..... 6

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 9

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 12

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 18

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ..... 22

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Основы военной подготовки» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 № 512.

Изучение дисциплины «Основы военной подготовки» реализуется исходя из базовых принципов и направлений военной подготовки, дисциплина состоит из основных разделов военной подготовки, тем военно-политической и правовой подготовки.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и является факультативной дисциплиной. Дисциплина изучается на 2 курсе в 3 семестре.

**Цели и задачи дисциплины**

***Целью*** изучения дисциплины является получение знаний, умений и навыков, необходимых для становления обучающихся в качестве граждан способных и готовых к выполнению воинского долга и обязанности по защите своей Родины в соответствии с законодательством Российской Федерации.

***Задачи дисциплины:***

- формирование у обучающихся понимания главных положений военной доктрины Российской Федерации, а также основ военного строительства и структуры Вооруженных Сил Российской Федерации (ВС РФ);
- формирование у обучающихся высокого общественного сознания и воинского долга;
- воспитание дисциплинированности, высоких морально-психологических качеств личности гражданина – патриота;
- освоение базовых знаний и формирование ключевых навыков военного дела;
- раскрытие специфики деятельности различных категорий военнослужащих ВС РФ;
- ознакомление с нормативными документами в области обеспечения обороны государства и прохождения военной службы;
- формирование строевой подтянутости, уважительного отношения к воинским ритуалам и традициям, военной форме одежды;
- изучение и принятие правил воинской вежливости;
- овладение знаниями уставных норм и правил поведения военнослужащих.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций, предусмотренных образовательной программой.

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компе-тенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **выпускник должен знать** | **выпускник должен уметь** | **выпускник должен иметь практический опыт** | |
| Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов | **УК-8** | **УК-8.3.** Осуществляет действия по предотвращению и возникновению чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) на рабочем месте; в случае возникновения чрезвычайной ситуации применяет средства защиты, оказывает первую помощь, принимает участие в восстановительных мероприятиях. | основные положения общевоинских уставов ВС РФ; организацию внутреннего порядка в подразделении; основные положения Курса стрельб из стрелкового оружия; устройство стрелкового оружия, боеприпасов и ручных гранат; предназначение, задачи и организационно-штатную структуру общевойсковых подразделений; основные факторы, определяющие характер, организацию и способы ведения современного общевойскового боя; общие сведения о ядерном, химическом и биологическом оружии, средствах его применения; правила поведения и меры профилактики в условиях заражения | правильно применять и выполнять положения общевоинских уставов ВС РФ; осуществлять разборку и сборку автомата (АК-74) и пистолета (ПМ), подготовку к боевому применению ручных гранат; оборудовать позицию для стрельбы из стрелкового оружия; выполнять мероприятия радиационной, химической и биологической защиты; читать топографические карты различной номенклатуры; давать оценку международным военно-политическим и внутренним событиям и фактам с позиции патриота своего Отечества; применять положения нормативно-правовых актов | строевыми приемами на месте и в движении; управления строями взвода; стрельбы из стрелкового оружия; подготовки к ведению общевойскового боя; применения индивидуальных средств РХБ защиты; ориентирования на местности по карте и без карты; применения индивидуальных средств медицинской защиты и подручных средств для оказания первой медицинской помощи при ранениях и травмах; работы с нормативно-правовыми документами. | Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа |

| Результаты освоения ООП (содержание компетенций) | Код компе-тенции | Код и наименование индикатора достижения компетенций | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине | | | Формы образовательной деятельности |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | выпускник должен знать | выпускник должен уметь | выпускник должен иметь практический опыт | |
| | | | радиоактивными, отравляющими веществами и бактериальными средствами; тактические свойства местности, их влияние на действия подразделений в боевой обстановке; назначение, номенклатуру и условные знаки топографических карт; основные способы и средства оказания первой медицинской помощи при ранениях и травмах; тенденции и особенности развития современных международных отношений, место и роль России в многополярном мире, основные направления социально-экономического, политического и военно-технического развития страны; основные положения Военной доктрины РФ; правовое положение и порядок прохождения военной службы | | | |

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| ***Очная форма*** | | | | | | | | | | | |
| ***Раздел 1. Общевоинские уставы Вооруженных Сил Российской Федерации*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1. Общевоинские уставы Вооруженных Сил Российской Федерации, их основные требования и содержание* | 6 | | 2 | | | | | | | 3 | Тест/5 |
| *Тема 2. Внутренний порядок и суточный наряд.* | 4 | | 2 | | | | | | | 2 | Тест/5 Практическое задание/2 |
| *Тема 3. Общие положения Устава гарнизонной и караульной службы.* | | | 2 | | | | | | | 1 | Тест/5 Практическое задание/2 |
| ***Раздел 2. Строевая подготовка*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 4. Строевые приемы и движение без оружия* | | | 6 | | | | | | | 3 | Тест/5 Практическое задание/2 |
| ***Раздел 3. Огневая подготовка из стрелкового оружия*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 5. Основы, приемы и правила стрельбы из стрелкового оружия* | | | 2 | | | | | | | 1 | Тест/5 Практическое задание/2 |
| *Тема 6. Назначение, боевые свойства, материальная часть и применение стрелкового оружия, ручных противотанковых гранатометов и ручных гранат* | | | 12 | | | | | | | 6 | Тест/5 Практическое задание/2 |
| *Тема 7. Выполнение упражнений учебных стрельб из стрелкового оружия* | | | 6 | | | | | | | 3 | Практическое задание/2 |
| ***Раздел 4. Основы тактики общевойсковых подразделений*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 8. Вооруженные Силы Российской Федерации их состав и задачи. Тактико-технические характеристики (ТТХ) основных образцов* | 2 | | 2 | | | | | | | 2 | Тест/5 Реферат/3 |

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| ***Очная форма*** | | | | | | | | | | | |
| *вооружения и техники ВС РФ.* | | | | | | | | | | | |
| *Тема 9. Основы общевойскового боя* | 2 | | 1 | | | | | | | 2 | Тест/5 Практическое задание/2 |
| *Тема 10. Основы инженерного обеспечения* | | | 2 | | | | | | | 2 | Тест/5 Практическое задание/2 |
| *Тема 11. Организация воинских частей и подразделений, вооружение, боевая техника вероятного противника.* | 2 | | 1 | | | | | | | 1 | Тест/5 Реферат/3 |
| ***Раздел 5. Радиационная, химическая и биологическая защита*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 12. Ядерное, химическое, биологическое, зажигательное оружие* | 2 | | 1 | | | | | | | 1 | Тест/5 |
| *Тема 13. Радиационная, химическая и биологическая защита* | | | 1 | | | | | | | 2 | Практическое задание/2 |
| ***Раздел 6. Военная топография*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 14. Местность как элемент боевой обстановки. Измерения и ориентирование на местности без карты, движение по азимутам* | 2 | | 1 | | | | | | | 1 | Практическое задание/2 |
| *Тема 15. Топографические карты и их чтение, подготовка к работе. Определение координат объектов и целеуказания по карте* | | | 2 | | | | | | | 1 | Практическое задание/2 |
| ***Раздел 7. Основы медицинского обеспечения*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 16. Медицинское обеспечение войск (сил), первая медицинская помощь при ранениях, травмах и особых случаях.* | 2 | | 1 | | | | | | | 3 | Тест/5 Практическое задание/2 |
| ***Раздел 8. Военно-политическая подготовка*** | | | | | | | | | | | |

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ / балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| ***Очная форма*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 17. Россия в современном мире. Основные направления социально-экономического, политического и военно-технического развития страны* | 2 | | 1 | | | | | | | 1 | Тест/5 |
| ***Раздел 9. Правовая подготовка*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 18. Военная доктрина Российской Федерации. Законодательство Российской Федерации о прохождении военной службы* | 2 | | 1 | | | | | | | 1 | Тест/5 |
| **Всего:** | **26** | | **46** | | | | | | | **36** | **100** |
| **Контроль, час** | **-** | | | | | | | | | | **Зачёт** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **108** | | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **3** | | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**Раздел 1. Общевоинские уставы Вооруженных Сил Российской Федерации**

***Тема 1. Общевоинские уставы Вооруженных Сил Российской Федерации, их основные требования и содержание.***

Структура, требования и основное содержание общевоинских уставов.

Права военнослужащих. Общие обязанности военнослужащих. Воинские звания. Единоначалие. Начальники и подчиненные. Старшие и младшие. Приказ и приказание. Порядок отдачи и выполнение приказа. Воинская вежливость и воинская дисциплина военнослужащих.

***Тема 2. Внутренний порядок и суточный наряд.***

Размещение военнослужащих. Распределение времени и внутренний порядок. Суточный наряд роты, его предназначение, состав. Дневальный, дежурный по роте. Развод суточного наряда.

***Тема 3. Общие положения Устава гарнизонной и караульной службы.***

Общие положения Устава гарнизонной и караульной службы. Обязанности разводящего, часового.

**Раздел 2. Строевая подготовка**

***Тема 4. Строевые приемы и движение без оружия.***

Строй и его элементы. Виды строя. Сигналы для управления строем. Команды и порядок их подачи. Обязанности командиров, военнослужащих перед построением и в строю.

Строевой расчет. Строевая стойка. Выполнение команд: «Становись», «Равняйсь», «Смирно», «Вольно», «Заправиться». Повороты на месте.

Строевой шаг. Движение строевым шагом. Движение строевым шагом в составе подразделения. Повороты в движении. Движение в составе взвода.

Управление подразделением в движении.

**Раздел 3. Огневая подготовка из стрелкового оружия**

***Тема 5. Основы, приемы и правила стрельбы из стрелкового оружия.***

Требования безопасности при обращении со стрелковым оружием. Требования безопасности при проведении занятий по огневой подготовке.

Приемы и правила стрельбы из стрелкового оружия.

***Тема 6. Назначение, боевые свойства, материальная часть и***

***применение стрелкового оружия, ручных противотанковых гранатометов и ручных гранат.***

Назначение, состав, боевые свойства и порядок сборки разборки АК-74 и РПК-74. Назначение, состав, боевые свойства и порядок сборки разборки пистолета ПМ. Назначение, состав, боевые свойства РПГ-7. Назначение, боевые свойства и материальная часть ручных гранат. Сборка разборка пистолета ПМ и подготовка его к боевому применению. Сборка разборка АК-74, РПК-74и подготовка их к боевому применению. Снаряжение магазинов и подготовка ручных гранат к боевому применению.

***Тема 7. Выполнение упражнений учебных стрельб из стрелкового оружия.***

Требования безопасности при организации и проведении стрельб из стрелкового оружия. Порядок выполнения упражнения учебных стрельб. Меры безопасности при проведении стрельб и проверка усвоения знаний и мер безопасности при обращении со стрелковым оружием. Выполнение норматива №1 курса стрельб из стрелкового оружия.

**Раздел 4. Основы тактики общевойсковых подразделений**

***Тема 8. Вооруженные Силы Российской Федерации их состав и задачи. Тактико-технические характеристики (ТТХ) основных образцов вооружения и техники ВС РФ.***

Вооруженные Силы Российской Федерации их состав и задачи. Назначение, структура мотострелковых и танковых подразделений сухопутных войск, их задачи в бою. Боевое предназначение входящих в них подразделений. Тактико-технические характеристики основных образцов вооружения и техники ВС РФ.

***Тема 9. Основы общевойскового боя.***

Сущность современного общевойскового боя, его характеристики и виды. Способы ведения современного общевойскового боя и средства вооруженной борьбы.

***Тема 10. Основы инженерного обеспечения.***

Цели и основные задачи инженерного обеспечения частей и подразделений. Назначение, классификация инженерных боеприпасов, инженерных заграждений и их характеристики. Полевые фортификационные сооружения: окоп, траншея, ход сообщения, укрытия, убежища.

***Тема 11. Организация воинских частей и подразделений, вооружение, боевая техника вероятного противника.***

Организация, вооружение, боевая техника подразделений мпб и тб армии США. Организация, вооружение, боевая техника подразделений

мпб и тб армии Германии.

**Раздел 5. Радиационная, химическая и биологическая защита**

***Тема 12. Ядерное, химическое, биологическое, зажигательное оружие.***

Ядерное оружие. Средства их применения. Поражающие факторы ядерного взрыва и их воздействие на организм человека, вооружение, технику и фортификационные сооружения. Химическое оружие. Отравляющие вещества (ОВ), их назначение, классификация и воздействие на организм человека. Боевые состояния, средства применения, признаки применения ОВ, их стойкость на местности. Биологическое оружие. Основные виды и поражающее действие. Средства применения, внешние признаки применения. Зажигательное оружие. Поражающие действия зажигательного оружия на личный состав, вооружение и военную технику, средства и способы защиты от него.

***Тема 13. Радиационная, химическая и биологическая защита.***

Цель, задачи и мероприятия РХБ защиты. Мероприятия специальной обработки: дегазация, дезактивация, дезинфекция, санитарная обработка. Цели и порядок проведения частичной и полной специальной обработки. Технические средства и приборы радиационной, химической и биологической защиты.

Средства индивидуальной защиты и порядок их использования. Подгонка и техническая проверка средств индивидуальной защиты.

**Раздел 6. Военная топография**

***Тема 14. Местность как элемент боевой обстановки. Измерения и ориентирование на местности без карты, движение по азимутам.***

Местность как элемент боевой обстановки. Способы ориентирования на местности без карты. Способы измерения расстояний. Движение по азимутам.

***Тема 15. Топографические карты и их чтение, подготовка к работе. Определение координат объектов и целеуказания по карте.***

Геометрическая сущность, классификация и назначение топографических карт. Определение географических и прямоугольных координат объектов по карте. Целеуказание по карте.

**Раздел 7. Основы медицинского обеспечения**

***Тема 16. Медицинское обеспечение войск (сил), первая медицинская помощь при ранениях, травмах и особых случаях.***

Медицинское обеспечение – как вид всестороннего обеспечения войск. Обязанности и оснащение должностных лиц медицинской службы тактического звена в бою. Общие правила оказания

самопомощи и взаимопомощи. Первая помощь при ранениях и травмах. Первая помощь при поражении отравляющими веществами, бактериологическими средствами. Содержание мероприятия доврачебной помощи.

**Раздел 8. Военно-политическая подготовка**

***Тема 17. Россия в современном мире. Основные направления социально-экономического, политического и военно-технического развития страны.***

Новые тенденции и особенности развития современных международных отношений. Место и роль России в многополярном мире. Основные направления социально-экономического, политического и военно-технического развития Российской Федерации.

Цели, задачи, направления и формы военно-политической работы в подразделении, требования руководящих документов.

**Раздел 9. Правовая подготовка**

***Тема 18. Военная доктрина Российской Федерации. Законодательство Российской Федерации о прохождении военной службы.***

Основные положения Военной доктрины Российской Федерации. Правовая основа воинской обязанности и военной службы. Понятие военной службы, ее виды и их характеристики. Обязанности граждан по воинскому учету.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, практикум по решению задач, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

***Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

***Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач***

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

*Порядок проведения практикума.*

1. Преподаватель разъясняет приёмы и методы решения на примере типовых задач по изучаемой теме (2-3 задачи).

2. Преподаватель даёт 2-3 задачи для самостоятельного решения.

3. Преподаватель контролирует решение задач студентами в индивидуальном порядке, подсказывает правильные пути решения.

4. По окончании практикума обучающемуся необходимо подготовить отчёт, в котором необходимо изложить полученные результаты. Также на данном этапе преподаватель подводит итоги, вскрывает типичные ошибки и отмечает отличившихся студентов, успешно решивших все задачи.

В ходе выполнения практикума, обучающиеся более глубоко усваивают физические законы посредством применения их к конкретным физическим ситуациям и процессам, учатся моделировать физические явления и анализировать полученные результаты.

***Методические указания для обучающихся по подготовке к тесту***

Тест – особая форма проверки знаний. Проводится после освоения одной или нескольких тем и свидетельствует о качестве понимания основных понятий изучаемого материала. Тестовые задания составлены к ключевым понятиям, основным разделам, важным терминологическим категориям изучаемой дисциплины.

Для подготовки к тесту необходимо знать терминологический аппарат дисциплины, понимать смысл научных категорий и уметь их использовать в профессиональной лексике.

Владение понятийным аппаратом, включённым в тестовые задания, позволяет преподавателю быстро проверить уровень понимания студентами важных методологических категорий.

***Методические указания для обучающихся по выполнению практического задания***

Практические задания используются для контроля факта приобретения обучающимися знаний и практических умений по соответствующей теме изучаемой дисциплины.

Выполнение практического задания осуществляется обучающимися в режиме аудиторной и (или) самостоятельной (внеаудиторной) работы.

Пример практического задания по одной из тем курса имеется в разделе 7 настоящей программы.

Выполненные практические задания по теме/темам дисциплины сдаются обучающимися на проверку преподавателю на предпоследнем практическом занятии. На последнем занятии, при подведении итогов ТКУ, преподаватель возвращает обучающимся проверенные задания с проставленными на них баллами.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

*Работа с литературой(конспектирование)*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления, в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

*Реферат*

Подготовка рефератов направлена на развитие и закрепление у обучающихся навыков самостоятельного глубокого, творческого и всестороннего анализа научной, методической и другой литературы по актуальным проблемам дисциплины; на выработку навыков и умений грамотно и убедительно излагать материал, четко формулировать теоретические обобщения, выводы и практические рекомендации.

Рефераты должны отвечать высоким квалификационным требованиям в отношении научности содержания и оформления.

Темы рефератов, как правило, посвящены рассмотрению одной проблемы. Объем реферата может быть от 12 до 15 страниц машинописного текста, отпечатанного через 1,5 интервала, а на компьютере через 1 интервал (список литературы и приложения в объем не входят).

Текстовая часть работы состоит из введения, основной части и заключения.

Во введении обучающийся кратко обосновывает актуальность избранной темы реферата, раскрывает конкретные цели и задачи, которые он собирается решить в ходе своего небольшого исследования.

В основной части подробно раскрывается содержание вопроса (вопросов) темы.

В заключении кратко должны быть сформулированы полученные результаты исследования и даны выводы. Кроме того, заключение может включать предложения автора, в том числе и по дальнейшему изучению заинтересовавшей его проблемы.

В список литературы (источников и литературы) обучающийся включает только те документы, которые он использовал при написании реферата.

В приложении (приложения) к реферату могут выноситься таблицы, графики, схемы и другие вспомогательные материалы, на которые имеются ссылки в тексте реферата.

### *Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины*

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоят. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоят. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| ***Раздел 1. Общевоинские уставы Вооруженных Сил Российской Федерации*** | | | |
| *Тема 1. Общевоинские уставы Вооруженных Сил Российской Федерации, их основные требования и содержание* | Общие обязанности военнослужащих. Воинские звания. Единоначалие. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к тестированию | Тест |
| *Тема 2. Внутренний порядок и суточный наряд.* | Размещение военнослужащих. Распределение времени и внутренний порядок. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к выполнению практического задания Подготовка к тестированию | Тест Практическое задание |
| *Тема 3. Общие положения Устава гарнизонной и караульной службы.* | Обязанности разводящего | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к выполнению практического задания Подготовка к тестированию | Тест Практическое задание |
| ***Раздел 2. Строевая подготовка*** | | | |
| *Тема 4. Строевые приемы и движение без оружия* | Строй и его элементы. Виды строя. Сигналы для управления строем. Команды и порядок их подачи. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к выполнению практического задания Подготовка к тестированию | Тест Практическое задание |
| ***Раздел 3. Огневая подготовка из стрелкового оружия*** | | | |
| *Тема 5. Основы, приемы и правила стрельбы из стрелкового оружия* | Приемы и правила стрельбы из стрелкового оружия. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к выполнению практического задания Подготовка к тестированию | Тест Практическое задание |
| *Тема 6. Назначение, боевые свойства, материальная часть и применение стрелкового оружия, ручных противотанковых гранатометов и ручных гранат* | Назначение, боевые свойства и материальная часть ручных гранат. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к выполнению практического задания Подготовка к тестированию | Тест Практическое задание |
| *Тема 7. Выполнение упражнений учебных стрельб из стрелкового оружия* | Требования безопасности при организации и проведении стрельб из стрелкового оружия | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к выполнению практического задания | Практическое задание |
| ***Раздел 4. Основы тактики общевойсковых подразделений*** | | | |
| *Тема 8. Вооруженные Силы Российской* | Тактико-технические характеристики | Работа с литературой, включая ЭБС, | Тест Реферат |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоят. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| *Федерации их состав и задачи. Тактико-технические характеристики (ТТХ) основных образцов вооружения и техники ВС РФ.* | основных образцов вооружения и техники ВС РФ | источниками в сети Internet Подготовка к тестированию, написание реферата | |
| *Тема 9. Основы общевойскового боя* | Сущность современного общевойскового боя, его характеристики и виды | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к выполнению практического задания Подготовка к тестированию | Тест Практическое задание |
| *Тема 10. Основы инженерного обеспечения* | Назначение, классификация инженерных боеприпасов, инженерных заграждений и их характеристики | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к выполнению практического задания Подготовка к тестированию | Тест Практическое задание |
| *Тема 11. Организация воинских частей и подразделений, вооружение, боевая техника вероятного противника.* | Организация, вооружение, боевая техника подразделений мпб и тб армии Германии | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к тестированию, написание реферата | Тест Реферат |
| ***Раздел 5. Радиационная, химическая и биологическая защита*** | | | |
| *Тема 12. Ядерное, химическое, биологическое, зажигательное оружие* | Средства применения, внешние признаки применения. Зажигательное оружие. Поражающие действия зажигательного оружия на личный состав, вооружение и военную технику, средства и способы защиты от него | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к тестированию | Тест |
| *Тема 13. Радиационная, химическая и биологическая защита* | Средства индивидуальной защиты и порядок их использования. Подгонка и техническая проверка средств индивидуальной защиты | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к выполнению практического задания | Практическое задание |
| ***Раздел 6. Военная топография*** | | | |
| *Тема 14. Местность как элемент боевой обстановки. Измерения и ориентирование на местности без карты,* | Способы измерения расстояний. Движение по азимутам. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к выполнению практического задания | Практическое задание |

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоят. работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| *движение по азимутам* | | | |
| *Тема 15. Топографические карты и их чтение, подготовка к работе. Определение координат объектов и целеуказания по карте* | Целеуказание по карте | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к выполнению практического задания | Практическое задание |
| ***Раздел 7. Основы медицинского обеспечения*** | | | |
| *Тема 16. Медицинское обеспечение войск (сил), первая медицинская помощь при ранениях, травмах и особых случаях.* | Общие правила оказания самопомощи и взаимопомощи. Первая помощь при ранениях и травмах | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к выполнению практического задания Подготовка к тестированию | Тест Практическое задание |
| ***Раздел 8. Военно-политическая подготовка*** | | | |
| *Тема 17. Россия в современном мире. Основные направления социально-экономического, политического и военно-технического развития страны* | Цели, задачи, направления и формы военно-политической работы в подразделении, требования руководящих документов. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к тестированию | Тест |
| ***Раздел 9. Правовая подготовка*** | | | |
| *Тема 18. Военная доктрина Российской Федерации. Законодательство Российской Федерации о прохождении военной службы* | Понятие военной службы, ее виды и их характеристики. Обязанности граждан по воинскому учету. | Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к тестированию | Тест |

# 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1. Общевоенная подготовка : учебное пособие : в 2 частях : [16+] / А. Г. Борисов, К. В. Анистратенко, Е. Ю. Лубашев [и др.] ; под общ. ред. А. Г. Борисова ; Южный федеральный университет, Военный учебный центр. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2022. – Часть 1. – 416 с. : ил., табл. – https://www.iprbookshop.ru

2. Строевая подготовка : учебное пособие для вузов / И. Ю. Лепешинский, В. В. Глебов, Д. В. Погодаев, Е. А. Шмаков. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 119 с. — (Высшее

образование). — ISBN 978-5-534-11736-3. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

3. Огневая подготовка: учебное пособие / Л.С.Шульдешов В.А., Родионов,В.В., Углянский.– Москва : КНОРУС, 2020, 216 с.

4. Воинская дисциплина и правовые средства ее укрепления : учебное пособие для вузов / под редакцией Ю. Н. Туганова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 186 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13371-4. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

5. Кутепов, А. В. Тактическая подготовка : радиационная, химическая и биологическая защита : учебное пособие / А. В. Кутепов, А. Б. Демченко, С. В. Ковалев ; Омский государственный технический университет. – Омск : Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2017. – 226 с. : табл., схем., ил. – https://www.iprbookshop.ru

6. Горшенина, Е. Оказание первой медицинской помощи при кровотечениях, ранениях и травмах (ушибах, вывихах, переломах) : учебное пособие / Е. Горшенина ; Оренбургский государственный университет. – Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2014. – 100 с. – https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература:***

1. Правовое обеспечение национальной безопасности : учебное пособие для вузов / Ю. Н. Туганов [и др.] ; под редакцией Ю. Н. Туганова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 191 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13507-7. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. Артиллерийское вооружение : учебник : в 3 частях : [16+] / В. В. Кулаков, Е. И. Каширина, О. Ю. Каширина, Ю. И. Литвин ; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. – Москва : Прометей, 2019. – Часть 1. Минометы. – 255 с. : ил., табл., схем. – https://www.iprbookshop.ru

3. Артиллерийское вооружение : учебник : в 3 частях : [16+] / В. В. Кулаков, Е. И. Каширина, О. Ю. Каширина, Ю. И. Литвин ; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. – Москва : Прометей, 2019. – Часть 2. Боевая машина БМ-21. – 203 с. : ил., табл., схем. – https://www.iprbookshop.ru

4. Артиллерийское вооружение : учебник : в 3 частях : [16+] / В. А. Шаманов, Е. И. Каширина, О. Ю. Каширина [и др.] ; под общ. ред. В. В. Кулакова ; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. – Москва : Прометей, 2020. – Часть 3. Командирские машины управления огнем артиллерии. – 423 с. : ил., схем., табл. – https://www.iprbookshop.ru

5. Шаманов, В. А. Боеприпасы : учебник : [16+] / В. А. Шаманов, В. В. Кулаков, О. Ю. Каширина ; под общ. ред. В. В. Кулакова ; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. –

Москва : Прометей, 2021. – 192 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://www.iprbookshop.ru

6. Белов, В. Г. Первая медицинская помощь : учебное пособие : [16+] / В. Г. Белов, З. Ф. Дудченко. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный институт психологии и социальной работы, 2014. – 144 с. : ил. – https://www.iprbookshop.ru

***Нормативно-правовые акты:***

1. Военная доктрина Российской Федерации.

2. Сборник общевоинских уставов Вооруженных Сил Российской Федерации.

3. Федеральный закон от 28 марта 1998 года № 53-ФЗ «О воинской обязанности и военной службе» (с изменениями и дополнениями).

4. Федеральный закон от 27 мая 1998 года № 76-ФЗ «О статусе военнослужащих» (с изменениями и дополнениями).

5. Указ Президента РФ от 16.09.1999 № 1237 «Вопросы прохождения военной службы» (вместе с «Положением о порядке прохождения военной службы»).

6. Боевой устав по подготовке и ведению общевойскового боя. Часть 2

7. Боевой устав по подготовке и ведению общевойскового боя. Часть 3

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № | Полное наименование ресурса | Адрес ресурса |
|---|---|---|
| 1. | Министерство обороны Российской федерации | http://www.mil.ru/ |
| 2. | МЧС России | https://mchs.gov.ru/ |
| 3. | Подготовка к военной службе и военно-профессиональной деятельности : учебно-методическое пособие / В. П. Перфилов. — Электрон. текстовые дан. (2,20 Mb). — Ярославль : ГАУ ДПО ЯО ИРО, 2023. — Текст : электронный.— (Безопасность жизнедеятельности) | http://www.iro.yar.ru/fileadmin/iro/csvr/2023/2023-02-20-Podgotovka-k-voennoi-sluzhbe.pdf |
| 4. | Боевая подготовка. Большая российская энциклопедия | https://bigenc.ru/c/boevaia-podgotovka-7b0dc0?ysclid=li00t2r7qe401847190 |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)
- Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

| № п/п | Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Практическое занятие | 2 – практическое задание выполнено самостоятельно, использована требуемая информация, аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы;<br>1 – практическое задание выполнено в основном самостоятельно, имеются ошибки в композиционном решении; даны ответы не на все вопросы;<br>0 – обучающийся выполнил задание несамостоятельно или, выводы и ответы на вопросы отсутствуют. |
| 2. | Тест | 5 – верные ответы составляют более 90% от общего количества;<br>4-2 – верные ответы составляют более 80% от общего количества;<br>1-0 – более 50% правильных ответов |
| 3. | Реферат | 3 – работа сдана в указанные сроки, обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему, логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, раскрыта тема реферата, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению;<br>2– основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы;<br>1 – основные требования к реферату выполнены, но при этом допущены недочеты, например: имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, объем реферата выдержан более чем на 50%, имеются упущения в оформлении.<br>0 - тема не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, допущены грубейшие ошибки в оформление работы; |

***Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости***

***<u>Примерные темы рефератов</u>***

1. Назначение Вооруженных Сил РФ.
2. Боевые традиции нашей армии.
3. Как влияет научно-технический прогресс на развитие Вооруженных Сил РФ?
4. Состав и виды Вооруженных Сил РФ.
5. Организация мотострелкового отделения на БМП, его вооружение.
6. Организация и вооружении мотопехотного отделения армий США и ФРГ.
7. Тактика действий мотопехотного отделения армии США в наступлении и обороне.

***<u>Примерные тестовые задания</u>***

***Тема 1. Общевоинские уставы Вооруженных Сил Российской Федерации, их основные требования и содержание***

**1. К общевоинским уставам не относится:**
а) Устав внутренней службы
б) Боевой устав пехоты
в) Дисциплинарный устав
г) Строевой устав

**2. Общие обязанности военнослужащих определяет:**
а) Устав внутренней службы
б) Устав гарнизонной и караульной служб
в) Дисциплинарный устав
г) Строевой устав

**3. Требование хранить государственную тайну содержится в:**
а) Уставе внутренней службы
б) Уставе ВС РФ
в) Дисциплинарном уставе
г) Строевом уставе

**4. Присвоение воинских званий осуществляется в соответствии с:**
а) служебным положением
б) служебным положением и выслугой лет

в) принадлежностью к роду войск
г) все перечисленные варианты правильны

**5. Высшим воинским званием для младшего офицерского состава является:**
а) мичман
б) капитан
в) сержант
г) майор

**6. Наиболее высоким воинским званием в ВМФ является:**
а) адмирал флота
б) адмирал
в) маршал РФ
г) капитан первого ранга

**7. Званию старшего сержанта в армии на флоте соответствует звание:**
а) ефрейтор
б) старший матрос
в) главный старшина
г) старшина 1-й статьи

**8. Из перечисленных воинских званий самым высоким является:**
а) капитан первого ранга
б) генерал-полковник
в) маршал артиллерии
г) главный маршал авиации

**9. После получения приказа подчиненный отвечает:**
а) «так точно»
б) «есть»
в) «служу России»
г) «рад стараться»

**10. Командир роты отдал солдату приказ, мешающий выполнить полученный ранее приказ от командира взвода. Правильные действия солдата:**
а) доложить об этом командиру роты и действовать далее в соответствии с его распоряжениями
б) немедленно выполнять приказ, полученный от командира роты
в) выполнить сначала приказ, полученный ранее
г) не выполняя ни один из приказов, доложить о ситуации командиру взвода

*Тема 2. Внутренний порядок и суточный наряд*

**1. Суточный наряд назначается в:**
а) отдельных батальонах
б) ротах
в) каждом подразделении и части
г) взводах

**2. Дежурный – это должность суточного наряда:**
а) подразделения и части
б) полка
в) роты
г) дивизии

**3. Количество дневальных в роте определяет:**
а) командир части
б) командир роты
в) дежурный по роте
г) дежурный по части

**4. Лицам, назначенным в суточный наряд роты, предоставляется для подготовки и отдыха:**
а) не менее суток
б) не более 12 часов
в) не менее шести часов
г) не менее трех часов

**5. Суточный наряд роты вооружается:**
а) пистолетами
б) штык-ножами
в) автоматами
г) не вооружается

**6. Дежурный по роте назначается из числа:**
а) сержантов
б) офицеров роты
в) ефрейторов
г) любых военнослужащих, по решению командира роты

**7. Во время выполнения своих обязанностей дежурный по роте подчиняется:**
а) только дежурному по части
б) только командованию полка
в) дежурному по части и его помощнику

г) только командиру роты

**8. Дневальный отвечает за сохранность:**
а) шкафов с пистолетами
б) оружия и боеприпасов роты
в) личных вещей солдат роты
г) все варианты правильны

**9. При прибытии в роту военнослужащих не своей роты дневальный обязан:**
а) не пускать их в расположение роты
б) пропускать их по предъявлении личных документов
в) вызвать дежурного
г) пропускать их по предъявлении пропуска

**10. Будить личный состав роты обязан:**
а) командир роты
б) дневальный
в) дежурный по роте
г) дневальный, кроме подъема по тревоге

***Тема 3. Общие положения Устава гарнизонной и караульной службы***

**1. В мирное время выполнением боевой задачи является:**
а) гарнизонная служба
б) боевые стрельбы
в) караульная служба
г) выполнение обязанностей в составе суточного наряда роты

**2. В состав караула не входит:**
а) дневальный
б) разводящий
в) водитель
г) выводной

**3. Часовой вооружается:**
а) пистолетом и штык-ножом
б) автоматом с одним примкнутым магазином
в) автоматом со штыком и двумя магазинами
г) автоматом, штыком и гранатами

**4. Часовой имеет право отдать оружие:**
а) только начальнику караула
б) начальнику караула и разводящему

в) начальнику караула, разводящему и прямым начальникам

г) все варианты неправильны

**5. В случае угрозы жизни часового в мирное время он:**

а) имеет право покинуть пост

б) не имеет права покинуть пост

в) имеет право покинуть пост, немедленно после этого доложив начальнику караула

г) докладывает начальнику караула, после чего покидает пост

**6. Лиц, прибывших на пост в сопровождении начальника караула, часовой:**

а) допускает к посту

б) не допускает к посту

в) допускает к посту после того, как они назовут пароль

г) допускает к посту, после того как они предъявят документы

**7. Часовой может быть снят или сменен дежурным по части в случае:**

а) письменного приказа об этом командиром части

б) устного приказания об этом командиром части

в) невозможности прибыть на пост начальника караула, его заместителя и разводящего

г) устного приказания об этом дежурного по части

**8. Порядок охраны конкретного поста указан в документе:**

а) «Особенности охраны поста»

б) «Устав гарнизонной и караульной служб»

в) «Боевой устав»

г) «Табель постам»

**9. Часовому разрешается:**

а) сидеть, продолжая наблюдение за постом

б) читать «Устав гарнизонной и караульной служб»

в) отправлять естественные надобности в случае крайней необходимости

г) все варианты неправильны

**10. В дневное время автомат у часового находится в положении:**

а) «на ремень»

б) «на ремень» или для стрельбы стоя с примкнутым штыком

в) «на грудь» с примкнутым штыком

г) для стрельбы стоя без штыка

***Тема 4. Строевые приемы и движение без оружия***

**1. Интервал - это:**

а) то же, что общая ширина строя

б) то же, что расстояние между флангами строя

в) расстояние по фронту между военнослужащими

г) расстояние в глубину между военнослужащими

**2. Развернутый строй может быть:**

а) одно- или двухшереножным

б) только одношереножным

в) только в колонну по одному

г) в колонну по два или по одному

**3. Походный строй может быть:**

а) в колонну по одному

б) в колонну по два

в) в колонну по три

г) все варианты правильны

**4. В колонну по одному всегда строятся менее:**

а) 3 человек

б) 4 человек

в) 7 человек

г) 5 человек

**5. По предварительной команде военнослужащие:**

а) ничего не делают

б) принимают положение «смирно»

в) поворачивают голову в сторону командира, подающего команду

г) поворачиваются на месте в сторону командира, подающего команду

**6. По команде «отставить»:**

а) прекращается выполнение команды и принимается предыдущее положение

б) всегда принимается положение «вольно»

в) всегда принимается положение «смирно»

г) принимается положение «смирно» лицом к командиру

**7. Правая рука, поднятая вверх – это сигнал:**

а) «сбор командиров»

б) «стой»

в) «внимание»

г) «по местам»

**8. Сигнал «стой» подается:**
а) желтым флажком
б) красным флажком
в) двумя флажками
г) флажками не подается

**9. По команде «вольно» разрешается:**
а) совершать любые движения, оставаясь на месте
б) опустить плечи, в остальном сохраняя строевую стойку
в) разговаривать
г) стать свободно, ослабить в колене ногу

**10. По команде «заправиться» военнослужащие обязаны:**
а) встать «смирно»
б) поправить оружие и обмундирование
в) проверить заправку поясного ремня
г) встать «вольно»

***Тема 5. Основы, приемы и правила стрельбы из стрелкового оружия***

**1. Воспламенение пороха в патроне происходит от удара по:**
а) гильзе
б) донцу гильзы
в) капсюлю
г) патроннику

**2. Начальная скорость пули – это ее скорость:**
а) в момент покидания ствола
б) в момент воспламенения заряда пороха в патроне
в) в момент движения в канале ствола
г) в момент преодоления 1/3 предельной дальности полета

**3. Практическое значение явления отдачи в том, что она:**
а) влияет на начальную скорость пули
б) повышает кучность стрельбы
в) помогает стреляющему правильно целиться
г) влияет на меткость стрельбы

**4. Траектория называется настильной, если:**
а) она совпадает с линией бросания
б) при данной траектории отсутствует мертвое пространство
в) при данной траектории цель будет поражена
г) оружию перед выстрелом был придан угол, меньший угла наибольшей дальности

**5. Термин «останавливающее действие пули» применяют по отношению к:**

а) автоматам
б) пистолетам
в) снайперским винтовкам
г) все варианты правильны

**6. При прямом выстреле точка прицеливания выбирается:**

а) по нижнему краю цели
б) по середине цели
в) по верхнему краю цели
г) все варианты правильны

**7. Глазомерно дальность до цели определяется:**

а) сравнением с известной дальностью до местного предмета
б) по отрезку местности в памяти
в) по кажущейся величине
г) всеми указанными способами

**8. Придание оси канала ствола необходимого для стрельбы положения - это:**

а) прицеливание
б) наводка
в) установка прицела
г) выбор точки прицеливания

**9. При мелкой мушке пули попадут по отношению к цели:**

а) выше
б) левее
в) правее
г) ниже

**10. Огонь из автомата, как правило, ведется с прицелом:**

а) 2
б) 3
в) 4
г) 5

***Тема 6. Назначение, боевые свойства, материальная часть и применение стрелкового оружия, ручных противотанковых гранатометов и ручных гранат***

**1. Какой модели автомата Калашникова не существует?**

а) АК-47
б) АК-74

в) АК-46
г) АКМ

**2. Калибр автомата АК-74:**
а) 7,7 мм
б) 7,92 мм
в) 7,62 мм
г) 5,45 мм

**3. Дальность прямого выстрела по бегущей фигуре из автомата АКМ составляет:**
а) 50 м
б) 200 м
в) 300 м
г) 525 м

**4. Вместимость магазина всех автоматов Калашникова составляет:**
а) 10 патронов
б) 20 патронов
в) 25 патронов
г) 30 патронов

**5. Для соединения частей и механизмов автомата служит:**
а) цевье
б) ствольная коробка
в) ствольная накладка
г) крышка ствольной коробки

**6. Затвор автомата Калашникова помещается в:**
а) затворной раме
б) газовой раме
в) газовой трубке
г) газовом поршне

**7. Для разбивания капсюля в затворе имеется:**
а) остов
б) боевой выступ
в) шпилька
г) ударник

**8. АК-74 не имеет положения переводчика:**
а) одиночные выстрелы
б) фиксированные очереди
в) очереди

г) переводчик на предохранителе

**9. Замедлитель курка в автомате Калашникова служит для:**
а) режима одиночного огня
б) запирания предохранителя
в) спуска курка
г) повышения кучности стрельбы

**10. Полная разборка оружия производится в случае:**
а) нахождения под дождем
б) при смене смазки
в) при ремонте
г) все варианты правильны

***Тема 8. Вооруженные Силы Российской Федерации их состав и задачи. Тактико-технические характеристики (ТТХ) основных образцов вооружения и техники ВС РФ***

**1. Численность ВС РФ в настоящее время составляет примерно:**
а) 500 тыс. человек
б) 800 тыс. человек
в) более 1,5 млн. человек
г) более 2 млн. человек

**2. Верховным главнокомандующим ВС РФ является:**
а) премьер-министр
б) министр обороны
в) лицо, назначаемое президентом в случае войны
г) президент

**3. Отдельным родом ВС РФ являются:**
а) Сухопутные войска
б) ВВС
в) ВМФ
г) ВДВ

**4. Воинской частью в составе Сухопутных войск чаще всего является:**
а) бригада
б) рота
в) батальон
г) полк

**5. Средняя численность отделения - это:**
а) 9 – 13 человек
б) 25 – 30 человек

в) 50 – 70 человек
г) 70 – 100 человек

**6. Свой штаб имеется у:**
а) батальона
б) роты
в) взвода
г) отделения

**7. Самым молодым видом войск в РФ являются:**
а) РВСН
б) ВДВ
в) Войска ПВО
г) ВКС

**8. Сколько флотских объединений входит в состав ВМФ РФ?**
а) два
б) четыре
в) пять
г) три

**9. К специальным войскам не относятся:**
а) железнодорожные
б) дорожные
в) трубопроводные
г) воздушно-десантные

**10. Самый многочисленный род войск в составе Сухопутных войск - это:**
а) ракетные войска и артиллерия
б) танковые войска
в) войска РХБЗ
г) мотострелковые войска

***Тема 9. Основы общевойскового боя***

**1. Организованное вооруженное столкновение подразделений и частей воюющих сторон - это:**
а) схватка
б) атака
в) бой
г) сражение

**2. Боевым порядком отделения в наступлении является:**
а) колонна

б) шеренга
в) волна
г) цепь

**3. Кинжальный огонь - это:**

а) огонь, ведущийся при бое с противником, ворвавшимся на обороняемые позиции
б) огонь, внезапно открытый во фланг противнику
в) огонь, внезапно открытый по обойденному противнику
г) внезапный огонь с близких расстояний

**4. Организованное быстрое передвижение в ходе боя на новый рубеж - это:**

а) атака
б) отход
в) охват
г) маневр

**5. Важнейшим видом боевого обеспечения является:**

а) разведка
б) защита от ОМП
в) маскировка
г) химическое обеспечение

**6. Дозиметрический контроль – это элемент вида боевого обеспечения:**

а) химического
б) маскировки
в) инженерного
г) охранения

**7. Обязанности солдата в бою определены в:**

а) Строевом уставе
б) Дисциплинарном уставе
в) Уставе внутренней службы
г) Боевом уставе

***Тема 10. Основы инженерного обеспечения***

**1. Основной вид инженерных заграждений - это:**

а) невзрывные
б) комбинированные
в) минно-взрывные
г) наземные

**2. Признаками установки мин являются:**

а) нарушенный дерн

б) осадка грунта

в) протянутый шпагат

г) все варианты правильны

**3. Окоп для гранатометчика отличается от окопа для автоматчика тем, что:**

а) отрывается глубже

б) отрывается больше по габаритам

в) отрывается обязательно на фланге позиции отделения

г) отрывается без бруствера сзади

***Тема 11. Организация воинских частей и подразделений, вооружение, боевая техника вероятного противника***

**1. Сколько огневых групп в мотопехотном отделении армии США?**

а) три

б) одна

в) две

г) в зависимости от выполняемых задач

**2. Штатным оружием в мотопехотном отделении армии США является:**

а) пистолет-пулемет СТЭН

б) пистолет-пулемет «Узи»

в) автоматическая винтовка М14

г) автоматическая винтовка М16

**3. В составе мотопехотного отделения армии США может быть: бронетранспортер VAB**

а) танк М60А1

б) танк М48 «Паттон»

в) БМП М2 «Брэдли»

**4. Особенностью танка М1А1 «Абрамс» является:**

а) самая большая масса среди танков мира

б) дополнительная 30-мм пушка

в) 150-мм пушка

г) газотурбинный двигатель

**5. Особенность мотопехотного отделения армии ФРГ - наличие:**

а) двух гранатометчиков

б) двух пулеметчиков

в) отсутствие пулеметчика
г) наличие пулеметчика с крупнокалиберным пулеметом

**6. Основным танком немецкой армии является:**
а) «Леопард-2»
б) «Леопард-1»
в) «Абрамс»
г) «Чифтен»

**7. Особенностью действий мотопехотного отделения армии США в наступлении является:**
а) действия только на БМП (БТР), не покидая машины до поражения противника
б) развертывание в цепь на дальности, меньшей дальности действия стрелкового оружия
в) переход в наступление только после его огневой подготовки средствами самого отделения
г) разделение на маневренную и огневую группы

***Тема 12. Ядерное, химическое, биологическое, зажигательное оружие***

**1. Первой и единственной страной, применившей ядерное оружие, была(и)**
а) ФРГ
б) Китай
в) США
г) Франция

**2. К поражающим факторам ядерного взрыва не относится:**
а) поражение осколками ядерного боеприпаса
б) ударная волна
в) световое излучение
г) электромагнитный импульс

**3. Лучевая болезнь развивается как последствие:**
а) электромагнитного импульса
б) светового излучения
в) ударной волны
г) проникающей радиации

**4. Особенностью нейтронных боеприпасов является использование в качестве поражающего фактора**
а) электромагнитного импульса
б) светового излучения

в) ударной волны
г) проникающей радиации

**5. Внешней границей очага ядерного поражения принято считать условную линию с давлением ударной волны:**
а) 10 кПа
б) 30 кПа
в) 20 кПа
г) менее 10 кПа

**6. Уровень радиации через два часа после взрыва уменьшается:**
а) в 2 раза
б) в 4 раза
в) в 10 раз
г) еще не уменьшается

**7. Дозой безопасного однократного облучения в течение 4 суток считается:**
а) 600 Р
б) 400 Р
в) 1200 Р
г) 50 Р

***Тема 16. Медицинское обеспечение войск (сил), первая медицинская помощь при ранениях, травмах и особых случаях***

**1. По характеру повреждений раны делятся на:**
а) огнестрельные
б) резаные
в) ушибленные
г) все варианты правильны

**2. В чем заключается опасность проникающего ранения груди?**
а) заражение крови
б) сильное кровотечение
в) быстрая потеря сознания
г) остановка дыхания

**3. При выпадении наружу внутренних органов необходимо**
а) не трогать раненого до прибытия врача
б) промыть выпавшие органы водой и аккуратно уложить внутрь
в) наложить повязку, стараясь не задевать выпавшие органы
г) прибинтовать их к туловищу

**4. Нельзя давать пить при ранениях**

а) головы
б) брюшной полости
в) области таза
г) повреждениях позвоночника

**5. Защита раны от загрязнения достигается**
а) удалением из раны инородных тел
б) промыванием раны дистиллированной водой
в) наложением чистой повязки
г) обработкой раны спиртом

**6. Алая фонтанирующая из раны кровь – признак кровотечения**
а) артериального
б) венозного
в) капиллярного
г) паренхиматозного

**7. Наиболее надежным способом остановки кровотечения на поле боя является**
а) прижатие артерии
б) сгибание конечности
в) наложение жгута
г) наложение давящей повязки

**8. На какое максимальное время допустимо наложение жгута зимой?**
а) 1 час
б) 2 часа
в) 30 мин
г) 15 – 20 мин

***Тема 17. Россия в современном мире. Основные направления социально-экономического, политического и военно-технического развития страны***

**1. Политические отношения, являвшиеся основой международных отношений между великими державами во второй половине XX в., получили название:**
а) «перестройка»
б) «разрядка»
в) «перезагрузка»
г) «холодная война»

**2. Проявлением активной внешней политики РФ было**

**следующее событие:**

а) марш-бросок на Приштину

б) ввод войск в Афганистан

в) участие в гражданской войне в Анголе

г) Карибский кризис

**3. Позитивные явления в экономике России, позволившие начать возрождение армии, впервые стали наблюдаться:**

а) в 1995 г.

б) в 1999 г.

в) в 2000 г.

г) в 1996 г.

**4. В 2020-е гг. к великим державам нельзя отнести:**

а) ФРГ

б) США

в) РФ

г) КНР

**5. Договор между РФ и США о сокращении стратегического наступательного оружия был подписан:**

а) в 1995 г.

б) в 1994 г.

в) в 2000 г.

г) в 1993 г.

**6. В 1994 г. российские войска начали боевые действия на территории:**

а) Сирийской арабской республики

б) Демократической республики Афганистан

в) Чеченской республики

г) Демократической республики Вьетнам

**7. В 2023 г. министром обороны РФ является:**

а) Д.А. Медведев

б) В.В. Путин

в) С.К. Шойгу

г) С.В. Лавров

**8. Специальная военная операция на территории Украины была начата ВС РФ:**

а) в 2015 г.

б) в 2014 г.

в) в 2020 г.

г) в 2022 г.

**9. Целью специальной военной операции на Украине является:**

а) национализация

б) демилитаризация

в) демобилизация

г) денацификация

**10. В состав БРИКС не входит:**

а) РФ

б) Бразилия

в) Турция

г) ЮАР

***Тема 18. Военная доктрина РФ. Законодательство Российской Федерации о прохождении военной службы***

**1. Основой российского законодательства в вопросах обороны страны является:**

а) закон «Об обороне»

б) Конституция РФ

в) Закон «О воинской обязанности и о военной службе»

г) Военная доктрина РФ

**2. Согласно статье 59 Конституции РФ, защита Отечества является для гражданина:**

а) почетным правом и обязанностью

б) обязанностью

в) долгом и обязанностью

г) долгом

**3. Система политических, экономических, военных, социальных, правовых и иных мер по подготовке к вооруженной защите и вооруженная защита РФ - это:**

а) национальная оборона

б) самозащита РФ

в) военная подготовка

г) оборона

**4. Правовое регулирование в области воинской обязанности и военной службы осуществляет закон:**

а) «Об обороне»

б) «О воинской обязанности и о военной службе»

в) «О статусе военнослужащих»

г) Военная доктрина РФ

**5. Воинская обязанность не предусматривает:**

а) прохождение военной службы по контракту
б) воинский учет
в) обязательную подготовку к военной службе
г) пребывание в запасе

**6. Комплекс мероприятий по переводу на военное положение ВС РФ, экономики и органов государственной власти - это:**
а) введение военного положения
б) объявление военного времени
в) объявление состояния войны
г) мобилизация

**7. Постановка граждан РФ на воинский учет по месту временного пребывания осуществляется, если срок временного пребывания составляет:**
а) более 1 месяца
б) более 3 месяцев
в) более 2 месяцев
г) более 6 месяцев

**8. Возраст, до которого гражданин РФ, не проходивший военную службу, считается призывником:**
а) 27 лет
б) 25 лет
в) 35 лет
г) 40 лет

**9. Первоначальная постановка на воинский учет мужчин в РФ осуществляется при достижении ими возраста:**
а) 16 лет
б) 17 лет
в) 18 лет
г) 15 лет

**10. При постановке гражданина РФ на первоначальный воинский учет в случае признания его годным к военной службе ему выдается:**
а) справка о постановке на воинский учет
б) военный билет
в) справка о годности к военной службе
г) удостоверение гражданина, подлежащего призыву

***Примерные практические задания***

***Тема 2. Внутренний порядок и суточный наряд***

Выполните действия дневального по роте при прибытии в роту
- командира роты,
- в случае пожара и тревоги,
- при прибытии в роту военнослужащего не своей роты,
- при выносе имущества из расположения роты.

***Тема 3. Общие положения Устава гарнизонной и караульной службы***

1. Покажите положение оружия у часового на посту и при тушении пожара, порядок заряжания автомата перед выходом на пост и разряжания его после возвращения с поста.
2. Выполните действия часового при сдаче поста.

***Тема 4. Строевые приемы и движение без оружия***

1. Изготовьте желтый и красный флажки.
2. Используя флажки, покажите сигналы управления строем.
3. Покажите, как выполняется строевая стойка.
4. Покажите, как снимается и надевается головной убор.
5. Выполните повороты на месте и в движении, покажите движение строевым шагом.
6. Выполните действия при размыкании и смыкании отделения влево и от середины.
7. Выполните действия при перестроении отделения из одной шеренги в две и обратно.

***Тема 5. Основы, приемы и правила стрельбы из стрелкового оружия***

1. Определите дальность до цели высотой 2,5 м, если она заключается в малом делении шкалы бинокля.
2. Определите угловую величину цели; ширина ее 3 м и дальность до нее 200 м.
3. Составьте задачу по определению дальности до цели с применением формулы тысячной.

***Тема 6. Назначение, боевые свойства, материальная часть и применение стрелкового оружия, ручных противотанковых гранатометов и ручных гранат***

1. Произведите неполную разборку и сборку автомата.
2. Изготовьте комплект палочек для чистки автомата.
3. Подготовьте принадлежность к чистке автомата и покажите порядок чистки и смазки ствола, газовой камеры, затворной рамы с газовым поршнем и ударно-спускового механизма.

***Тема 7. Выполнение упражнений учебных стрельб из стрелкового оружия***

1. Покажите порядок снаряжения магазина автомата.

2. Выполните действия солдата при стрельбе из автомата по командам «Лежа -ЗАРЯЖАЙ» и «Оружие - к ОСМОТРУ».

3. Выполните на время норматив №1 курса стрельб из стрелкового оружия (изготовка к стрельбе из различных положений (лежа, с колена, стоя, из-за укрытия) при действии в пешем порядке).

***Тема 9. Основы общевойскового боя***

Выполните действия солдата по командам «Отделение, приготовиться к атаке» и «Отделение, в атаку — вперед» (исходное положение — в окопе с автоматом).

***Тема 10. Основы инженерного обеспечения***

Оттрассируйте одиночный окоп для стрельбы лежа и назовите его элементы и размеры.

***Тема 13. Радиационная, химическая и биологическая защита***

1. Изготовьте ватно-марлевую повязку.

2. Покажите положения, в которых переносится противогаз, и переведите противогаз из положения «наготове» в «боевое».

***Тема 14. Местность как элемент боевой обстановки. Измерения и ориентирование на местности без карты, движение по азимутам***

1. Определите стороны горизонта различными способами и запишите в тетради доклад о своем местонахождении.

2. Определите стороны горизонт по компасу, небесным светилам и признакам местных предметов.

3. Доложите о своем местонахождении относительно местных предметов.

4. Определите размер своего шага и переведите в пары шагов расстояние 100 м.

5. Определите азимуты возможных направлений движения от дома и учебного заведения.

6. Пройдите расстояние 1000 м по азимутам.

***Тема 15. Топографические карты и их чтение, подготовка к работе. Определение координат объектов и целеуказания по карте***

1. Продемонстрируйте чтение топографической карты по вводным преподавателя.

2. Покажите порядок целеуказания по карте.

***Тема 16. Медицинское обеспечение войск (сил), первая медицинская помощь при ранениях, травмах и особых случаях***

Продемонстрируйте порядок оказания первой помощи при ранении по вводным преподавателя.

## 7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачёта.

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:<br><br>**Задание № 1** – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>**Задание № 2** – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>**Задание № 3** – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:<br>1:0-30;<br>2:0-30;<br>3:0-40**.**<br><br>**«Зачтено»**<br>**- 90 и более** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная лексика. Задание выполнено правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>**- 70 и более баллов –** ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>**- 50 и более баллов–** ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная лексика. Задание выполнено частично.<br><br>«**Не зачтено»**<br>**- Менее 50 баллов** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задание не выполнено |

### *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

***Задания 1-го типа***

1. Расскажите о воинских званиях и знаках различия военнослужащих Вооруженных Сил РФ.
2. Кто является начальниками для солдат?
3. Назовите обязанности солдата
4. Расскажите об ответственности солдата по службе
5. Расскажите об обязанностях военнослужащего по соблюдению воинской дисциплины.
6. Расскажите о дисциплинарных взысканиях, применяемых к солдатам и матросам.
7. Для чего назначается суточный наряд роты, каковы его состав и вооружение?
8. Где оборудуется и чем оснащается место дневального по роте?
9. Почему несение караульной службы является выполнением боевой задачи и что требуется при этом от личного состава караула?

10. Назовете обязанности часового.

11. Расскажите о действиях часового при сдаче поста и о действиях часового на посту.

12. Каков порядок передачи и приема команд сигналами?

13. Назовите обязанности солдата перед построением и в строю.

14. Расскажите, как выполняется строевая стойка.

15. Расскажите о действиях военнослужащих по командам «Равняйсь», «Вольно», «Заправиться».

16. Расскажите о построении отделения в развернутый строй.

17. Расскажите о порядке расчета военнослужащих в строю.

18. Назовите основные части автомата

19. Расскажите о назначении Вооруженных Сил РФ.

20. Назовите виды боя и расскажите о них.

21. Назовите тактико-технические характеристики противотанковых и противопехотных мин.

22. Назовите и охарактеризуйте поражающие факторы ядерного взрыва.

23. Что такое очаг ядерного поражения?

24. Расскажите о химическом оружии и признаках его применения.

25. Для чего предназначены средства индивидуальной защиты и на чем основан принцип действия противогаза?

***Задания 2-го типа***

1. Расскажите о порядке отдачи и выполнения приказов и приказаний, об отдании воинской чести и о правилах воинской вежливости и поведения военнослужащих.

2. Что такое воинская дисциплина, на чем она основывается и каково ее значение? Приведите пример.

3. Какие меры безопасности необходимо соблюдать при обращении с автоматом и патронами?

4. Как образуется траектория полета пули? Приведите пример.

5. Что такое наводка и какие элементы она включает? Приведите пример.

6. Расскажите о назначении, боевых свойствах и принципе действия автомата Калашникова.

7. В чем особенности устройства ручного пулемета Калашникова?

8. На конкретном примере расскажите о мерах безопасности на занятиях и на стрельбище.

9. Как влияет научно-технический прогресс на развитие Вооруженных Сил РФ?

10. Какую организацию имеет мотострелковое отделение на БМП и что имеется на его вооружении?

11. На конкретном примере расскажите о боевых возможностях мотострелкового отделения

12. Что такое бой и почему современный бой называется

общевойсковым? Приведите пример.

13. Чем характеризуется современный общевойсковой бой? Приведите пример.

14. Какие средства поражения применяются в современном бою? Приведите пример.

15. Какое значение имеет боевое обеспечение и что оно включает? Приведите пример.

16. С какой целью организуется разведка и какие требования предъявляются к ней? Приведите пример.

17. Расскажите об установке противотанковых и противопехотных минных полей и о порядке проделывания проходов в них. Приведите пример.

18. Расскажите об организации и вооружении мотопехотного отделения армий США и ФРГ.

19. Расскажите о тактике действий мотопехотного отделения армии США в наступлении и обороне.

20. Какой толщины должен быть слой стали, бетона, грунта и древесины, чтобы ослабить радиоактивное излучение в два раза?

21. Уровень радиации на местности через 1 час после наземного ядерного взрыва составляет 200 Р/ч. Каким он будет через 7 часов?

22. Дайте определения дегазации, дезактивации, дезинфекции и расскажите, в чем они заключаются.

23. Какими способами можно определить стороны горизонта?

24. В чем заключается ориентирование карты? Какие способы определения своего местоположения на местности с помощью карты вы знаете?

25. Каковы цели, задачи, направления и формы военно-политической работы в подразделении? Какие руководящие документы при этом используются? Приведите пример.

***Задания 3-го типа***

**Задание 1.**

Выполните действия дневального по роте при прибытии в роту

- командира роты,
- в случае пожара и тревоги,
- при прибытии в роту военнослужащего не своей роты,
- при выносе имущества из расположения роты.

**Задание 2.**

1. Определите дальность до цели высотой 2,5 м, если она заключается в малом делении шкалы бинокля.

2. Определите угловую величину цели; ширина ее 3 м и дальность до нее 200 м.

3. Составьте задачу по определению дальности до цели с применением формулы тысячной.

**Задание 3.**

1. Произведите неполную разборку и сборку автомата.

2. Изготовьте комплект палочек для чистки автомата.

3. Подготовьте принадлежность к чистке автомата и покажите порядок чистки и смазки ствола, газовой камеры, затворной рамы с газовым поршнем и ударно-спускового механизма.

**Задание 4.**

1. Покажите порядок снаряжения магазина автомата.

2. Выполните действия солдата при стрельбе из автомата по командам «Лежа -ЗАРЯЖАЙ» и «Оружие - к ОСМОТРУ».

3. Выполните на время норматив №1 курса стрельб из стрелкового оружия (изготовка к стрельбе из различных положений (лежа, с колена, стоя, из-за укрытия) при действии в пешем порядке).

**Задание 5.**

1. Изготовьте ватно-марлевую повязку.

2. Покажите положения, в которых переносится противогаз, и переведите противогаз из положения «наготове» в «боевое».

**Задание 6.**

1. Продемонстрируйте чтение топографической карты по вводным преподавателя.

2. Покажите порядок целеуказания по карте.

**Задание 7.**

Продемонстрируйте порядок оказания первой помощи при ранении по вводным преподавателя.

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Видеоблогинг»

**Направление подготовки:** ***42.03.01 Реклама и связи с общественностью***
**Профиль подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

## Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ ..... 3
2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ..... 4
3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ..... 5
4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 6
5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 6
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 11
7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ..... 14

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Видеоблогинг» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 № 512.

Дисциплина «Видеоблогинг» предполагает осмысление и анализ обучающимся цифрового пространства социальных сетей и на его основе технологий работы с аудиторией через социальные сети.

Дисциплина построена на методах активного обучения для погружения обучающегося в практико-ориентированную учебную активность, в аналитическую деятельность в пользу интерактивных СМИ, которые не только более удобны и наглядны, а главное: их «потребление более индивидуально и дискретно».

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 *Реклама и связи с общественностью* и является факультативной дисциплиной.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 4 семестре.

**Цель и задачи дисциплины**

Целью изучения дисциплины «Видеоблогинг» является приобретение теоретических знаний о блогинге как основополагающей категории искусства медиабизнеса и получение практических навыков, связанных с процессом управления информационным пространством.

***Задачи дисциплины:***

- сформировать у студентов представление о структуре и тенденциях развития рынка медиабизнеса по рекламе и связям с общественностью в России и за рубежом;
- дать определение понятию «блогинг» и охарактеризовать сферу медиапространства;
- рассмотреть блогинг и сформировать представление о технологиях медиабизнеса.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

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

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компетенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | выпускник должен знать | выпускник должен уметь | выпускник должен иметь практический опыт | |
| Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа | **ПК-3** | **ПК-3.1** Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта | Языковые нормы, стандарты, форматы, стили, технологическими требованиями разных каналов коммуникации | Осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа | Создания текстов и другого типа контента социальных медиа, его продвижения в соответствии с технологическими требованиями. | Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа |
| | | **ПК-3.2** Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала | Формат коммуникационного продукта и медиаконцепции канала | Применять необходимый формат коммуникационного продукта для достижения поставленной цели | Разработки концепции коммуникационного продукта под разные медиаканалы | |

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | Самостоятельная работа | ТКУ/балл Форма ПА |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | | |
| ***Очная форма*** | | | | | | | | | | |
| ***Тема 1.*** Видеоблог в системе новых медиа. | 5 | 4 | | | | | | | 16 | Доклад-презентация /20 |
| ***Тема 2.*** Блоги и социальные сети как каналы коммуникации. | 4 | | 5 | | | | | | 15 | Отчёт по практикуму по решению задач/40 |
| ***Тема 3.*** Социальные медиа и аудитория интернет-пространства | 4 | | 4 | | | | | | 15 | Отчёт по практикуму по решению задач/40 |
| **Всего:** | **13** | **4** | **9** | | | | | | **46** | **100** |
| **Контроль, час** | **0** | | | | | | | | | **Зачет** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **72** | | | | | | | | | |
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **2** | | | | | | | | | |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**Тема 1. Видеоблог в системе новых медиа.**

История возникновения и этапы развития видеоблога в России. Видеоблог. Видеоблог и традиционное телевидение: особенности функционирования. Форматы видеоблогов. Классификация блогинга.

**Тема 2. Блоги и социальные сети как каналы коммуникации.**

Понятия: блог, блогосфера, блогер, блог-пост, блог-программа, блоггинг. Основные функции и цели блогов. Типизация блогов. Корпоративные блоги. Оценка эффективности ведения корпоративных блогов. Преимущества и недостатки использования блогов в рекламе и связях с общественностью. Реализация PR-деятельности в социальных сетях. Мобильные социальные сети: версии и технологии социальных медиа. Рекламные технологии в социальных сетях. Характеристика, виды интернет-рекламы, таргетинг, ретаргетинг, измерение эффективности рекламы. Медийная, контекстная реклама, размещение рекламы в rss-каналах. Размещение рекламы в КББ-каналах. Основные рекламные Интернетформаты.

**Тема 3. Социальные медиа и аудитория интернет-пространства.**

Понятие Интернет - аудитории, пользователи, целевой аудитории, целевых групп. Характеристика мировой аудитории социальных сетей. Способы описания целевой аудитории. Способы оценки Интернет - аудитории. Характерные черты Интернет - аудитории России. Понятие, объекты, базисные субъекты, источники, способы распространения, типы авторства электронного текста. Основные свойства электронного текста. Основные требования к электронным документам. Электронный гипертекст, гиперссылки, электронные издания. SEO — поисковая оптимизация.

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплины «Блогинг» используются такие виды учебной работы, как лекции, семинары, практикумы по решению задач, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

***Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

***Методические указания для обучающихся при работе на семинаре***

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при

обсуждении выступлений и докладов в группе студентов.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

***Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач***

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины. Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом. При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

*Работа с литературой (конспектирование)*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода. Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты. Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

*Самопроверка*

После изучения определенной темы по записям конспекта и учебнику, решения соответствующих задач на практических занятиях и самостоятельно, обучающемуся рекомендуется, используя лист опорных сигналов, воспроизвести по памяти определения, выводы формул, формулировки основных положений и доказательств.

В случае необходимости нужно еще раз разобраться в материале. Помните, недостаточность усвоения того или иного вопроса выясняется только при изучении дальнейшего материала. Если это имеет место быть, надо вернуться назад и повторить плохо усвоенный материал. Важный критерий усвоения теоретического материала - умение решать задачи или пройти тестирование по пройденному материалу.

***Методические указания для обучающихся по подготовке доклада-презентации***

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию.

Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.

2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).

3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.

4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.

5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.

6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).

7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

- готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего;
- план сообщения;
- краткие выводы из всего сказанного;
- список использованных источников.

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);

•иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

*Структура выступления.*

Вступление должно содержать:

•название, сообщение основной идеи;

•современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;

•живую интересную форму изложения;

•акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

***Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины***

| **Наименование темы** | **Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение** | **Формы самостоятельной работы** | **Форма текущего контроля** |
|---|---|---|---|
| *Тема 1.* Видеоблог в системе новых медиа. | История возникновения и этапы развития видеоблога в России. | Работа с литературой, источниками в сети Internet<br>Подготовка доклада-презентации | Доклад-презентация |
| *Тема 2.* Блоги и социальные сети как каналы коммуникации | Преимущества и недостатки использования блогов в рекламе и связях с общественностью.<br>Реализация PR-деятельности в социальных сетях. | Работа с литературой, источниками в сети Internet<br>Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму | Отчёт по практикуму по решению задач |
| *Тема 3.* Социальные медиа и аудитория интернет-пространства | Способы оценки Интернет - аудитории.<br>Характерные черты Интернет - аудитории России. | Работа с литературой, источниками в сети Internet<br>Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму | Отчёт по практикуму по решению задач |

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1.Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 335 с.— Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru.

2. *Поляков, В. А.* Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература:***

*1. Касьянов, В. В.* Социология Интернета : учебник для академического бакалавриата / В. В. Касьянов, В. Н. Нечипуренко. — Москва : Издательство Юрайт, 2017. — 424 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04944-2. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2. *Музыкант, В. Л.* Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru.

## 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| п/п | Полное название ресурса | Ссылка |
|---|---|---|
| 1 | MercatorGroup | http://www.mercator.ru/ |
| 2 | РИА Новости.<br>Россия сегодня | https://ria.ru/ |
| 3 | GfK. Международный институт маркетинговых и социальных исследований | https://www.gfk.com/ru/ |
| 4 | Research Rethink React.<br>Исследовательский холдинг Ромир | http://romir.ru/ |
| 5 | Фонд Общественное мнение (ФОМ) | http://corp.fom.ru/ |
| 6 | Институт социологии Российской академии наук | http://www.isras.ru/ |
| 7 | Всероссийский центр исследований общественного мнения (ВЦИОМ) | https://wciom.ru/ |

## 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

При проведении образовательного процесса по дисциплине необходимо наличие:

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)

• Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

• Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

• Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

• Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)

• Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)

• Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### *7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины*

| п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Доклад-презентация в диалоговом режиме | 18-20 – доклад выполнен в соответствии с заявленной темой, презентация легко читаема и ясна для понимания, грамотное использование политологической терминологии, свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик правильно ответил на все вопросы в ходе дискуссии.<br>15-17 – доклад выполнен в основном соответствии с требованиями, 10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации, грамотное использование политологической терминологии, в основном свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик в основном правильно ответил на все вопросы преподавателя и обучающихся<br>14-16 – доклад выполнен в основном соответствии с требованиями,<br>10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации, докладчик был «привязан» к тексту, докладчик испытывал затруднения при ответе на вопросы преподавателя и обучающихся |
| 2. | Практикум по решению задач | Отчет по практикуму<br>30-40 – практикум выполнен верно в срок, представлен грамотный отчет.<br>20-29– практикум выполнен верно в срок, представлен неполный отчет, имеются ошибки, не влияющие на логику и алгоритм расчета.<br>14-19- практикум выполнен в срок и содержит концептуальные ошибки. |

| | | |
|---|---|---|
| | | 13 и менее - практикум не выполнен. |

***Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости***

***<u>Темы докладов-презентаций</u>***

1. Социальные сети в контексте информационного общества: определение понятия, основные характеристики и функции, специфика социальных сетей как средства коммуникации.
2. Этапы развития коммуникационных технологий Интернета. Технологическая платформа Веб 2.0. Особенности PR и маркетинга в эпоху Веб 2.0.
3. Общая характеристика языка сети Интернет. Дискурсивные характеристики текстов социальных сетей.
4. Специфика социальной сети Вконтакте: аудитория, инструменты, типы контента.
5. Специфика социальной сети Одноклассники: аудитория, география, инструменты, типы контента.
6. Специфика социальной сети Facebook: аудитория, инструменты, типы контента.
7. Специфика социальной сети Twitter: аудитория, инструменты, типы контента.
8. Специфика социальной сети Instagram: аудитория, инструменты, типы контента.
9. Реклама в социальной сети Вконтакте: возможности таргетирования, форматы рекламы, понятие посева.
10. Рекламная платформа «My Target»: возможности таргетирования, форматы рекламы, площадки для размещения рекламы, нативные форматы рекламы, стратегии расходования бюджета рекламной компании
11. Этапы разработки SMM-стратегии.
12. Определение целевой аудитории и задач присутствия организации в социальных сетях
13. Критерии подбора социальной сети для размещения контента организации
14. Определение поведенческих особенностей аудитории, разработка контентплана
15. Типы контента социальных сетей

16. Составление календарного плана и определение необходимых ресурсов для продвижения организации в социальных сетях

17. PR-текст как один из элементов презентации организации или товара в 8 аудитории социальных сетей

18. Основные термины и показатели эффективности PR в социальных сетях.

19. Анализ эффективности PR в социальных сетях.

20. Критерии оценки эффективности PR в социальных сетях

***Типовые задания к практикумам по решению задач***

1.Определить аудиторию Ф-П университета «Синергия» в социальных сетях. Обосновать присутствие в конкретных сетях.

2. Зачем необходимо присутствие в соцсетях вашему бизнесу? Обосновать цель и коммуникационную стратегию.

3. Чем больше лайков, тем лучше — именно таким принципом руководствуются многие специалисты по маркетингу в социальных медиа. Маркетологи мечтают о большем количестве социальных интеракций и полагают, что лайки — адекватный показатель популярности бизнеса. Но неужели они так важны? Разве ажиотаж вокруг бренда в социальных сетях определяет его доходы? Дать обоснование на конкретном примере.

4. Поддержание активности в соцсетях требует невероятных затрат времени. Оставаться креативными и оригинальными — одна из наиболее сложных задач социального маркетинга. Предложите менее времязатратные тактики.

5. В попытке пробиться сквозь «информационный шум» к аудитории многие компании выбирают тактику частых постов. Для некоторых это может работать, но порой фолловеров раздражают назойливые уведомления о публикациях. Предложите свои варианты эффективного влияния на аудиторию.

### *7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации*

Промежуточная аттестация по дисциплине «Блогинг» проводится в форме зачета.

| Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|
| Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего | Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: 1:0-30; |

| | |
|---|---|
| в себя:<br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br><br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br><br>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины. | 2:0-30;<br>3:0-40 **.**<br>**Зачтено**<br>**-90 и более**– ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые аргументы, использована профессиональная терминология<br>Задание выполнено правильно.<br>Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br><br>**-70 и более–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые аргументы, использована профессиональная терминология.<br>Ход выполнения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br><br>**-50 и более–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые аргументы, использована профессиональная терминология.<br>Задание выполнено частично.<br>**Не зачтено**<br>**-Менее 50**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задание не выполнено. |

## *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

### *Задания 1 типа*

1. Понятие Интернета и социальных сетей, их роль в рекламе и в системе связей с общественностью.
2. Эволюционные процессы в Интернет-технологиях и социальных сетях.
3. Интернет, как основа для развития Socila media.
4. Влияние воздействия социальных сетей на трансформацию мышления пользователей.
5. Разновидности коммуникаций и коммуникантов в Интернете.
6. Электронная коммуникация в системе коммуникационных каналов.
7. Интернет - сервисы, в системе Интернет-коммуникаций.
8. Особенности формирования доменов.
9. Понятие Интернет - аудитории, пользователи, целевой аудитории, целевых групп.
10. Характеристика мировой аудитории социальных сетей.
11. Способы описания целевой аудитории.
12. Способы оценки Интернет - аудитории.

13. Характерные черты Интернет - аудитории России.
14. Основные свойства электронного текста.
15. Основные требования к электронным документам.
16. Понятие Интернет-рекламы, принцип действия, задачи.
17. Основные виды и преимущества Интернет-рекламы.
18. Основные характеристики Интернет-рекламы.
19. Стандартный таргетинг.
20. Основные типы ретаргетинга.
21. Измерение эффективности рекламной Интернет-кампании.
22. Контекстная реклама (текстовые объявления).
23. Размещение рекламы в ВЭБ-каналах.
24. Основные рекламные Интернет-форматы.
25. Понятия: блог, блогосфера, блогер, блог-пост.

**Задания 2 типа**

1. Приведите примеры форматов блогов: фотоблогов.
2. Приведите примеры форматов блогов: видеоблогов.
3. Выделите преимущества и недостатки форматов блогов на конкретном примере.
4. Приведите примеры жанров видеоблогов. Выделите особенности каждого жанра.
5. Просмотрите представленные видеоблоги. Выделите ошибки при выборе темы для видеоблога.
6. Проведите анализ целевой аудитории представленного блога по психотипам и параметрам целевой аудитории.
7. Составьте разные тексты видеообращений для целевых аудиторий, различающихся по возрасту.
8. Найдите примеры и проведите анализ пяти видов видеоконтента: образовательного, развлекательного, документального, рекламного, информационного.
9. Составьте контент-план для ведения видеоблога.
10. Проведите анализ и разделение по рубрикам блога в Инстаграмм.
11. Выявите преимущества и недостатки разных блог-платформ.
12. Предложите и обоснуйте идею сценария для любого видеоблога.
13. Разработайте концепцию видеоролика.
14. Составьте плейлист для предложенных постов социальной сети Вконтакте.
15. Составьте плейлист для предложенных постов мессенджера Телеграмм.
16. Составьте плейлист для предложенных постов социальной сети Одноклассники.
17. Составьте плейлист для предложенных постов в ЯндексДзен.
18. Выделите технические параметры видео на Youtube-канале.

19. Перечислите настройки видео при загрузке. Как нужно делать описание видео, субтитры, теги.

20. Как нужно оптимизировать видео перед загрузкой на канал.

21. Проведите анализ продвижение представленного канала в социальных сетях.

22. Предложите приемы и варианты продвижения и предложенного канала с помощью других блогеров.

23. Приведите примеры форматов блогов: текстовых блогов.

24. Приведите примеры форматов блогов: смешанных форматов блогов.

25. Приведите примеры удачных форматов видеоблогов.

**Задания 3 типа**

1.Определить аудиторию любого бренда в социальных сетях. Обосновать присутствие в конкретных сетях.

2. Зачем необходимо присутствие в соцсетях бизнесу на примере представленного бренда? Обосновать цель и коммуникационную стратегию.

3. Чем больше лайков, тем лучше — именно таким принципом руководствуются многие специалисты по маркетингу в социальных медиа. Маркетологи мечтают о большем количестве социальных интеракций и полагают, что лайки — адекватный показатель популярности бизнеса. Но неужели они так важны? Разве ажиотаж вокруг бренда в социальных сетях определяет его доходы? Дать обоснование на конкретном примере.

4. Поддержание активности в соцсетях требует невероятных затрат времени. Оставаться креативными и оригинальными — одна из наиболее сложных задач социального маркетинга. Предложите менее времязатратные тактики.

5. В попытке пробиться сквозь «информационный шум» к аудитории многие компании выбирают тактику частых постов. Для некоторых это может работать, но порой фолловеров раздражают назойливые уведомления о публикациях. Предложите свои варианты эффективного влияния на аудиторию.

**Филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Московский университет «Синергия» в Королевстве Таиланд**

**Рассмотрено**
**на заседании Ученого совета**
**Университета «Синергия»**
**протокол № 11 от 28.11.2025 г.**

**УТВЕРЖДАЮ**
**Ректор Университета «Синергия»**
**кандидат экономических наук, доцент**
**А. И. Васильев**
**01.12.2025 г.**

# Рабочая программа дисциплины «Основы рекламной фотографии»

**Направление подготовки** ***42.03.01. Реклама и связи с общественностью***
**Направленность (профиль) подготовки:** ***Интернет-маркетинг***
**Квалификация выпускника:** ***Бакалавр***
**Форма обучения:** ***очная***

**2025**

## Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ ..... 3

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ..... 4

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ..... 5

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 7

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 7

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ ..... 12

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ..... 14

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Основы рекламной фотографии» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 N 512.

Изучение дисциплины ориентировано на ознакомление студентов с особенностями современной рекламной фотографии, научить их грамотной работе с фототехникой.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в часть факультативных дисциплин.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 6 семестре.

**Цель и задачи дисциплины**

Целью изучения дисциплины является ознакомление с теоретическими сведениями и практическими навыками, необходимыми в работе с современной фотоаппаратурой и современными программными средствами обработки фотографии, используемыми в рекламной фотографии, а также развитие творческой активности и инициативы студента в вопросах создания креативных решений.

***Задачи дисциплины:***

- знакомство с жанрами, формами и творческими направлениями рекламной фотографии;
- освоение методов использования фотографического оборудования при создании рекламной фотографии;
- освоения программных средств обработки фотографического материала;
- получение навыков проектирования художественных композиций в рекламе с использованием фотографии;
- формирование представлений об эволюции технических и творческих приемов рекламной фотографии и перспективных направлениях ее развития.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой

| **Результаты освоения ООП (содержание компетенций)** | **Код компе-тенции** | **Код и наименование индикатора достижения компетенций** | **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине** | | | **Формы образовательной деятельности** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **выпускник должен знать** | **выпускник должен уметь** | **выпускник должен иметь практический опыт** | |
| Способен применять в профессиональной деятельности основные технологическ ие решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций | **ПК-2** | **ПК-2.1.** Использует технологии медиарилейшнз и медиапланирован ия в офлайн и онлайн среде при реализации коммуникационно го продукта | Основы технологии медиарилейшнз, методы продвижения и реализации рекламного продукта | Обеспечить систематическ ую и планомерную работу менеджмента компании с компонентами системы СМИ (пресса, издательства, телевидение, радиовещание, информационн ые агентства) | Использования технологий фотографии как рекламного и медиа инструмента | Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятель ная работа |
| | | **ПК-2.2.** Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами | Направления и жанры фотографии, специфику их применения | Составлять мудборды для работы с различными целевыми аудиториями | Анализа и планирования проектно-аналитической деятельности с использованием технических средств | |
| | | **ПК-2.3**. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью , реализации коммуникационно го продукта | Современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы | Планировать реализацию проекта с использовани ем современных технических и технологическ их средств | Использования фотографию при разработке медиа и рекламных продуктов и проектов | |

# 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

| Наименование тем | Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) | | | | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | ТКУ/балл Форма ПА/ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Лекции | Семинары | Практикум по решению задач | Ситуационный практикум | Мастер-класс | Лабораторный практикум | Тренинг | Дидактическая игра | Из них в форме практической подготовки | | |
| ***Очная форма*** | | | | | | | | | | | |
| *Тема 1. Основы и история фотографии.* | 2 | 2 | | | | | | | | 6 | Устный опрос на семинаре / 5 Творческое домашнее задание /10 |
| *Тема 2. Фототехника. Оптика.* | 2 | 2 | | | | | | | | 8 | Устный опрос на семинаре / 5 Творческое домашнее задание /10 |
| *Тема 3. Основы фотосъемки. Экспозиция. Источники света.* | 2 | 2 | | | | | | | | 6 | Устный опрос на семинаре / 5 Творческое домашнее задание /10 |
| *Тема 4. Основы композиции. Цвет.* | 2 | 2 | | | | | | | | 8 | Устный опрос на семинаре / 5 Творческое домашнее задание /10 |
| *Тема 5. Портретная съемка. Репортажная съемка. Натюрморт. Рекламная съемка. Интерьерная съемка.* | 3 | 3 | | | | | | | | 6 | Устный опрос на семинаре / 5 Творческое домашнее задание /10 |
| *Тема 6. Работа с цифровым изображением. Цифровая обработка фотоснимков.* | 2 | 2 | | | | | | | | 6 | Доклад-презентация/25 |
| **Всего:** | **13** | **13** | | | | | | | | **46** | **100** |
| **Контроль, час** | **-** | | | | | | | | | | **Зачет** |
| **Объем дисциплины (в академических часах)** | **72** | | | | | | | | | | |

| | |
|---|---|
| **Объем дисциплины (в зачетных единицах)** | **2** |

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

***Тема 1. Основы и история фотографии.***

История возникновения и этапы развития фотографии в России и за рубежом. Тенденции развития современной фотографии. Этапы развития рекламной фотографии. Определение фотографии. Химическая предыстория фотографии. Эксперименты, послужившие основой для создания фотографии. Первые закрепленные изображения. Методы получения фотографического изображения.

***Тема 2. Фототехника. Оптика. Виды фотографии.***

Черно-белая фотография. Сенсибилизаторы и появление цветной фотографии. Цветная фотография. Цифровая фотография и принципы работы цифровых камер. Перспективы развития фотографий. Особенности использования современной фототехники.

***Тема 3. Подходы к пониманию рекламного образа и дизайна в фотографии. Люди в рекламной фотографии***

Понятие и семантика рекламного образа и дизайна в фотографии. Цвет и изображение в рекламном образе и дизайне применительно к фотографии. Эффективность воздействия рекламного образа и дизайна на примере фотографии. Фотография и возможности создания «универсального» рекламного послания.

Шаблонные образы людей в рекламной фотографии. Задачи рекламного изображения человека в фотографии. Крупноплановые цифровые портреты людей в современной рекламной фотографии. Использование селебретис в рекламных фотографиях. Цифровые рекламные фотографии людей как основа формирования современных общественных вкусов

***Тема 4. Фотография и современность рекламы и дизайна***

Практика документализма при создании фотографий и ее влияние на рекламу и дизайн. Бытовое фотографирование и его использование в рекламе и дизайне. Работа в сфере создания фотографий для целей рекламы и дизайна. Современные составляющие культуры при создании фотографии для целей рекламы и дизайна.

Иллюстрации и фотографии как заголовки рекламного сообщения. Критерии создания графической части рекламы. Методы оценки эффективности дизайна иллюстрации и фотографии в рекламе. Значение пэк-шот в дизайне и рекламе. Превью, эскизы, раскадровки для четкого представления фотографии в рекламе и дизайне.

***Тема 5. Психология цвета в фотографиях в современной рекламе и дизайне***

Символика цветов на фотографии в бизнес-рекламе. Цвет на

фотографии и характер воздействия рекламы на целевые аудитории. Основные приемы контроля фотографии над психическими процессами деятельности человека на благо рекламы. Психология фотографии в стратегии продвижения товаров и услуг визуальными средствами.

***Тема 6. Работа с цифровым изображением. Цифровая обработка фотоснимков.***

Методы пост-процессинга фотографии. Ретушь рекламной фотографии. Работа с изображениями в Adobe Fhotoshop и Lightroom

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекции, семинары, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

***Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции***

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

***Методические указания для обучающихся при работе на семинаре***

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной

литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов одногруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

***Методические указания по подготовке к устному опросу (контрольные вопросы)***

Целью устного собеседования (опроса, контрольных вопросов) являются обобщение и закрепление изученного курса. Обучающимся предлагаются для освещения сквозные концептуальные проблемы. При подготовке следует использовать лекционный материал и учебную литературу. Для более глубокого постижения курса и более основательной подготовки рекомендуется познакомиться с указанной дополнительной литературой. Готовясь к семинару, обучающийся должен, прежде всего, ознакомиться с общим планом семинарского занятия. Следует внимательно прочесть свой конспект лекции по изучаемой теме и рекомендуемую к теме семинара литературу. При этом важно научиться выделять в рассматриваемой проблеме самое главное и сосредотачивать на нем основное внимание при подготовке. С незнакомыми терминами и понятиями следует ознакомиться в предлагаемом глоссарии, словаре или энциклопедии. Ответ на каждый вопрос из плана семинарского занятия должен быть доказательным и аргументированным, студенту нужно уметь отстаивать свою точку

зрения. Для этого следует использовать документы, монографическую, учебную и справочную литературу. Активно участвуя в обсуждении проблем на семинарах, обучающиеся учатся последовательно мыслить, логически рассуждать, внимательно слушать своих товарищей, принимать участие в спорах и дискуссиях. Для успешной подготовки к устному опросу, обучающийся должен законспектировать рекомендуемую литературу, внимательно осмыслить фактический материал и сделать выводы. Обучающемуся надлежит хорошо подготовиться, чтобы иметь возможность грамотно и полно ответить на заданные ему вопросы, суметь сделать выводы и показать значимость данной проблемы для изучаемого курса. Обучающемуся необходимо также дать анализ той литературы, которой он воспользовался при подготовке к устному опросу на семинарском занятии. При подготовке, обучающийся должен правильно оценить вопрос, который он взял для выступления к семинарскому занятию. Но для того чтобы правильно и четко ответить на поставленный вопрос, необходимо правильно уметь пользоваться учебной и дополнительной литературой. Перечень требований к любому выступлению обучающегося примерно таков: - связь выступления с предшествующей темой или вопросом. - раскрытие сущности проблемы. - методологическое значение для научной, профессиональной и практической деятельности. Разумеется, обучающийся не обязан строго придерживаться такого порядка изложения, но все аспекты вопроса должны быть освещены, что обеспечит выступлению необходимую полноту и завершенность. Приводимые участником семинара примеры и факты должны быть существенными, по возможности перекликаться с профилем обучения. Выступление обучающегося должно соответствовать требованиям логики. Четкое вычленение излагаемой проблемы, ее точная формулировка, неукоснительная последовательность аргументации именно данной проблемы, без неоправданных отступлений от нее в процессе обоснования, безусловная доказательность, непротиворечивость и полнота аргументации, правильное и содержательное использование понятий и терминов.

***Методические указания для обучающихся по организации работ над творческим заданием***

Творческое задание — это самостоятельная работа, осуществляемая обучающимися на протяжении семестра. Приступая к такой работе, автор самостоятельно или с помощью преподавателя составляет план предстоящей работы.

Одной из особенностей работы над персональным творческим заданием является самооценка хода и результата работы. Это позволяет, оглянувшись назад, увидеть допущенные просчеты (на первых порах — это переоценка собственных сил, неправильное распределение времени,

неумение работать с информацией, вовремя обратиться за помощью и т.п.), проанализировать их и не допускать в будущем.

Примерный перечень критериев оценки персонального творческого задания выглядит так:

– Обоснование и постановка цели, планирование путей ее достижения.

– Полнота использованной информации, разнообразие ее источников.

– Творческий и аналитический подход к работе.

– Соответствие требованиям оформления письменной части работы.

– Анализ процесса и результата работы.

– Личная заинтересованность автора, его вовлеченность в работу.

– Качество проведения презентации.

***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины. Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом. При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

*Работа с литературой (конспектирование)*

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода. Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты. Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при

подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

***Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины***

| Наименование темы | Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение | Формы самостоя-тельной работы | Форма текущего контроля |
|---|---|---|---|
| *Тема 1. Основы и история фотографии.* | Тенденции развития современной фотографии. | Работа с литературой, источниками в сети Internet, подготовка к практикуму, подготовка творческого задания | Устный опрос на семинаре Творческое домашнее задание |
| *Тема 2. Фототехника. Оптика.* | Особенности использования современной фототехники. | Работа с литературой, источниками в сети Internet, подготовка к практикуму, подготовка творческого задания | Устный опрос на семинаре Творческое домашнее задание |
| *Тема 3. Основы фотосъемки. Экспозиция. Источники света.* | Использование селебретис в рекламных фотографиях. Цифровые рекламные фотографии людей как основа формирования современных общественных вкусов. | Работа с литературой, источниками в сети Internet, подготовка к практикуму, подготовка творческого задания | Устный опрос на семинаре Творческое домашнее задание |
| *Тема 4. Основы композиции. Цвет.* | Современные составляющие культуры при создании фотографии для целей рекламы и дизайна. Иллюстрации и фотографии как заголовки рекламного сообщения. | Работа с литературой, источниками в сети Internet, подготовка к практикуму, подготовка творческого задания | Устный опрос на семинаре Творческое домашнее задание |
| *Тема 5. Портретная съемка. Репортажная съемка. Натюрморт. Рекламная съемка. Интерьерная съемка.* | Психология фотографии в стратегии продвижения товаров и услуг визуальными средствами. | Работа с литературой, источниками в сети Internet, подготовка к практикуму, подготовка творческого задания | Устный опрос на семинаре Творческое домашнее задание |
| *Тема 6. Работа с цифровым изображением. Цифровая обработка фотоснимков.* | Работа с изображениями в Adobe Fhotoshop и Lightroom | Работа с литературой, источниками в сети Internet, подготовка к докладу | Доклад-презентация |

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

***Основная литература:***

1.Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10041-9. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

2.Нуркова, В. В. Психология фотографии. Культурно-исторический анализ : учебное пособие для вузов / В. В. Нуркова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 473 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11377-8. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

***Дополнительная литература:***

1. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // https://www.iprbookshop.ru

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

| № п/п | Полное название ресурса | Ссылка |
|---|---|---|
| 1. | Принципы фотографии | http://www.64bita.ru/ |
| 2. | Cambridge in Color | https://www.cambridgeincolour.com/ |
| 3. | Журнал: Rosphoto.com / «Российское фото» | https://rosphoto.com/ |

### 6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, подтверждающая наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

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

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

При проведении образовательного процесса по дисциплине необходимо наличие:

***лицензионное программное обеспечение:***

- Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition;
- Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y;
- Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение);
- Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение);
- ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение https://vkurse.ru/)

***свободно-распространяемое программное обеспечение:***

- 7-ZIP – архиватор (https://www.7-zip.org/)
- OpenOffice (https://www.openoffice.org/ru/)
- PDF24 Toolbox (https://www.pdf24.org/ru/)
- GIMP (редактор растровой графики) (https://www.gimp.org/)
- Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; https://loginom.ru/platform/pricing)
- Inkscape (векторная графика) (https://www.inkscape.org)

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS http://www.iprbookshop.ru

***современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (https://elibrary.ru)
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)
- Архив научных журналов НЭИКОН (https://arch.neicon.ru/xmlui/).

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО

## КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### *7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины*

| № п/п | Виды контактной работы, по которому проводится ТКУ/ оценочное средство | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Творческое задание | 10-8 – творческое задание выполнено самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие термины, использована требуемая информация, аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы;<br>7-5 – творческое задание выполнено самостоятельно, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые термины, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы;<br>4-3 - творческое задание выполнено в основном самостоятельно, имеются ошибки в композиционном решении; даны ответы не на все вопросы;<br>2-0 – обучающийся выполнил задание несамостоятельно или, выводы и ответы на вопросы отсутствуют. |
| | Доклад-презентация | 25-20 – доклад выполнен в соответствии с заявленной темой, презентация легко читаема и ясна для понимания, грамотное использование политологической терминологии, свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик правильно ответил на все вопросы в ходе дискуссии.<br>15-19 – доклад выполнен в основном соответствии с требованиями, 10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации, грамотное использование политологической терминологии, в основном свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик в основном правильно ответил на все вопросы преподавателя и обучающихся<br>14-16 – доклад выполнен в основном соответствии с требованиями,<br>10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации, докладчик был «привязан» к тексту, докладчик испытывал затруднения при ответе на вопросы преподавателя и обучающихся |
| 3 | Устный опрос на семинаре | 4-5 – глубокое и прочное усвоение программногоматериала, полные, последовательные, грамотные и логически излагаемые ответы на поставленные вопросы;<br>3 – знание программного материала, грамотное изложение, без существенных неточностей в ответе на вопрос, правильное применение теоретических знаний;<br>2 – усвоение основного материала, при ответе допускаются неточности, при ответе недостаточно правильные формулировки, нарушение последовательности в изложении программного материала;<br>1-0– не знание программного материала, при ответе возникают ошибки. |

## *Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости*

### ***Темы докладов-презентаций в диалоговом режиме***

1. Методы получения фотографического изображения;
2. Черно-белая фотография в рекламе и дизайне;
3. Цвет и изображение в рекламном образе и дизайне применительно к фотографии;
4. Работа в сфере создания фотографий для целей рекламы и дизайна;
5. Превью, эскизы, раскадровки для четкого представления фотографии в рекламе и дизайне;
6. Удачные рекламные образы, созданные на основе фотографий;
7. Крупноплановые цифровые портреты людей в современной рекламной фотографии;
8. Цвет на фотографии и характер воздействия рекламы на целевые аудитории.

### ***Примерные задания к домашнему творческому заданию***

**Задание 1.** Выполнить серию фотографий студийных натурных натюрмортных постановок (инсталляций) при разных режимах освещения и фотоэкспонирования объекта. Разработать ряд форэскизов (10-15) и чистовых творческих композиций в черно-белом материале (5-6) на тему постановки с использованием средств компьютерной обработки и различных художественно-графических приёмов и техник (штрих, фактурная линия, сухая кисть и т.п.).

Домашнее задание: подготовить фотоматериал по теме следующего урока.

Матовая фотобумага, ватман, тонированная бумага. Формат А16;А8,А4.

**Задание 2**. Выполнить серию натюрмортной постановки или пейзажа, разработать ряд эскизов (5-10) и чистовых творческих композиций (2-3) на темы студийной постановки и домашних заданий с использованием различных способов обобщения линии и пятна и трансформации или деформации исходного изображения.

Домашнее задание: подготовить фотоматериал по теме следующего урока.

Матовая фотобумага, ватман, тонированная бумага. Формат А16;А8,А4**.**

**Задание 3**. Выполнить серию (10-20) черно-белых фотокомпозиций на темы домашних заданий с использованием различных способов обобщения линии и пятна, трансформации или деформации исходного

фотоизображения.

Подготовить фотоматериал по теме следующего занятия.

**Задание 4.** Разработать серию фотокомпозиций на основе предварительно подготовленного «домашнего» фотоматериала по теме с использованием различных способов взаимодействия и трансформации реалистического пространства: монтаж, кулисы, масштаб, контрасты, формат, пропорции, визуальные метафоры и др.

Подготовить фотоматериал по теме следующего занятия.

Матовая фотобумага, ватман, тонированная бумага. Формат А16;А8,А4.

**Задание 5.** Разработать ряд эскизов(5-6) и чистовых творческих композиций (2-3) на тему «Предмет и среда» с использованием различных способов взаимодействия и трансформации формы и контрформы, изображения и фона. Разработать форэскизы композиций (5-6) на тему «Предмет и среда», акцентируя в каждой композиции то или другое стилеобразующее качество среды: фактура воды или пустыни, ритмы города, силуэты белого и черного пятен, плотность или минимализм предметного заполнения и т.д. Разработать серию композиций-клипов по придуманному сценарию (5-6).

Матовая фотобумага, ватман, тонированная бумага. Формат А16;А8,А4.

**Задание 6.** Разработать форэскизы композиций (5-6) на тему «Человек и среда», акцентируя в каждой композиции то или другое стилеобразующее качество среды: фактура воды или пустыни, ритмы города, силуэты белого и черного пятен и т.д. Выполнить рисунок натурной натюрмортной постановки (инсталляции), пейзажа и фигуры человека в среде. Разработать ряд композиций-клипов по придуманному сценарию.

Подготовить фотоматериал по теме следующего занятия.

Матовая фотобумага, ватман, тонированная бумага. Формат А16;А8,А4.

**Задание 7.** Разработать форэскизы и чистовые композиции на заданную тему, акцентируя в каждой композиции тот или другой принцип комбинирования фотографических форм: фотоаппликация, фотоколлаж, фотомонтаж, фотоассамбляж, фотоинсталляция, фотонаплыв, фотоклип, видеоролик. При этом использовать материал других ранее выполненных заданий.

Подготовить фотоматериал по теме следующего занятия.

Матовая фотобумага, ватман, тонированная бумага. Формат А16;А8,А4.

**Задание 8.** Разработать форэскизы и чистовые композиции (5-6) на заданную тему, акцентируя в каждой композиции то или другое структурообразующее начало: функции морфологических элементов, ассоциативные связи, метафоры, аллегории и другие средства смыслообразования

Домашнее задание: подготовить фотоматериал по теме следующего урока.

Матовая фотобумага, ватман, тонированная бумага. Формат А16;А8,А4

**Задание 9.** Разработать форэскизы и законченные чистовые композиции фотоиллюстраций многостраничного издания – буклета, книги, журнала. Можно использовать материал предшествующих заданий.

Подготовить фотоматериал по теме следующего занятия.

Матовая фотобумага, ватман, тонированная бумага. Формат А16;А8,А4.

**Задание 10.**

Каждый студент группы самостоятельно определяет предмет, который станет объектом его фотосъёмки. Наделяет данный предмет вымышленными характеристиками. Даёт «название» бренда. Разрабатывает «легенду» бренда. На основании данной вымышленной информации разрабатывается техническое задание на фотосъёмку. Структура презентации: представление бренда и товара, техническое задание на фотосъёмку, 12 фотографий.

***<u>Типовые вопросы к устному опросу</u>***

1. Первые открытия в истории фотографии.
2. Изобретение цветной фотографии.
3. Цифровая фотография.
4. Аналоговая или пленочная фотография, ее основные характеристики и особенности.
5. Устройство цифровой фотокамеры
6. Фотография как передача творческого видения фотографа.
7. Правила построения композиции в фотографии
8. Идея в фотографии.
9. Жанр творческой фотографии как жанр фотоискусства.
10. Специфика фотографии в медиа
11. Специфика фотографии в рекламе
12. Создание образа с помощью фотографии
13. Специфика художественного образа в фотоискусстве.
14. Документалистская природа фотографии.
15. Глобальное влияние фотографии на современную культуру.

16. Многообразие жанров фотографии как фактор ее развития.
17. Понятие фотожанра.
18. Типология жанров в фотоискусстве.
19. Рекламная фотография как показ конкретной продукции.
20. Природа и сущность изобразительного мастерства в фотографии

### *7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации*

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета.

| № | Процедура оценивания | Шкала и критерии оценки, балл |
|---|---|---|
| 1. | Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя.<br><br>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающегося принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;<br>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;<br>Задания №3 – задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины | Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале:<br>Задание 1: 0-30 баллов<br>Задание 2: 0-30 баллов<br>Задание 3: 0-40 баллов<br><br>**«Зачтено»**<br>**– 90-100** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.<br>**– 70 -89** – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения заданий правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.<br>**– 50 - 69** – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задание решено частично.<br>**«Не зачтено»**<br>**– менее 50** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены. |

### *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

***Задания 1 типа***

1. Определение фотографии.
2. Предыстория фотографии.
3. Эксперименты, послужившие основой для создания фотографии.
4. Первые закрепленные изображения.
5. Методы получения фотографического изображения
6. Черно-белая фотография.
7. Сенсибилизаторы и появление цветной фотографии.
8. Цветная фотография.
9. Цифровая фотография и принципы работы цифровых камер.
10. Перспективы развития фотографий

11. Понятие и семантика рекламного образа и дизайна в фотографии.
12. Цвет и изображение в рекламном образе и дизайне применительно к фотографии.
13. Эффективность воздействия рекламного образа и дизайна на примере фотографии.
14. Фотография и возможности создания «универсального» рекламного послания
15. Практика документализма при создании фотографий и ее влияние на рекламу и дизайн.
16. Бытовое фотографирование и его использование в рекламе и дизайне.
17. Работа в сфере создания фотографий для целей рекламы и дизайна.
18. Современные составляющие культуры при создании фотографии для целей рекламы и дизайна
19. Иллюстрации и фотографии как заголовки рекламного сообщения.
20. Критерии создания фотографической части рекламы.
21. Методы оценки эффективности дизайна иллюстрации и фотографии в рекламе.
22. Значение пэк-шот в дизайне и рекламе.
23. Превью, эскизы, раскадровки для четкого представления фотографии в рекламе и дизайне
24. Шаблонные образы людей в рекламной фотографии.
25. Задачи рекламного изображения человека в фотографии.
26. Крупноплановые цифровые портреты людей в современной рекламной фотографии.
27. Использование селебретис в рекламных фотографиях.
28. Цифровые рекламные фотографии людей как основа формирования современных общественных вкусов
29. Символика цветов на фотографии в бизнес-рекламе.
30. Цвет на фотографии и характер воздействия рекламы на целевые аудитории.
31. Основные приемы контроля фотографии над психическими процессами деятельности человека на благо рекламы.
32. Психология фотографии в стратегии продвижения товаров и услуг визуальными средствами

***Задания 2 типа***

1. Понятие и семантика рекламного образа и дизайна в фотографии.
2. Цвет и изображение в рекламном образе и дизайне применительно к фотографии.
3. Эффективность воздействия рекламного образа и дизайна на примере фотографии.

4. Фотография и возможности создания «универсального» рекламного послания

5. Практика документализма при создании фотографий и ее влияние на рекламу и дизайн.

6. Бытовое фотографирование и его использование в рекламе и дизайне.

7. Работа в сфере создания фотографий для целей рекламы и дизайна.

8. Современные составляющие культуры при создании фотографии для целей рекламы и дизайна

9. Иллюстрации и фотографии как заголовки рекламного сообщения.

10. Критерии создания фотографической части рекламы.

11. Методы оценки эффективности дизайна иллюстрации и фотографии в рекламе.

12. Значение пэк-шот в дизайне и рекламе.

13. Превью, эскизы, раскадровки для четкого представления фотографии в рекламе и дизайне

14. Шаблонные образы людей в рекламной фотографии.

15. Задачи рекламного изображения человека в фотографии.

16. Крупноплановые цифровые портреты людей в современной рекламной фотографии.

17. Использование селебретис в рекламных фотографиях.

18. Цифровые рекламные фотографии людей как основа формирования современных общественных вкусов

19. Символика цветов на фотографии в бизнес-рекламе.

20. Цвет на фотографии и характер воздействия рекламы на целевые аудитории.

21. Основные приемы контроля фотографии над психическими процессами деятельности человека на благо рекламы.

22. Психология фотографии в стратегии продвижения товаров и услуг визуальными средствами

***Задания 3 типа***

1. Определить направление, характер и задачи освещения по фотографии (на выбор преподавателя)

2. Оцените использование фотографий в предложенной рекламе, выделите плюсы и минусы, оцените качество рекламного образа.

3. Создайте рекламную афишу, используя фотографии и программу Lightroom

4. Проведите анализ рекламных образов, созданных на основе фотографий.

- 1. Ковбой Мальборо.
- 2. Рональд МакДональд.
- 3. Кролик Energizer.
- 4. Мальчик из теста

- Подберите варианты фотоизображений для рекламного баннера
- Создайте рекламный баннер, используя фотографии.
- Обработайте фотографии в Lightroom