

Проблема оценки эффективности PR/кампаний и PR/акций. Отчетность в PR-кампании. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности. . Осуществление разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ.

Разработка проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ.

Осуществление управления информацией из различных источников.

Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации.

Планирование работ по созданию контента.

Мониторинг и оценка результатов выполнения работ, формулирование замечаний, редактирование контента.

Проблема оценки эффективности PR/кампаний и PR/акций. Отчетность в PR-кампании. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.

Вопросы для письменного опроса (для промежуточной аттестации)

Что такое PR-кампания?
Что представляют собой программы по связям с общественностью?
Из каких этапов состоит модель организации и проведение кампании по связям с общественностью?
На какие виды делится реклама?
Расскажите про основные отличия рекламы от PR-деятельности.
Какие можно выделить виды PR-кампании, если взять за основной критерий классификации сферу применения?
Какие можно выделить по критерию стратегической цели типы PR-кампании?
Какие можно отнести потребности к наиболее распространенным причинам, обуславливающим необходимость организации и проведения кампаний по связям с общественностью?
Какие преимущества использования PR-агентств выделил С.Блэк?
Что такое бриф?
Какие существуют этапы тендера?
Какие документы включает в себя пояснительное письмо?
Какие подразделы включает себя "Техническое предложение-стандартные формы"?
Какие подразделы включает себя "Финансовое предложение-стандартные формы"?
Перечислите основные наиболее эффективные способы поиска заказчиков.
По каким параметрам отличаются неформальные методы и формальных?
Что можно сделать с помощью контент-анализа прессы?
В решении каких проблем может помочь коммуникационный аудит?
Что такое медиакарт?
Какие данные должна включать в себя медиакарт?
Каких следует придерживаться принципов при составлении бюджета PR-кампании?
Что является основными специальными событиями?
Какие преимущества имеют псевдособытия над стандартными PR-мероприятиями?
Сформулируйте определение понятия "информационные поводы".
Что такое пресс-релиз?
На какие типы можно разбить события по методу создания?
Перечислите, что относится умышленно созданным событиям.
Перечислите преимущества и недостатки основных средств коммуникации.
Какие критерии эффективности кампании по связям с общественностью являются наиболее часто используемыми?
Какие направления обнаружения относительной эффективности рекламных компаний выделял И.Я. Рожков?
Приведите стороны результата, который поддаются исчислению.
Что такое коэффициент EAV?

Что должно содержаться в отчете?
Расскажите, что описывается в основной части отчета.
В чем заключается анализ публикаций в прессе?

Учебная литература (перечень основной (обязательной) и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)) включает в себя следующие **электронные учебные издания**:

Основная (обязательная) учебная литература:

1. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

Дополнительная учебная литература:

1. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

2. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

3. Потапов, Ю. А. Современная пресс-служба : учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020

4. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

Учебно-методическое и информационное обеспечение обучения по дисциплине

I. Учебно-методическое обеспечение

Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы

Учебные материалы – электронные учебные издания (издания электронных библиотечных систем)

Учебная литература (перечень основной (обязательной) и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)) включает в себя следующие **электронные учебные издания**:

Основная (обязательная) учебная литература:

1. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

Дополнительная учебная литература:

1. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

2. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

3. Потапов, Ю. А. Современная пресс-служба : учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020

4. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

Периодические издания

Иные электронные образовательные ресурсы

Единое окно доступа к образовательным ресурсам (<http://window.edu.ru/>)

Федеральный образовательный портал "Экономика. Социология. Менеджмент" (<http://ecsocman.hse.ru/>)

Электронная библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» (Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» (<https://biblio-online.ru/> или <https://urait.ru/>))

Электронно-библиотечная система «Рукопт» (Электронная библиотечная система «Рукопт») (Электронная библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт» (<https://rucont.ru/> или <https://librucont.ru/>))

Электронная информационно-образовательная среда организации Университета БРИКС (<https://brics.study/>)

II. Информационное обеспечение (перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем)

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (ЭБС), содержащей издания учебной, учебно-методической и иной литературы.

Состав необходимого комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства: Яндекс.Браузер; LibreOffice; Notepad++; GNU Image Manipulation Program (GIMP); Firefox (Браузер Mozilla Firefox); 7-Zip; FAR Manager.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
(перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»):

Электронные информационные ресурсы

Состав современных профессиональных баз данных (в том числе международных реферативных баз данных научных изданий)

Федеральная служба государственной статистики (<https://www.gks.ru/>)

Открытые данные России (<https://data.gov.ru/>)

Статистический Отдел Организации Объединенных Наций (United Nations Statistics Division) (<http://data.un.org/>)

Экономическая и социальная комиссия для Азии и Тихого океана (United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific) (<https://www.unescap.org/our-work/statistics>)

Европейская экономическая комиссия Организации Объединенных Наций (United Nations Economic Commission for Europe) (http://www.unece.org/stats/stats_h.html)

Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединённых Наций (Food and Agriculture Organization of the United Nations) (<http://www.fao.org/statistics/en/>)

Международный валютный фонд (МВФ) (International Monetary Fund (IMF)) (<https://www.imf.org/en/Data>)

Институт статистики ЮНЕСКО (UNESCO Institute of Statistics) (<http://uis.unesco.org/>)

Организация Объединенных Наций По Промышленному Развитию (United Nations Industrial Development Organization) (<https://www.unido.org/researchers/statistical-databases>)

Группа Всемирного Банка (The World Bank Group) (<https://data.worldbank.org/>)

Всемирная организация здравоохранения (World Health Organization) (<https://www.who.int/data/>)

Всемирная торговая организация (World Trade Organization) (https://www.wto.org/english/res_e/status_e/status_e.htm)

Евростат (Eurostat (European Statistical Office)) (<https://ec.europa.eu/eurostat/>)

Межгосударственный статистический комитет Содружества Независимых Государств (<http://www.cisstat.com/Obase/index.htm>)

Организация экономического сотрудничества и развития (Organisation for Economic Co-operation and Development) (<https://data.oecd.org/>)

Международное энергетическое агентство (International Energy Agency) (<https://www.iea.org/data-and-statistics/>)

Состав международных реферативных баз данных научных изданий

Science Alert (<https://scialert.net/>)

AENSI Publisher (American-Eurasian Network for Scientific Information Journals) (<http://www.aensiweb.com/>)

Asian Economic and Social Society (AESS) (<http://www.aessweb.com/>)

PressAcademia (<http://www.pressacademia.org/>)

OMICS International (<https://www.omicsonline.org/>)

Scientific Research Publishing (<https://www.scirp.org/>)

Hikari Ltd (<http://www.m-hikari.com/>)

OAPEN (<https://www.oapen.org/>)

Scientific & Academic Publishing (SAP) (<http://www.sapub.org/journal/index.aspx>)

Global Advanced Research Journals (<http://garj.org/>)

Kamla-Raj Enterprises (<http://www.krepublishers.com/>)

ISER PUBLICATIONS (<http://www.iserjournals.com/>)

Medwell Journals (Scientific Research Publishing Company) (<https://medwelljournals.com/home.php>)

Состав информационных справочных систем

База знаний Открытого правительства (<http://wiki.ac-forum.ru/>)

Высшая аттестационная комиссия при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации (<https://vak.minobrnauki.gov.ru/main>)

Российский фонд фундаментальных исследований (<https://www.rfbr.ru/>)

Федеральный портал «Российское образование» (<http://www.edu.ru/>)

Espacenet (Поиск патентной информации) (<https://ru.espacenet.com/>)

Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ (<http://gramota.ru/>)

Евразийский Монитор (<http://eurasiamonitor.org/>)

Экономические факультеты, институты и исследовательские центры в мире (<https://edirc.repec.org/>)

Информационная система Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека «Документы» (<https://www.rospotrebnadzor.ru/documents/documents.php>)

Состав информационных справочных правовых систем

Официальный интернет-портал правовой информации (Государственная система правовой информации) (<http://pravo.gov.ru/>)

Система обеспечения законодательной деятельности (<https://sozd.duma.gov.ru/>)

Собрание законодательства Российской Федерации (<https://www.szrf.ru/>)

Государственная автоматизированная система Российской Федерации «Правосудие» (ГАС «Правосудие») (<https://sudrf.ru/>)

Нормативные правовые акты в Российской Федерации. Министерство юстиции Российской Федерации (<http://pravo.minjust.ru/>)

Иные информационные ресурсы - информационные ресурсы органов государственной власти

Президент России (<http://kremlin.ru/>)

Правительство России (<http://government.ru/>)

Министерство науки и высшего образования РФ (<https://www.minobrnauki.gov.ru/>)

Министерство просвещения РФ (<https://edu.gov.ru/>)

Министерство экономического развития Российской Федерации (<https://www.economy.gov.ru/>)

Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (<https://digital.gov.ru/>)

Банк России (<https://www.cbr.ru/>)

Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки (<http://obrnadzor.gov.ru/ru/>)

Иные информационные ресурсы - новостные информационные ресурсы (ресурсы средств массовой информации)

ТАСС (<https://tass.ru/>)

РИА НОВОСТИ (<https://ria.ru/>)

Коммерсантъ (<https://www.kommersant.ru/>)

Forbes (<https://www.forbes.ru/>)

ЭКСПЕРТ (<https://expert.ru/>)

Известия (<https://iz.ru/>)

РБК (<https://www.rbc.ru/>)

RT (<https://rt.com/>)

Информационные поисковые системы

Яндекс (ссылка: <https://yandex.ru/>)

Google (ссылка: <https://www.google.com/>)

Mail (ссылка: <https://mail.ru/>)

Bing (ссылка: <https://www.bing.com/>)

Спутник (ссылка: <https://www.sputnik.ru/>)

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ: СОЦИОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Индикаторы достижения компетенций:

1) ПК-2.2 Осуществляет выбор релевантных методов решения задач по созданию и редактированию контента

2) ПК-11 Осуществляет выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации

Форма(ы) аттестации обучающихся: Зачет

Текущий контроль успеваемости: два устных опроса и контрольная работа (состоит из двух ситуационных заданий и пяти вопросов для письменного опроса)

Тема: Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Массовая коммуникация в современном обществе

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Массовая коммуникация в современном обществе» Вопросы для подготовки к устному опросу: Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Сущность и функции коммуникации.
-----------------------------	--

	<p>Специфика массовой коммуникации. Модернизация, формирование массового общества и массовая коммуникация. История развития СМИ.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Массовая коммуникация в современном обществе»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу: Охарактеризуйте сущность и типы коммуникации. Что такое массовая коммуникация? Какие факторы привели к ее появлению? Какие функции выполняют институты массовой коммуникации в современном обществе? Охарактеризуйте основные этапы развития средств массовой коммуникации. Какие факторы воздействовали на развитие средств массовой коммуникации в XIX–XX веках? Какие социальные и культурные последствия породило распространение телевидения? В чем специфика интернета как средства массовой коммуникации?</p>

Рекомендуемая самостоятельная работа

Составление конспекта	<p>Составьте конспект по теме «Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Массовая коммуникация в современном обществе»</p> <p>Наиболее существенные положения изучаемого материала последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре источника информации. Записи следует вести четко, ясно.</p>
Сводная (обобщающая) таблица	<p>Составьте сводную (обобщающую) таблицу по теме «Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Массовая коммуникация в современном обществе»</p> <p>Краткость изложения информации характеризует способность к её свертыванию. В рамках таблицы наглядно отображаются как разделы одной темы (одноплановый материал), так и разделы разных тем (многоплановый материал).</p>

Тема: Альтернативные СМИ. Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Альтернативные СМИ. Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу: Альтернативные СМИ как форма социального протеста и гражданской активности. Интернет как альтернативная традиционным СМИ. Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Альтернативные СМИ. Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу: Что такое альтернативные СМИ? Какие предпосылки приводят к их появлению? В чем заключается специфика альтернативных СМИ? Как развитие интернета влияет на альтернативные СМИ? Как функционирует альтернативное СМИ? Какие задачи ставит? Как вы думаете, каковы перспективы развития альтернативных СМИ с учетом постоянного совершенствования коммуникационных технологий? Перечислите основные причины распространения альтернативных СМИ в современных обществах. Расскажите про характеристики альтернативных СМИ.</p>

Рекомендуемая самостоятельная работа

Глоссарий	<p>Составьте глоссарий по теме «Альтернативные СМИ. Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации»</p> <p>Цель глоссария - формирование понятийного аппарата по изучаемой учебной дисциплине, ее части, разделу или области знания, толкование наиболее употребительных в учебной дисциплине терминов.</p>
-----------	--

Тема: Социология массовой коммуникации

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Социология массовой коммуникации» Вопросы для подготовки к устному опросу: Объект и предмет изучения социологии массовой коммуникации. Методы эмпирических исследований массовой коммуникации.
Подготовка к контрольной работе	Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Социология массовой коммуникации» Вопросы для подготовки к письменному опросу: Что изучает социология массовой коммуникации? Как вы думаете, почему не существует общепринятого определения объекта и предмета изучения социологии массовой коммуникации? Какие составные элементы можно выделить в процессе массовой коммуникации? Какие методы применяются в эмпирических исследованиях массовой коммуникации? Проанализируйте текст экспертного интервью, приведенного выше. В чем, с точки зрения эксперта, заключаются проблемы российского телевидения? Что вы могли бы добавить к сказанному? Какие выводы можно сделать на основании приведенных выше результатов контент-анализа публикаций о событиях в Беслане? Какие базовые составляющие деятельности СМИ выделяли А. Бриггз и П. Кобли?

Рекомендуемая самостоятельная работа

Глоссарий	Составьте глоссарий по теме «Социология массовой коммуникации» Цель глоссария - формирование понятийного аппарата по изучаемой учебной дисциплине, ее части, разделу или области знания, толкование наиболее употребительных в учебной дисциплине терминов.
Информационный блок	Составьте информационный блок по теме «Социология массовой коммуникации» Качественно изготовленные информационные блоки могут служить дидактическим материалом для изучения темы в процессе самоподготовки. Информационный блок может включать таблицы, схемы, рисунки, методики исследования, выводы.

Тема: Теоретический анализ массовой коммуникации и СМИ

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Теоретический анализ массовой коммуникации и СМИ» Вопросы для подготовки к устному опросу: Развитие социологии массовой коммуникации. Американская коммуникативистика первой половины XX века. Технократический подход. Функциональный анализ СМИ. Критическая теория.
Подготовка к контрольной работе	Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Теоретический анализ массовой коммуникации и СМИ» Вопросы для подготовки к письменному опросу: Какие социальные и культурные изменения произошли в «эпоху Гутенберга»? Каким образом изменения средств коммуникации в воздействуют на культуру? Что такое «индустрия культуры»? Каковы, с точки зрения представителей критической теории, сущностные особенности массовой культуры и как она влияет на массовое сознание? Согласны ли вы с критической оценкой массовой культуры, данной Т. Адорно и М. Хоркхаймером? В чем заключается сущность функционального подхода к анализу СМИ? Какие явные и латентные функции выполняют СМИ? Существуют ли дисфункциональные последствия деятельности СМИ? В чем они заключаются? Что представляют собой современные СМИ с точки зрения Н. Лумана? Что Н. Луман понимает под «самореферентной системой»? Каково значение коммуникации в существовании подобных систем? Какие принципы отбора информации характерны для СМИ с точки зрения И. Лумана? Приведите примеры, которые подтверждают (или опровергают) его точку зрения.

	<p>Что такое «гиперреальность»? Какова роль СМИ в ее формировании? Каково значение деятельности СМИ в современных обществах с точки зрения М. Кастельса? Что означает введенный М. Кастельсом термин «реальная виртуальность»? Чем интернет как средство коммуникации отличается от телевидения? Что такое «мультимедиа»? Охарактеризуйте теоретическую концепцию массовой коммуникации, с которыми вы познакомились. Какая концепция кажется вам наиболее убедительной? Почему?</p>
--	---

Рекомендуемая самостоятельная работа

Схема	<p>Составьте схему(схемы) основных положений по теме «Теоретический анализ массовой коммуникации и СМИ» Целью этой работы является развитие умения обучающегося выделять главные элементы, устанавливать между ними соотношение, отслеживать ход развития, изменения какого-либо процесса, явления, соотношения каких-либо величин и т.д.</p>
Графологическая структура	<p>Составьте графологическую структуру по теме «Теоретический анализ массовой коммуникации и СМИ» В отличие от других способов графического отображения информации (таблиц, рисунков, схем) графологическая структура делает упор на логическую связь элементов между собой, графика выступает в роли средства выражения (наглядности).</p>

Тема: Массовая коммуникация и культура

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Массовая коммуникация и культура» Вопросы для подготовки к устному опросу: СМИ и массовая культура. Идеологическое воздействие СМИ. Социализирующая функция СМИ. Образы социальных групп в СМИ.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Массовая коммуникация и культура» Вопросы для подготовки к письменному опросу: Каким образом развитие СМИ повлияло на культуру современных обществ? Какие характерные черты и функции присущи массовой культуре? Какова роль СМИ в социализации индивида в современном обществе? В чем сущность концепции «исчезновения детства», предложенной Н. Постманом? Какова роль телевидения в «исчезновении детства»? Согласны ли вы с точкой зрения Постмана? Что такое идеология? В чем заключается идеологическое воздействие СМИ? Приведите примеры идеологической подачи материала на российском телевидении. Как вы считаете, должны ли СМИ содействовать утверждению той или иной идеологии? Почему? Как вы думаете, почему СМИ уделяют больше внимания одним социальным группам и игнорируют другие? Как вам кажется, представители каких социальных групп чаще всего попадают в поле зрения российских СМИ? Почему? Как вы считаете, могут ли СМИ изменить сложившиеся в обществе стереотипные представления о каких-либо социальных группах? Что нужно для этого сделать? Охарактеризуйте воздействие СМИ на культуру современного российского общества.</p>

Рекомендуемая самостоятельная работа

Составление конспекта	<p>Составьте конспект по теме «Массовая коммуникация и культура» Наиболее существенные положения изучаемого материала последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре источника информации. Записи следует вести четко, ясно.</p>
Глоссарий	<p>Составьте глоссарий по теме «Массовая коммуникация и культура» Цель глоссария - формирование понятийного аппарата по изучаемой учебной дисциплине, ее части, разделу или области знания, толкование наиболее употребительных в учебной дисциплине терминов.</p>

Тема: Аудитория СМИ

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Аудитория СМИ» Вопросы для подготовки к устному опросу: Исследование воздействия СМИ на аудиторию. «Измерение» аудитории СМИ.
Подготовка к контрольной работе	Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Аудитория СМИ» Вопросы для подготовки к письменному опросу: Что представляет собой аудитория СМИ? Какие типы исследований аудитории СМИ существуют? Что такое рейтинг? С чем связана необходимость измерения рейтингов и как оно осуществляется? Охарактеризуйте основные теории воздействия СМИ на аудиторию. Какая из теорий кажется вам наиболее убедительной? Почему? Какие факторы влияют на восприятие индивидом информации, транслируемой СМИ? Каковы основные типы последствий СМИ? Что такое общественное мнение? Какова роль СМИ в возникновении этого феномена? Что такое стереотипы? Какова их роль в человеческом познании? Могут ли СМИ формировать и изменять стереотипы? Приведите примеры. Какие исследователи занимались изучением воздействия СМИ на аудиторию? Что имел в виду П. Бурдьё, когда утверждал, что общественного мнения не существует? Согласны ли вы с его позицией? Почему?

Рекомендуемая самостоятельная работа

Схема	Составьте схему(схемы) основных положений по теме «Аудитория СМИ» Целью этой работы является развитие умения обучающегося выделять главные элементы, устанавливать между ними соотношение, отслеживать ход развития, изменения какого-либо процесса, явления, соотношения каких-либо величин и т.д.
Составление конспекта	Составьте конспект по теме «Аудитория СМИ» Наиболее существенные положения изучаемого материала последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре источника информации. Записи следует вести четко, ясно.

Тема: СМИ и экономика

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «СМИ и экономика» Вопросы для подготовки к устному опросу: Медиаиндустрия как сектор экономики. Реклама. Современное состояние российского медийного рынка. Влияние СМИ на экономику. Информационный характер современной экономики.
Подготовка к контрольной работе	Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «СМИ и экономика» Вопросы для подготовки к письменному опросу: Что позволяет рассматривать СМИ как отрасль экономики? Что такое медиарынок и какова его структура? Какую продукцию производят СМИ? Что такое «индустрии культуры» («творческие индустрии», «культурные индустрии»)? Каковы экономические предпосылки возникновения рекламы? Какова роль рекламы в существовании и функционировании СМИ? Какие функции выполняет реклама? Охарактеризуйте взаимоотношение рекламной отрасли и СМИ. Что такое «информационно богатый» рынок? Каковы основные тенденции развития российского медиарынка? Как развитие коммуникационных технологий влияет на экономику?

Рекомендуемая самостоятельная работа

Графологическая структура	Составьте графологическую структуру по теме «СМИ и экономика» В отличие от других способов графического отображения информации (таблиц, рисунков, схем) графологическая структура делает упор на логическую связь элементов между собой, графика выступает в роли средства выражения (наглядности).
Информационный блок	Составьте информационный блок по теме «СМИ и экономика» Качественно изготовленные информационные блоки могут служить дидактическим материалом для изучения темы в процессе самоподготовки. Информационный блок может включать таблицы, схемы, рисунки, методики исследования, выводы.

Тема: СМИ и политические отношения. Методы решения задач по созданию и редактированию контента.

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «СМИ и политические отношения. Методы решения задач по созданию и редактированию контента.» Вопросы для подготовки к устному опросу: Пресса в эпоху буржуазно-демократических революций в Западной Европе: «четвертая власть». Становление прессы в России. Роль государства. СМИ и современное государство. Политические функции СМИ. СМИ и суверенитет государства. Проблема информационной безопасности. Методы решения задач по созданию и редактированию контента.
Подготовка к контрольной работе	Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «СМИ и политические отношения. Методы решения задач по созданию и редактированию контента.» Вопросы для подготовки к письменному опросу: Какую роль сыграла пресса в формировании демократических политических институтов? Какова история термина «четвертая власть» и что он означает? В чем специфика развития прессы в России? Что такое «традиционное» и «современное» государство? Какова роль СМИ в современном государстве? Опишите взаимодействие государства и СМИ при демократическом и тоталитарном режимах. Какова роль СМИ в поддержании национальной идентичности и суверенитета государства? Что такое «рынок лояльностей»? Назовите основные формы государственного контроля и регулирования СМИ, формальные и неформальные. Что следует понимать под «информационной безопасностью» государства? Каким образом СМИ воздействуют на восприятие политики? Опишите сущность и основные методы политической рекламы. Опишите сущность и основные приемы пропаганды.

Рекомендуемая самостоятельная работа

Информационный блок	Составьте информационный блок по теме «СМИ и политические отношения. Методы решения задач по созданию и редактированию контента.» Качественно изготовленные информационные блоки могут служить дидактическим материалом для изучения темы в процессе самоподготовки. Информационный блок может включать таблицы, схемы, рисунки, методики исследования, выводы.
Сводная (обобщающая) таблица	Составьте сводную (обобщающую) таблицу по теме «СМИ и политические отношения. Методы решения задач по созданию и редактированию контента.» Краткость изложения информации характеризует способность к её свертыванию. В рамках таблицы наглядно отображаются как разделы одной темы (одноплановый материал), так и разделы разных тем (многоплановый материал).

Тема: Паблик рилейшнз (ПР)

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Паблик рилейшнз (ПР)»
--------------	--

устному опросу	<p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Сущность глобализации.</p> <p>Транснациональные СМИ.</p> <p>СМИ и формирование глобальной культуры. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности. .</p> <p>Осуществление разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ.</p> <p>Разработка проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ.</p> <p>Осуществление управления информацией из различных источников.</p> <p>Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации.</p> <p>Планирование работ по созданию контента.</p> <p>Мониторинг и оценка результатов выполнения работ, формулирование замечаний, редактирование контента.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Паблик рилейшнз (ПР)»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Что представляют собой паблик рилейшнз, какие виды деятельности охватывает это понятие?</p> <p>Какие предпосылки сделали необходимым появление такого вида деятельности, как паблик рилейшнз?</p> <p>Какие методы используются в паблик рилейшнз?</p> <p>Чем паблик рилейшнз отличаются от рекламы и пропаганды?</p> <p>Какие социальные группы используют паблик рилейшнз?</p> <p>Как паблик рилейшнз используются в политической деятельности?</p> <p>Приведите пример известной вам PR-акции и опишите ее сильные и слабые стороны, используемые приемы воздействия на аудиторию.</p> <p>Как вы считаете, чем в большей степени являются паблик рилейшнз – манипулированием информацией или объективным информированием общественности о деятельности той или иной организации? Какие аргументы можно привести для обоснования этих точек зрения?</p>

Рекомендуемая самостоятельная работа

Составление конспекта	<p>Составьте конспект по теме «Паблик рилейшнз (ПР)»</p> <p>Наиболее существенные положения изучаемого материала последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре источника информации. Записи следует вести четко, ясно.</p>
Графологическая структура	<p>Составьте графологическую структуру по теме «Паблик рилейшнз (ПР)»</p> <p>В отличие от других способов графического отображения информации (таблиц, рисунков, схем) графологическая структура делает упор на логическую связь элементов между собой, графика выступает в роли средства выражения (наглядности).</p>

Тема: Массовые коммуникации в глобализирующемся мире. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Массовые коммуникации в глобализирующемся мире. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности. »</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Сущность глобализации.</p> <p>Транснациональные СМИ.</p> <p>СМИ и формирование глобальной культуры. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Массовые коммуникации в глобализирующемся мире. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности. »</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Что такое глобализация? Как проявляется глобализация в экономике, политике и культуре?</p> <p>Какую роль в глобализации играет усовершенствование коммуникационных технологий?</p> <p>Что такое транснациональные СМИ? В чем заключается их специфика? Какие факторы способствовали их появлению?</p> <p>В чем сущность концепции медиаимпериализма?</p> <p>Что такое «глобальный медиапорядок»? Какие факторы способствовали его формированию?</p> <p>Какие глобальные телеканалы вы знаете?</p>

<p>Какую роль играют СМИ в формировании глобальной культуры? Как глобальное неравенство влияет на формирующуюся глобальную культуру? Приводит ли глобализация культуры к культурной унификации, сглаживанию культурных различий между обществами?"</p>
--

Рекомендуемая самостоятельная работа

Сводная (обобщающая) таблица	Составьте сводную (обобщающую) таблицу по теме «Массовые коммуникации в глобализирующемся мире. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.» Краткость изложения информации характеризует способность к её свертыванию. В рамках таблицы наглядно отображаются как разделы одной темы (одноплановый материал), так и разделы разных тем (многоплановый материал).
Схема	Составьте схему(схемы) основных положений по теме «Массовые коммуникации в глобализирующемся мире. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.» Целью этой работы является развитие умения обучающегося выделять главные элементы, устанавливать между ними соотношение, отслеживать ход развития, изменения какого-либо процесса, явления, соотношения каких-либо величин и т.д.

Вопросы для письменного опроса (в рамках контрольной работы)

- Охарактеризуйте сущность и типы коммуникации.
- Что такое массовая коммуникация? Какие факторы привели к ее появлению?
- Какие функции выполняют институты массовой коммуникации в современном обществе?
- Охарактеризуйте основные этапы развития средств массовой коммуникации.
- Какие факторы воздействовали на развитие средств массовой коммуникации в XIX–XX веках?
- Какие социальные и культурные последствия породило распространение телевидения?
- В чем специфика интернета как средства массовой коммуникации?
- Что такое альтернативные СМИ? Какие предпосылки приводят к их появлению?
- В чем заключается специфика альтернативных СМИ?
- Как развитие интернета влияет на альтернативные СМИ?
- Как функционирует альтернативное СМИ? Какие задачи ставит?
- Как вы думаете, каковы перспективы развития альтернативных СМИ с учетом постоянного совершенствования коммуникационных технологий?
- Перечислите основные причины распространения альтернативных СМИ в современных обществах.
- Расскажите про характеристики альтернативных СМИ.
- Что изучает социология массовой коммуникации?
- Как вы думаете, почему не существует общепринятого определения объекта и предмета изучения социологии массовой коммуникации?
- Какие составные элементы можно выделить в процессе массовой коммуникации?
- Какие методы применяются в эмпирических исследованиях массовой коммуникации?
- Проанализируйте текст экспертного интервью, приведенного выше. В чем, с точки зрения эксперта, заключаются проблемы российского телевидения? Что вы могли бы добавить к сказанному?
- Какие выводы можно сделать на основании приведенных выше результатов контент-анализа публикаций о событиях в Беслане?
- Какие базовые составляющие деятельности СМИ выделяли А. Бриггз и П. Кобли?
- Какие социальные и культурные изменения произошли в «эпоху Гутенберга»?
- Каким образом изменения средств коммуникации воздействуют на культуру?
- Что такое «индустрия культуры»? Каковы, с точки зрения представителей критической теории, сущностные особенности массовой культуры и как она влияет на массовое сознание?
- Согласны ли вы с критической оценкой массовой культуры, данной Т. Адорно и М. Хоркхаймером?
- В чем заключается сущность функционального подхода к анализу СМИ?
- Какие явные и латентные функции выполняют СМИ? Существуют ли дисфункциональные последствия деятельности СМИ? В чем они заключаются?
- Что представляют собой современные СМИ с точки зрения Н. Лумана?
- Что Н. Луман понимает под «самореферентной системой»? Каково значение коммуникации в существовании подобных систем?
- Какие принципы отбора информации характерны для СМИ с точки зрения И. Лумана? Приведите примеры, которые подтверждают (или опровергают) его точку зрения.
- Что такое «гиперреальность»? Какова роль СМИ в ее формировании?
- Каково значение деятельности СМИ в современных обществах с точки зрения М. Кастельса?
- Что означает введенный М. Кастельсом термин «реальная виртуальность»?
- Чем интернет как средство коммуникации отличается от телевидения?

Что такое «мультимедиа»?

Охарактеризуйте теоретическую концепцию массовой коммуникации, с которыми вы познакомились. Какая концепция кажется вам наиболее убедительной? Почему?

Каким образом развитие СМИ повлияло на культуру современных обществ?

Какие характерные черты и функции присущи массовой культуре?

Какова роль СМИ в социализации индивида в современном обществе?

В чем сущность концепции «исчезновения детства», предложенной Н. Постманом? Какова роль телевидения в «исчезновении детства»? Согласны ли вы с точкой зрения Постмана?

Что такое идеология? В чем заключается идеологическое воздействие СМИ?

Приведите примеры идеологической подачи материала на российском телевидении.

Как вы считаете, должны ли СМИ содействовать утверждению той или иной идеологии? Почему?

Как вы думаете, почему СМИ уделяют больше внимания одним социальным группам и игнорируют другие?

Как вам кажется, представители каких социальных групп чаще всего попадают в поле зрения российских СМИ? Почему?

Как вы считаете, могут ли СМИ изменить сложившиеся в обществе стереотипные представления о каких-либо социальных группах? Что нужно для этого сделать?

Охарактеризуйте воздействие СМИ на культуру современного российского общества.

Что представляет собой аудитория СМИ?

Какие типы исследований аудитории СМИ существуют?

Что такое рейтинг? С чем связана необходимость измерения рейтингов и как оно осуществляется?

Охарактеризуйте основные теории воздействия СМИ на аудиторию. Какая из теорий кажется вам наиболее убедительной? Почему?

Какие факторы влияют на восприятие индивидом информации, транслируемой СМИ?

Каковы основные типы последствий СМИ?

Что такое общественное мнение? Какова роль СМИ в возникновении этого феномена?

Что такое стереотипы? Какова их роль в человеческом познании?

Могут ли СМИ формировать и изменять стереотипы? Приведите примеры.

Какие исследователи занимались изучением воздействия СМИ на аудиторию?

Что имел в виду П. Бурдьё, когда утверждал, что общественного мнения не существует? Согласны ли вы с его позицией? Почему?

Что позволяет рассматривать СМИ как отрасль экономики?

Что такое медиарынок и какова его структура?

Какую продукцию производят СМИ?

Что такое «индустрии культуры» («творческие индустрии», «культурные индустрии»)?

Каковы экономические предпосылки возникновения рекламы?

Какова роль рекламы в существовании и функционировании СМИ?

Какие функции выполняет реклама?

Охарактеризуйте взаимоотношение рекламной отрасли и СМИ.

Что такое «информационно богатый» рынок?

Каковы основные тенденции развития российского медиарынка?

Как развитие коммуникационных технологий влияет на экономику?

Какую роль сыграла пресса в формировании демократических политических институтов?

Какова история термина «четвертая власть» и что он означает?

В чем специфика развития прессы в России?

Что такое «традиционное» и «современное» государство?

Какова роль СМИ в современном государстве?

Опишите взаимодействие государства и СМИ при демократическом и тоталитарном режимах.

Какова роль СМИ в поддержании национальной идентичности и суверенитета государства?

Что такое «рынок лояльностей»?

Назовите основные формы государственного контроля и регулирования СМИ, формальные и неформальные.

Что следует понимать под «информационной безопасностью» государства?

Каким образом СМИ воздействуют на восприятие политики?

Опишите сущность и основные методы политической рекламы.

Опишите сущность и основные приемы пропаганды.

Что представляют собой паблик рилейшнз, какие виды деятельности охватывает это понятие?

Какие предпосылки сделали необходимым появление такого вида деятельности, как паблик рилейшнз?

Какие методы и используются в паблик рилейшнз?

Чем паблик рилейшнз отличаются от рекламы и пропаганды?

Какие социальные группы используют паблик рилейшнз?

Как паблик рилейшнз используются в политической деятельности?

Приведите пример известной вам PR-акции и опишите ее сильные и слабые стороны, используемые приемы воздействия на аудиторию.

Как вы считаете, чем в большей степени являются паблик рилейшнз — манипулированием информацией или объективным информированием общественности о деятельности той или иной организации? Какие аргументы можно привести для обоснования этих точек зрения?

Что такое глобализация? Как проявляется глобализация в экономике, политике и культуре?

Какую роль в глобализации играет усовершенствование коммуникационных технологий?

Что такое транснациональные СМИ? В чем заключается их специфика? Какие факторы способствовали их появлению?

В чем сущность концепции медиаимпериализма?

Что такое «глобальный медиапорядок»? Какие факторы способствовали его формированию?

Какие глобальные телеканалы вы знаете?

Какую роль играют СМИ в формировании глобальной культуры?

Как глобальное неравенство влияет на формирующуюся глобальную культуру?

Приводит ли глобализация культуры к культурной унификации, сглаживанию культурных различий между обществами?"

Вопросы для устных опросов

Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Сущность и функции коммуникации.

Специфика массовой коммуникации.

Модернизация, формирование массового общества и массовая коммуникация.

История развития СМИ.

Альтернативные СМИ как форма социального протеста и гражданской активности.

Интернет как альтернативна традиционным СМИ. Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации

Объект и предмет изучения социологии массовой коммуникации.

Методы эмпирических исследований массовой коммуникации.

Развитие социологии массовой коммуникации.

Американская коммуникативистика первой половины XX века.

Технократический подход.

Функциональный анализ СМИ.

Критическая теория.

СМИ и массовая культура.

Идеологическое воздействие СМИ.

Социализирующая функция СМИ.

Образы социальных групп в СМИ.

Исследование воздействия СМИ на аудиторию.

«Измерение» аудитории СМИ.

Медиаиндустрия как сектор экономики. Реклама.

Современное состояние российского медийного рынка.

Влияние СМИ на экономику. Информационный характер современной экономики.

Пrensa в эпоху буржуазно-демократических революций в Западной Европе: «четвертая власть».

Становление прессы в России.

Роль государства. СМИ и современное государство.

Политические функции СМИ.

СМИ и суверенитет государства. Проблема информационной безопасности. Методы решения задач по созданию и редактированию контента.

Сущность глобализации.

Транснациональные СМИ.

СМИ и формирование глобальной культуры. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности. . Осуществление разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ.

Разработка проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ.

Осуществление управления информацией из различных источников.

Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации.

Планирование работ по созданию контента.

Мониторинг и оценка результатов выполнения работ, формулирование замечаний, редактирование контента.

СМИ и формирование глобальной культуры. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.

Вопросы для письменного опроса (для промежуточной аттестации)

Охарактеризуйте сущность и типы коммуникации.
Что такое массовая коммуникация? Какие факторы привели к ее появлению?
Какие функции выполняют институты массовой коммуникации в современном обществе?
Охарактеризуйте основные этапы развития средств массовой коммуникации.

Какие факторы воздействовали на развитие средств массовой коммуникации в XIX–XX веках?
Какие социальные и культурные последствия породило распространение телевидения?
В чем специфика интернета как средства массовой коммуникации?
Что такое альтернативные СМИ? Какие предпосылки приводят к их появлению?
В чем заключается специфика альтернативных СМИ?
Как развитие интернета влияет на альтернативные СМИ?
Как функционирует альтернативное СМИ? Какие задачи ставит?
Как вы думаете, каковы перспективы развития альтернативных СМИ с учетом постоянного совершенствования коммуникационных технологий?
Перечислите основные причины распространения альтернативных СМИ в современных обществах.
Расскажите про характеристики альтернативных СМИ.
Что изучает социология массовой коммуникации?
Как вы думаете, почему не существует общепринятого определения объекта и предмета изучения социологии массовой коммуникации?
Какие составные элементы можно выделить в процессе массовой коммуникации?
Какие методы применяются в эмпирических исследованиях массовой коммуникации?
Проанализируйте текст экспертного интервью, приведенного выше. В чем, с точки зрения эксперта, заключаются проблемы российского телевидения? Что вы могли бы добавить к сказанному?
Какие выводы можно сделать на основании приведенных выше результатов контент-анализа публикаций о событиях в Беслане?
Какие базовые составляющие деятельности СМИ выделяли А. Бриггз и П. Кобли?
Какие социальные и культурные изменения произошли в «эпоху Гутенберга»?
Каким образом изменения средств коммуникации воздействуют на культуру?
Что такое «индустрия культуры»? Каковы, с точки зрения представителей критической теории, сущностные особенности массовой культуры и как она влияет на массовое сознание?
Согласны ли вы с критической оценкой массовой культуры, данной Т. Адорно и М. Хоркхаймером?
В чем заключается сущность функционального подхода к анализу СМИ?
Какие явные и латентные функции выполняют СМИ? Существуют ли дисфункциональные последствия деятельности СМИ? В чем они заключаются?
Что представляют собой современные СМИ с точки зрения Н. Лумана?
Что Н. Луман понимает под «самореферентной системой»? Каково значение коммуникации в существовании подобных систем?
Какие принципы отбора информации характерны для СМИ с точки зрения И. Лумана? Приведите примеры, которые подтверждают (или опровергают) его точку зрения.
Что такое «гиперреальность»? Какова роль СМИ в ее формировании?
Каково значение деятельности СМИ в современных обществах с точки зрения М. Кастельса?
Что означает введенный М. Кастельсом термин «реальная виртуальность»?
Чем интернет как средство коммуникации отличается от телевидения?
Что такое «мультимедиа»?
Охарактеризуйте теоретическую концепцию массовой коммуникации, с которыми вы познакомились. Какая концепция кажется вам наиболее убедительной? Почему?
Каким образом развитие СМИ повлияло на культуру современных обществ?
Какие характерные черты и функции присущи массовой культуре?
Какова роль СМИ в социализации индивида в современном обществе?
В чем сущность концепции «исчезновения детства», предложенной Н. Постманом? Какова роль телевидения в «исчезновении детства»? Согласны ли вы с точкой зрения Постмана?
Что такое идеология? В чем заключается идеологическое воздействие СМИ?
Приведите примеры идеологической подачи материала на российском телевидении.
Как вы считаете, должны ли СМИ содействовать утверждению той или иной идеологии? Почему?

Как вы думаете, почему СМИ уделяют больше внимания одним социальным группам и игнорируют другие?
Как вам кажется, представители каких социальных групп чаще всего попадают в поле зрения российских СМИ? Почему?
Как вы считаете, могут ли СМИ изменить сложившиеся в обществе стереотипные представления о каких-либо социальных группах? Что нужно для этого сделать?
Охарактеризуйте воздействие СМИ на культуру современного российского общества.
Что представляет собой аудитория СМИ?
Какие типы исследований аудитории СМИ существуют?
Что такое рейтинг? С чем связана необходимость измерения рейтингов и как оно осуществляется?
Охарактеризуйте основные теории воздействия СМИ на аудиторию. Какая из теорий кажется вам наиболее убедительной? Почему?
Какие факторы влияют на восприятие индивидом информации, транслируемой СМИ?
Каковы основные типы последствий СМИ?
Что такое общественное мнение? Какова роль СМИ в возникновении этого феномена?
Что такое стереотипы? Какова их роль в человеческом познании?
Могут ли СМИ формировать и изменять стереотипы? Приведите примеры.
Какие исследователи занимались изучением воздействия СМИ на аудиторию?
Что имел в виду П. Бурдье, когда утверждал, что общественного мнения не существует? Согласны ли вы с его позицией? Почему?
Что позволяет рассматривать СМИ как отрасль экономики?
Что такое медиарынок и какова его структура?
Какую продукцию производят СМИ?
Что такое «индустрии культуры» («творческие индустрии», «культурные индустрии»)?
Каковы экономические предпосылки возникновения рекламы?
Какова роль рекламы в существовании и функционировании СМИ?
Какие функции выполняет реклама?
Охарактеризуйте взаимоотношение рекламной отрасли и СМИ.
Что такое «информационно богатый» рынок?
Каковы основные тенденции развития российского медиарынка?
Как развитие коммуникационных технологий влияет на экономику?
Какую роль сыграла пресса в формировании демократических политических институтов?
Какова история термина «четвертая власть» и что он означает?
В чем специфика развития прессы в России?
Что такое «традиционное» и «современное» государство?
Какова роль СМИ в современном государстве?
Опишите взаимодействие государства и СМИ при демократическом и тоталитарном режимах.
Какова роль СМИ в поддержании национальной идентичности и суверенитета государства?
Что такое «рынок лояльностей»?
Назовите основные формы государственного контроля и регулирования СМИ, формальные и неформальные.
Что следует понимать под «информационной безопасностью» государства?
Каким образом СМИ воздействуют на восприятие политики?
Опишите сущность и основные методы политической рекламы.
Опишите сущность и основные приемы пропаганды.
Что представляют собой паблик рилейшнз, какие виды деятельности охватывает это понятие?
Какие предпосылки сделали необходимым появление такого вида деятельности, как паблик рилейшнз?
Какие методы используются в паблик рилейшнз?
Чем паблик рилейшнз отличаются от рекламы и пропаганды?

Какие социальные группы и используют паблик рилейшнз?
Как паблик рилейшнз используются в политической деятельности?
Приведите пример известной вам PR-акции и опишите ее сильные и слабые стороны, используемые приемы воздействия на аудиторию.
Как вы считаете, чем в большей степени являются паблик рилейшнз – манипулированием информацией или объективным информированием общественности о деятельности той или иной организации? Какие аргументы можно привести для обоснования этих точек зрения?
Что такое глобализация? Как проявляется глобализация в экономике, политике и культуре?
Какую роль в глобализации играет усовершенствование коммуникационных технологий?
Что такое транснациональные СМИ? В чем заключается их специфика? Какие факторы способствовали их появлению?
В чем сущность концепции медиаимпериализма?
Что такое «глобальный медиапорядок»? Какие факторы способствовали его формированию?
Какие глобальные телеканалы вы знаете?
Какую роль играют СМИ в формировании глобальной культуры?
Как глобальное неравенство влияет на формирующуюся глобальную культуру?
Приводит ли глобализация культуры к культурной унификации, сглаживанию культурных различий между обществами?"

Учебная литература (перечень основной (обязательной) и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)) включает в себя следующие **электронные учебные издания**:

Основная (обязательная) учебная литература:

1. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для академического бакалавриата / В. В. Касьянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

Дополнительная учебная литература:

1. Виноградова, С. М. Психология массовой коммуникации : учебник для бакалавров / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

2. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для академического бакалавриата / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

3. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы в 2 т. Том 1 : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

4. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы в 2 т. Том 2 : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

5. Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для бакалавров / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

Учебно-методическое и информационное обеспечение обучения по дисциплине

I. Учебно-методическое обеспечение

Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы

Учебные материалы – электронные учебные издания (издания электронных библиотечных систем)

Учебная литература (перечень основной (обязательной) и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)) включает в себя следующие **электронные учебные издания**:

Основная (обязательная) учебная литература:

1. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для академического бакалавриата / В. В. Касьянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

Дополнительная учебная литература:

1. Виноградова, С. М. Психология массовой коммуникации : учебник для бакалавров / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

2. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для академического бакалавриата / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

3. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы в 2 т. Том 1 : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

4. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы в 2 т. Том 2 : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

5. Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для бакалавров / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

Периодические издания

Иные электронные образовательные ресурсы

Единое окно доступа к образовательным ресурсам (<http://window.edu.ru/>)

Федеральный образовательный портал "Экономика. Социология. Менеджмент" (<http://ecsocman.hse.ru/>)

Электронная библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» (Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» (<https://biblio-online.ru/> или <https://urait.ru/>))

Электронно-библиотечная система «Рукопт» (Электронная библиотечная система «Рукопт») (Электронная библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт») (<https://rucont.ru/> или <https://lib.rucont.ru/>)

Электронная информационно-образовательная среда организации Университета БРИКС (<https://brics.study/>)

II. Информационное обеспечение (перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем)

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (ЭБС), содержащей издания учебной, учебно-методической и иной литературы.

Состав необходимого комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства: Яндекс.Браузер; LibreOffice; Notepad++; GNU Image Manipulation Program (GIMP); Firefox (Браузер Mozilla Firefox); 7-Zip; FAR Manager.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

(перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»):

Электронные информационные ресурсы

Состав современных профессиональных баз данных (в том числе международных реферативных баз данных научных изданий)

Федеральная служба государственной статистики (<https://www.gks.ru/>)

Открытые данные России (<https://data.gov.ru/>)

Статистический Отдел Организации Объединенных Наций (United Nations Statistics Division) (<http://data.un.org/>)

Экономическая и социальная комиссия для Азии и Тихого океана (United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific) (<https://www.unescap.org/our-work/statistics>)

Европейская экономическая комиссия Организации Объединенных Наций (United Nations Economic Commission for Europe) (http://www.unece.org/stats/stats_h.html)

Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций (Food and Agriculture Organization of the United Nations) (<http://www.fao.org/statistics/en/>)

Международный валютный фонд (МВФ) (International Monetary Fund (IMF)) (<https://www.imf.org/en/Data>)

Институт статистики ЮНЕСКО (UNESCO Institute of Statistics) (<http://uis.unesco.org/>)

Организация Объединенных Наций По Промышленному Развитию (United Nations Industrial Development Organization) (<https://www.unido.org/researchers/statistical-databases>)

Группа Всемирного Банка (The World Bank Group) (<https://data.worldbank.org/>)

Всемирная организация здравоохранения (World Health Organization) (<https://www.who.int/data/>)

Всемирная торговая организация (World Trade Organization) (https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_e.htm)

Евростат (Eurostat (European Statistical Office)) (<https://ec.europa.eu/eurostat/>)

Межгосударственный статистический комитет Содружества Независимых Государств (<http://www.cisstat.com/Obase/index.htm>)

Организация экономического сотрудничества и развития (Organisation for Economic Co-operation and Development) (<https://data.oecd.org/>)

Международное энергетическое агентство (International Energy Agency) (<https://www.iea.org/data-and-statistics/>)

Состав международных реферативных баз данных научных изданий

Science Alert (<https://scialert.net/>)

AENSI Publisher (American-Eurasian Network for Scientific Information Journals) (<http://www.aensiweb.com/>)

Asian Economic and Social Society (AESS) (<http://www.aessweb.com/>)

PressAcademia (<http://www.pressacademia.org/>)

OMICS International (<https://www.omicsonline.org/>)

Scientific Research Publishing (<https://www.scirp.org/>)

Hikari Ltd (<http://www.m-hikari.com/>)

OAPEN (<https://www.oapen.org/>)

Scientific & Academic Publishing (SAP) (<http://www.sapub.org/journal/index.aspx>)

Global Advanced Research Journals (<http://garj.org/>)
Kamla-Raj Enterprises (<http://www.krepublishers.com/>)
ISER PUBLICATIONS (<http://www.iserjournals.com/>)
Medwell Journals (Scientific Research Publishing Company) (<https://medwelljournals.com/home.php>)

Состав информационных справочных систем

База знаний Открытого правительства (<http://wiki.ac-forum.ru/>)
Высшая аттестационная комиссия при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации (<https://vak.minobrnauki.gov.ru/main>)
Российский фонд фундаментальных исследований (<https://www.rfbr.ru/>)
Федеральный портал «Российское образование» (<http://www.edu.ru/>)
Espacenet (Поиск патентной информации) (<https://ru.espacenet.com/>)
Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ (<http://gramota.ru/>)
Евразийский Монитор (<http://eurasiamonitor.org/>)
Экономические факультеты, институты и исследовательские центры в мире (<https://edirc.repec.org/>)
Информационная система Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека «Документы» (<https://www.rospotrebnadzor.ru/documents/documents.php>)

Состав информационных справочных правовых систем

Официальный интернет-портал правовой информации (Государственная система правовой информации) (<http://pravo.gov.ru/>)
Система обеспечения законодательной деятельности (<https://sozd.duma.gov.ru/>)
Собрание законодательства Российской Федерации (<https://www.szrf.ru/>)
Государственная автоматизированная система Российской Федерации «Правосудие» (ГАС «Правосудие») (<https://sudrf.ru/>)
Нормативные правовые акты в Российской Федерации. Министерство юстиции Российской Федерации (<http://pravo.minjust.ru/>)

Иные информационные ресурсы - информационные ресурсы органов государственной власти

Президент России (<http://kremlin.ru/>)
Правительство России (<http://government.ru/>)
Министерство науки и высшего образования РФ (<https://www.minobrnauki.gov.ru/>)
Министерство просвещения РФ (<https://edu.gov.ru/>)
Министерство экономического развития Российской Федерации (<https://www.economy.gov.ru/>)
Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (<https://digital.gov.ru/>)
Банк России (<https://www.cbr.ru/>)
Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки (<http://obrnadzor.gov.ru/ru/>)

Иные информационные ресурсы - новостные информационные ресурсы (ресурсы средств массовой информации)

ТАСС (<https://tass.ru/>)
РИА НОВОСТИ (<https://ria.ru/>)
Коммерсантъ (<https://www.kommersant.ru/>)
Forbes (<https://www.forbes.ru/>)
ЭКСПЕРТ (<https://expert.ru/>)
Известия (<https://iz.ru/>)
РБК (<https://www.rbc.ru/>)
RT (<https://rt.com/>)

Информационные поисковые системы

Яндекс (ссылка: <https://yandex.ru/>)
Google (ссылка: <https://www.google.com/>)
Mail (ссылка: <https://mail.ru/>)
Bing (ссылка: <https://www.bing.com/>)
Спутник (ссылка: <https://www.sputnik.ru/>)

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ: ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА

Индикаторы достижения компетенций:

- 1) ПК-1.4 Интегрирует различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций
- 2) ПК-1.5 Осуществляет планирование мероприятий по продвижению продукции

Форма(ы) аттестации обучающихся: Зачет

Текущий контроль успеваемости: два устных опроса и контрольная работа (состоит из двух ситуационных заданий и пяти вопросов для письменного опроса)

Тема: Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Рынок — социально-экономическая основа маркетинга, рыночная среда и функции маркетинга. Стратегическое и оперативное планирование маркетинга

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Рынок — социально-экономическая основа маркетинга, рыночная среда и функции маркетинга. Стратегическое и оперативное планирование маркетинга»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Рыночная среда.</p> <p>Маркетинг как рыночная концепция управления.</p> <p>Принципы управления маркетингом, виды и функции.</p> <p>Специфика международного маркетинга в России.</p> <p>Стратегия хозяйственного портфеля.</p> <p>Функциональные стратегии.</p> <p>Операционные стратегии.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Рынок — социально-экономическая основа маркетинга, рыночная среда и функции маркетинга. Стратегическое и оперативное планирование маркетинга»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Что является рыночной средой маркетинга?</p> <p>Какие факторы воздействуют на результаты маркетинга?</p> <p>Что представляет собой микросреда маркетинга?</p> <p>Что лежит в основе маркетинговой системы регулирования спроса?</p> <p>Чем обусловлен каждый этап эволюционного развития маркетинга?</p> <p>Какова современная концепция маркетинга?</p> <p>Какие ключевые блоки составляют концептуальную модель управления маркетингом?</p> <p>Что представляет собой генеральная стратегия управления маркетингом?</p> <p>Как называется процесс установления количественной и качественной оценки фактических результатов маркетинговых усилий в сравнении с запланированными?</p> <p>В чем заключается сущность концепции интегрированного маркетинга?</p> <p>Как вы понимаете специфику международного маркетинга?</p> <p>Что является чрезвычайно важным при разработке маркетинговых стратегий?</p> <p>Что представляют собой портфельные стратегии?</p> <p>В основе разработки портфельных стратегий используется целевой подход. Какие блоки он включает в себя?</p> <p>В результате чего происходит правильное перераспределение корпоративных ресурсов и генерация перспективных стратегий?</p> <p>Каким образом определяется показатель «Стратегическое положение»?</p> <p>Что такое целевой рынок?</p> <p>С чем неразрывно связан процесс регулярного обновления товарного ассортимента?</p> <p>Что является индикатором рыночной конъюнктуры?</p> <p>В чем особенность ценообразования в стратегии «снятия сливок»?</p> <p>Что является существенным вкладом в формирование сервисного потенциала?</p>

Рекомендуемая самостоятельная работа

Графологическая структура	<p>Составьте графологическую структуру по теме «Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Рынок — социально-экономическая основа маркетинга, рыночная среда и функции маркетинга. Стратегическое и оперативное планирование маркетинга»</p> <p>В отличие от других способов графического отображения информации (таблиц, рисунков, схем) графологическая структура делает упор на логическую связь элементов между собой, графика выступает в роли средства выражения (наглядности).</p>
---------------------------	--

Информационный блок	<p>Составьте информационный блок по теме «Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Рынок — социально-экономическая основа маркетинга, рыночная среда и функции маркетинга. Стратегическое и оперативное планирование маркетинга»</p> <p>Качественно изготовленные информационные блоки могут служить дидактическим материалом для изучения темы в процессе самоподготовки. Информационный блок может включать таблицы, схемы, рисунки, методики исследования, выводы.</p>
---------------------	--

Тема: Сегментация рынка и позиционирование товаров на рынке. Формирование товарной политики. Интеграция различных средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Сегментация рынка и позиционирование товаров на рынке. Формирование товарной политики. Интеграция различных средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Сегментация рынка.</p> <p>Рыночное позиционирование.</p> <p>Классификация товара в маркетинге.</p> <p>Жизненный цикл и конкурентоспособность товара.</p> <p>Товародвижение и торговые посредники в системе маркетинга.</p> <p>Коммерческие формы и методы реализации товаров. Интеграция различных средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Сегментация рынка и позиционирование товаров на рынке. Формирование товарной политики. Интеграция различных средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Каковы главные доводы в пользу проведения сегментации?</p> <p>Какие условия являются достаточными для успешной реализации принципов сегментации?</p> <p>По каким критериям осуществляется сегментирование рынка?</p> <p>Каковы измерения целевого рынка фирмы?</p> <p>Какие характеристики учитываются при изучении покупателей?</p> <p>Каковы задачи позиционирования?</p> <p>Что позволяет обосновать выгодные сегменты в результате отбора перспективных клиентов и создать устойчивый имидж в обществе?</p> <p>Каковы основные слагаемые лояльности?</p> <p>Что подразумевается под имиджем компании?</p> <p>Каким образом компании разработать собственную методику позиционирования?</p> <p>Каким набором атрибутов определяется практическая полезность товара для потребителя?</p> <p>Что такое совокупный продукт?</p> <p>Позволяет ли хорошо продуманная товарная политика оптимизировать процесс обновления ассортимента?</p> <p>На кого должен ориентироваться механизм стимулирования?</p> <p>Что относится к свойствам ассортимента?</p> <p>В расчете на что предприятие строит свою рыночную деятельность, учитывая особенности и преимущества той или иной стадии жизненного цикла товара?</p> <p>Назовите стадии жизненного цикла товара. На каком из этапов предприятие строит свою рыночную деятельность в расчете на возможно более полное использование особенностей и преимуществ той или иной стадии?</p> <p>Каковы три основных подхода к разработке нового товара?</p> <p>Какие вы знаете параметры конкурентоспособности продукции?</p> <p>Какие функции выполняют каналы товародвижения?</p>

Рекомендуемая самостоятельная работа

Информационный блок	<p>Составьте информационный блок по теме «Сегментация рынка и позиционирование товаров на рынке. Формирование товарной политики. Интеграция различных средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций»</p> <p>Качественно изготовленные информационные блоки могут служить дидактическим материалом для изучения темы в процессе самоподготовки. Информационный блок может включать таблицы, схемы, рисунки, методики исследования, выводы.</p>
Сводная (обобщающая)	<p>Составьте сводную (обобщающую) таблицу по теме «Сегментация рынка и позиционирование товаров на рынке. Формирование товарной политики. Интеграция</p>

таблица	различных средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций» Краткость изложения информации характеризует способность к её свертыванию. В рамках таблицы наглядно отображаются как разделы одной темы (одноплановый материал), так и разделы разных тем (многоплановый материал).
---------	--

Тема: Маркетинговые исследования товарного рынка. Организационные структуры маркетинга на предприятиях

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Маркетинговые исследования товарного рынка. Организационные структуры маркетинга на предприятиях» Вопросы для подготовки к устному опросу: Современный подход к рыночным исследованиям. Типология и анализ потребителей на российском рынке. Понятия структуры управления маркетингом. Организация маркетинговых служб.
Подготовка к контрольной работе	Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Маркетинговые исследования товарного рынка. Организационные структуры маркетинга на предприятиях» Вопросы для подготовки к письменному опросу: Что представляет собой первичная и вторичная информация в системе маркетинговых исследований? Какие данные включает в себя полевое исследование? В чем состоят отличия таких маркетинговых исследований, как опрос, эксперимент, наблюдение? С какой целью проводится исследование рынка? В каких случаях исследуются структура и география рынка, его емкость, динамика продаж, барьеры рынка, состояние конкуренции, сложившаяся конъюнктура, возможности и риски? Что включено в анализ окончательного выбора рынка? От каких составляющих зависит емкость рынка и зависит ли она от экономической конъюнктуры? Каковы приоритетные направления исследований при выборе рынка, наряду с оценкой конъюнктуры и емкости? Что включает в себя пакет маркетинговых исследований аутсорсинга строительных услуг? Что понимается под социальной ролью потребителя? Каким образом используются теории мотивации З.Фрейда и А.Маслоу в маркетинге при анализе поведения потребителей? С чего начинается применение маркетинга на предприятии? Какой статус должна иметь служба маркетинга? Какие факторы определяют структуру служб маркетинга? Для каких предприятий целесообразна организация маркетинга по рынкам? Какие подразделения необходимы в составе службы маркетинга? Существуют ли единые принципы организации службы маркетинга? На каких принципах основана жесткая система управления маркетингом? Под влиянием каких факторов появились вертикальные маркетинговые системы?

Рекомендуемая самостоятельная работа

Составление конспекта	Составьте конспект по теме «Маркетинговые исследования товарного рынка. Организационные структуры маркетинга на предприятиях» Наиболее существенные положения изучаемого материала последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре источника информации. Записи следует вести четко, ясно.
Графологическая структура	Составьте графологическую структуру по теме «Маркетинговые исследования товарного рынка. Организационные структуры маркетинга на предприятиях» В отличие от других способов графического отображения информации (таблиц, рисунков, схем) графологическая структура делает упор на логическую связь элементов между собой, графика выступает в роли средства выражения (наглядности).

Тема: Комплекс маркетинговых коммуникаций. Реклама как форма активного продвижения товара

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Комплекс маркетинговых коммуникаций. Реклама как форма активного продвижения товара»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Коммуникационная модель маркетинга.</p> <p>Стратегии управления интегрированными маркетинговыми коммуникациями.</p> <p>Средства информации в маркетинговых коммуникациях.</p> <p>Определение рекламы.</p> <p>Функции и цели рекламной деятельности.</p> <p>Виды и средства распространения рекламы.</p> <p>Планирование и организация рекламной деятельности для осуществления сбыта товаров.</p> <p>Контроль и эффективность рекламной кампании.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Комплекс маркетинговых коммуникаций. Реклама как форма активного продвижения товара»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Как называется процесс передачи информации от коммуникатора к коммуниканту?</p> <p>Что представляет собой комплексная система сейлзпромоушн?</p> <p>Каковы основные критерии в системе коммуникационных принципов?</p> <p>Какие существуют конкретные преимущества реализации интегрированных коммуникаций маркетинга?</p> <p>Необходимо ли учитывать при формировании стратегии интеграционных коммуникаций маркетинга мега факторы глобализации экономики?</p> <p>Где разрабатываются централизованные глобальные коммуникации?</p> <p>Что представляет собой программа маркетинговых коммуникаций?</p> <p>Что относится к задачам информационной системы?</p> <p>В каком году создан Международный комитет по разработке гармонизированной системы описания и кодирования товаров в целях унификации товаров в международной торговле?</p> <p>Когда Государственной Думой РФ принят Закон «О рекламе»?</p> <p>Какими функциями определяется сущность рекламной деятельности?</p> <p>Какие вам известны признаки классификации видов рекламы?</p> <p>Какая реклама признается недобросовестной?</p> <p>Каковы основные функции рекламодателя?</p> <p>Какова схема взаимодействия рекламодателя и рекламного агентства?</p> <p>Необходимо ли при разработке рекламной стратегии определять составляющие творческого комплекса?</p> <p>При сотрудничестве предприятия с рекламными агентствами следует ли учитывать перечень основных рекламных услуг, которые оно должно предоставлять заказчикам?</p> <p>Увеличивается ли активная аудитория Рунета и почему?</p> <p>Какие каналы распространения рекламы вам известны?</p>

Рекомендуемая самостоятельная работа

Сводная (обобщающая) таблица	<p>Составьте сводную (обобщающую) таблицу по теме «Комплекс маркетинговых коммуникаций. Реклама как форма активного продвижения товара»</p> <p>Краткость изложения информации характеризует способность к её свертыванию. В рамках таблицы наглядно отображаются как разделы одной темы (одноплановый материал), так и разделы разных тем (многоплановый материал).</p>
Схема	<p>Составьте схему(схемы) основных положений по теме «Комплекс маркетинговых коммуникаций. Реклама как форма активного продвижения товара»</p> <p>Целью этой работы является развитие умения обучающегося выделять главные элементы, устанавливать между ними соотношение, отслеживать ход развития, изменения какого-либо процесса, явления, соотношения каких-либо величин и т.д.</p>

Тема: Паблик рилейшнз – эффективные коммуникации в маркетинге. Стимулирование сбыта и продаж

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Паблик рилейшнз – эффективные коммуникации в маркетинге. Стимулирование сбыта и продаж»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Концепция паблик рилейшнз.</p> <p>Планирование организации связей с общественностью.</p> <p>Формы деловых коммуникаций паблик рилейшнз.</p> <p>Имидж организации.</p> <p>Формы стимулирования продаж.</p>
-----------------------------	--

	Упаковка как перспективный элемент коммуникационной политики организации. Выставочно-ярмарочная деятельность как форма маркетинговых коммуникаций. Организация электронной продажи.
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Паблик рилейшнз – эффективные коммуникации в маркетинге. Стимулирование сбыта и продаж»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Когда была создана Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО)?</p> <p>Какие основные направления включают в себя связи с общественностью?</p> <p>Каковы основные сферы приложения знаний и умений специалиста в области ПР?</p> <p>Перечислите семь основных слагаемых успешной концепции по связям с общественностью, предложенные американскими учеными Катлип и Сэнтер?</p> <p>Должна ли деятельность ПР концентрировать свои усилия для успешного рыночного функционирования фирмы на решении как внутренних, так и внешних задач?</p> <p>По какому признаку формируются структуры ПР-агентств?</p> <p>Какова ключевая функция работы службы по ПР в коммерческой структуре?</p> <p>Какие основные этапы выделяются при формировании ПР программы?</p> <p>Какие формы делового общения используют компании с целью создания и поддержания позитивного общественного мнения?</p> <p>Что такое пресс-релиз и каковы его задачи?</p> <p>Какие вам известны виды стимулирования продаж?</p> <p>Почему за последние десятилетия XX в. упаковка стала наиболее важным, приоритетным продуктом в экономике индустриально развитых стран мира?</p> <p>Какие факторы способствовали развитию упаковочной отрасли в России в последние годы?</p> <p>Каковы важнейшие признаки, на которые ориентируется потребитель при выборе продуктов в повседневной жизни?</p> <p>Какова основная цель ярмарочных торгов?</p> <p>Подлежит ли организация деятельности выставок государственному регулированию?</p> <p>Что включает в себя процесс выбора конкретной выставки?</p> <p>Какие стратегические вопросы следует решить для создания выставочного сайта?</p> <p>Какой комплекс коммуникационных каналов выставки(ярмарки) интегрируют в себе?</p> <p>Какие выгоды для потребителей несет электронный бизнес?</p>

Рекомендуемая самостоятельная работа

Глоссарий	<p>Составьте глоссарий по теме «Паблик рилейшнз – эффективные коммуникации в маркетинге. Стимулирование сбыта и продаж»</p> <p>Цель глоссария - формирование понятийного аппарата по изучаемой учебной дисциплине, ее части, разделу или области знания, толкование наиболее употребительных в учебной дисциплине терминов.</p>
-----------	---

Тема: Оценка качества и эффективности маркетинговых коммуникаций. Концепция маркетинга в торговле

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Оценка качества и эффективности маркетинговых коммуникаций. Концепция маркетинга в торговле»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Комплексная модель оценки эффективности интегрированных коммуникаций.</p> <p>Оценочные способы определения экономической эффективности рекламы.</p> <p>Расчет экономической эффективности стимулирования продажи товаров.</p> <p>Определение коммуникативной эффективности рекламы и паблик рилейшнз.</p> <p>Содержание маркетинга в системе торговли.</p> <p>Развитие маркетинга партнерских связей.</p> <p>Инфраструктурное обеспечение маркетинга.</p> <p>Особенности ценообразования в маркетинге.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Оценка качества и эффективности маркетинговых коммуникаций. Концепция маркетинга в торговле»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Какие вы знаете направления комплексного механизма оценки эффективности интегрированных коммуникаций?</p> <p>Совокупность каких факторов рыночной среды раскрывается с помощью методов маркетингового исследования?</p>

	<p>Какие действия связаны с формированием спроса, стимулированием сбыта и продвижением продукта?</p> <p>Каким образом вычисляется экономическая эффективность продвижения товаров в магазине, где проводились рекламные и стимулирующие сбыт мероприятия?</p> <p>При каком методе исследования используются: прямая оценка с использованием вербальной шкалы; портфельный тест; лабораторный тест; диагностика?</p> <p>Каковы восемь основных категорий метода проверки коммуникационной эффективности рекламы?</p> <p>На какие две группы делятся тесты на запоминание?</p> <p>Какие критерии оценки обращения учитываются для составления рейтинга паблицити?</p> <p>Что представляет собой метод Гэллапа—Робинсона?</p> <p>Одинаковые ли методы используются при оценке эффективности рекламы и паблик рилейшнэ?</p> <p>Что представляет собой новая концепция «маркетинг новых идей»?</p> <p>Какие принципы маркетинга являются наиболее важными в сфере торговли?</p> <p>По каким блокам группируются функции маркетинга?</p> <p>Что характеризует реальную возможность создания потребительской ценности, обеспечивая тем самым рыночную устойчивость предприятия?</p> <p>Что представляет собой концепция маркетинга в сфере торговли как динамичная система взаимосвязанных элементов?</p> <p>С учетом каких принципов должна осуществляться организация партнерских (коммерческих) связей?</p> <p>Каким образом идет деление коммерческих связей по признаку рыночной структуры?</p> <p>Что является важнейшей составной частью инфраструктуры любой национальной экономики?</p> <p>Какие вам известны элементы системы рыночной инфраструктуры по уровням управления?</p> <p>Оцените общую стратегию рыночного ценообразования. Какую стратегию реализует компания, в которой вы трудитесь?</p>
--	---

Рекомендуемая самостоятельная работа

Составление конспекта	<p>Составьте конспект по теме «Оценка качества и эффективности маркетинговых коммуникаций. Концепция маркетинга в торговле»</p> <p>Наиболее существенные положения изучаемого материала последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре источника информации. Записи следует вести четко, ясно.</p>
Сводная (обобщающая) таблица	<p>Составьте сводную (обобщающую) таблицу по теме «Оценка качества и эффективности маркетинговых коммуникаций. Концепция маркетинга в торговле»</p> <p>Краткость изложения информации характеризует способность к её свертыванию. В рамках таблицы наглядно отображаются как разделы одной темы (одноплановый материал), так и разделы разных тем (многоплановый материал).</p>

Тема: Концептуальная модель совершенствования организационно-качественных параметров маркетинга. Маркетинг розничной торговли. Планирование мероприятий по продвижению продукции.

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Концептуальная модель совершенствования организационно-качественных параметров маркетинга. Маркетинг розничной торговли. Планирование мероприятий по продвижению продукции.»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Маркетинговая система сферы услуг.</p> <p>Методология управления сферой услуг.</p> <p>Концепция коммерческих услуг.</p> <p>Классификационные признаки розничной торговли.</p> <p>Этапы маркетинга в системе розничной торговли.</p> <p>Способы и формы осуществления торговой деятельности (торговли). Виды торговых объектов.</p> <p>Сетевая розничная торговля.</p> <p>Практика организации сетевого ритейлинга в России.</p> <p>Характеристика предприятий розничной торговли. Планирование мероприятий по продвижению продукции.</p>
Подготовка к	Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Концептуальная модель

контрольной работе	<p>совершенствования организационно-качественных параметров маркетинга. Маркетинг розничной торговли. Планирование мероприятий по продвижению продукции.»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>В международной классификации отраслей принято выделять три сектора, какие?</p> <p>На какие два крупных сегмента можно разделить сферу услуг?</p> <p>Каковы особенности трансформации развития сферы услуг в России?</p> <p>На что направлены результаты функционирования сферы услуг?</p> <p>Какова конечная цель участников сферы услуг?</p> <p>Какие услуги приобретают в России особую актуальность с формированием современных рыночных отношений и развитием новых форм торговли?</p> <p>Что является основными предпосылками формирования и развития современной системы логистики?</p> <p>Какие три основные уровня системы управления сферой услуг вам известны?</p> <p>На основе каких параметров разработан механизм управления региональным рынком услуг?</p> <p>Что является необходимым условием при построении целевой модели взаимосвязанности субъектов (органы управления федерального, регионального и муниципального уровня) и объектов управления (предприятия регионального рынка)?</p> <p>Кто является участниками торговой деятельности?</p> <p>На какие предприятия подразделяются торговые объекты в зависимости от совокупного размера общих площадей?</p> <p>Какой пакет документов необходим для получения свидетельства об организации торговой деятельности юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем?</p> <p>Какие признаки характерны для сети магазинов сферы розничной торговли?</p> <p>Что представляет собой франчайзинг?</p> <p>Почему среди сетевых компаний в сфере модной одежды распространен метод планомерного открытия собственных магазинов силами самой торговой марки?</p> <p>Будет ли развиваться сетевая розничная торговля в Москве и России?</p> <p>Какие вы знаете классификационные признаки розничных торговых предприятий?</p> <p>Какие отличительные черты розничных предприятий по типовым критериям вы можете назвать?</p> <p>Что представляет собой классификация торговых предприятий по комплексу стратегий (strategy mix)?</p>
--------------------	--

Рекомендуемая самостоятельная работа

Глоссарий	<p>Составьте глоссарий по теме «Концептуальная модель совершенствования организационно-качественных параметров маркетинга. Маркетинг розничной торговли. Планирование мероприятий по продвижению продукции.»</p> <p>Цель глоссария - формирование понятийного аппарата по изучаемой учебной дисциплине, ее части, разделу или области знания, толкование наиболее употребительных в учебной дисциплине терминов.</p>
Информационный блок	<p>Составьте информационный блок по теме «Концептуальная модель совершенствования организационно-качественных параметров маркетинга. Маркетинг розничной торговли. Планирование мероприятий по продвижению продукции.»</p> <p>Качественно изготовленные информационные блоки могут служить дидактическим материалом для изучения темы в процессе самоподготовки. Информационный блок может включать таблицы, схемы, рисунки, методики исследования, выводы.</p>

Тема: Контроль в маркетинге торговли. Концепция маркетинга в коммерческой деятельности

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Контроль в маркетинге торговли. Концепция маркетинга в коммерческой деятельности»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Маркетинг промышленного производства.</p> <p>Материально-техническое обеспечение промышленного производства.</p> <p>Маркетинг сбыта готовой продукции.</p> <p>Технология перспективного развития.</p> <p>Бизнес-план как инструмент внутрифирменного планирования коммерческой деятельности.</p> <p>Ресурсное обеспечение бизнес-операции с учетом рыночных рисков. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности. . Осуществление разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ.</p> <p>Разработка проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ.</p>
-----------------------------	---

	<p>Осуществление управления информацией из различных источников. Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации. Планирование работ по созданию контента. Мониторинг и оценка результатов выполнения работ, формулирование замечаний, редактирование контента.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Контроль в маркетинге торговли. Концепция маркетинга в коммерческой деятельности» Вопросы для подготовки к письменному опросу: Центральное место в системе контроллинга отводится контролю маркетинга. Согласны ли вы с этим утверждением? Какие объекты контроля маркетинговой деятельности вам известны? Какие уровни контроля выделяет практика управления маркетинговой деятельностью? Какие основные показатели аналитического блока в контроллинге вы знаете? Что является основной формой контроля в виде внутреннего или внешнего аудита? Каковы критерии периодичности ревизии? Оценку каких блоков включает в себя примерный стандарт маркетингового аудита? Какие основные составляющие компоненты системы контроллинга вам известны? Могут ли быть базовым источником информации для формирования управленческой отчетности первичные записи бухгалтерского учета? Каковы критерии качества информации, содержащейся в финансовых отчетах, которые призваны делать информацию полезной для пользователей? Известны ли вам определения понятий «коммерция» и «коммерческая деятельность»? Среди множества задач коммерции какие вы бы выделили прежде всего? Какие вы знаете организационные формы управления, их структуры? Какие факторы построения оптово-посреднических организаций необходимо учитывать при оценке эффективности функционирования организационных структур? Каким документом определяются организационно-правовые формы предприятий? Какими федеральными законами необходимо руководствоваться при ведении коммерческой деятельности? Что представляет собой процесс диверсификации коммерческой деятельности? Растет или падает производство услуг в валовом внутреннем продукте в России? О чем гласит стандарт ISO 8402–86? Существуют ли на российском рынке услуг четкие стандарты обслуживания клиентов, позволяющие приблизить отечественную торговлю к международным стандартам?</p>

Рекомендуемая самостоятельная работа

Схема	<p>Составьте схему(схемы) основных положений по теме «Контроль в маркетинге торговли. Концепция маркетинга в коммерческой деятельности» Целью этой работы является развитие умения обучающегося выделять главные элементы, устанавливать между ними соотношение, отслеживать ход развития, изменения какого-либо процесса, явления, соотношения каких-либо величин и т.д.</p>
Графологическая структура	<p>Составьте графологическую структуру по теме «Контроль в маркетинге торговли. Концепция маркетинга в коммерческой деятельности» В отличие от других способов графического отображения информации (таблиц, рисунков, схем) графологическая структура делает упор на логическую связь элементов между собой, графика выступает в роли средства выражения (наглядности).</p>

Тема: Коммерция сферы материального производства. Внутрифирменное планирование. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Коммерция сферы материального производства. Внутрифирменное планирование. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.» Вопросы для подготовки к устному опросу: Маркетинг промышленного производства. Материально-техническое обеспечение промышленного производства. Маркетинг сбыта готовой продукции. Технология перспективного развития. Бизнес-план как инструмент внутрифирменного планирования коммерческой деятельности. Ресурсное обеспечение бизнес-операции с учетом рыночных рисков. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи</p>
-----------------------------	--

	<p>профессиональной деятельности.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Коммерция сферы материального производства. Внутрифирменное планирование. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Какими принципами маркетинга вынужден руководствоваться предприниматель при осуществлении коммерции?</p> <p>С помощью каких инструментов органы законодательной и исполнительной власти формируют промышленную политику?</p> <p>Какие возможно выделить тенденции развития промышленности России с учетом макроэкономического уровня?</p> <p>Что представляет собой маркетинг коммерческой деятельности промышленного производства?</p> <p>Какие направления коммерческой деятельности промышленного предприятия вам известны?</p> <p>Какова цель маркетинговых исследований промышленного предприятия?</p> <p>Социально-деловая активность предполагает использование двух правил, формирующих имидж компании. Какие это правила?</p> <p>Что входит в микро среду промышленной компании?</p> <p>В каких подразделениях сосредоточена коммерческая деятельность в рамках производственного предприятия?</p> <p>Как осуществляется взаимодействие службы снабжения и поставщика?</p> <p>Что включает в себя технология внутри фирменного планирования?</p> <p>Какие элементы учитываются при разработке стратегического плана?</p> <p>Что представляет собой метод «5С»?</p> <p>Какова последовательность составления основных разделов бизнес-плана?</p> <p>Что содержит понятие «допустимый риск»?</p> <p>Какие вероятностные риски необходимо страховать?</p> <p>Что представляет собой классификация видов спроса на коммерческие услуги?</p> <p>Схема проведения бизнес-операции включает в себя какие основные этапы?</p> <p>Что является главным на завершающем этапе бизнес-операции?</p> <p>Какие издержки обращения различают в практике посреднической деятельности оптовых, комиссионных и других коммерческих организаций?</p>

Рекомендуемая самостоятельная работа

Составление конспекта	<p>Составьте конспект по теме «Коммерция сферы материального производства. Внутрифирменное планирование. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.»</p> <p>Наиболее существенные положения изучаемого материала последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре источника информации. Записи следует вести четко, ясно.</p>
Глоссарий	<p>Составьте глоссарий по теме «Коммерция сферы материального производства. Внутрифирменное планирование. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.»</p> <p>Цель глоссария - формирование понятийного аппарата по изучаемой учебной дисциплине, ее части, разделу или области знания, толкование наиболее употребительных в учебной дисциплине терминов.</p>

Вопросы для письменного опроса (в рамках контрольной работы)

- Что является рыночной средой маркетинга?
- Какие факторы воздействуют на результаты маркетинга?
- Что представляет собой микро среда маркетинга?
- Что лежит в основе маркетинговой системы регулирования спроса?
- Чем обусловлен каждый этап эволюционного развития маркетинга?
- Какова современная концепция маркетинга?
- Какие ключевые блоки составляют концептуальную модель управления маркетингом?
- Что представляет собой генеральная стратегия управления маркетингом?
- Как называется процесс установления количественной и качественной оценки фактических результатов маркетинговых усилий в сравнении с запланированными?
- В чем заключается сущность концепции интегрированного маркетинга?

Как вы понимаете специфику между народным маркетингом?

Что является чрезвычайно важным при разработке маркетинговых стратегий?

Что представляют собой портфельные стратегии?

В основе разработки портфельных стратегий используется целевой подход. Какие блоки он включает в себя?

В результате чего происходит правильное перераспределение корпоративных ресурсов и генерация перспективных стратегий?

Каким образом определяется показатель «Стратегическое положение»?

Что такое целевой рынок?

С чем неразрывно связан процесс регулярного обновления товарного ассортимента?

Что является индикатором рыночной конъюнктуры?

В чем особенность ценообразования в стратегии «снятия сливок»?

Что является существенным вкладом в формирование сервисного потенциала?

Каковы главные доводы в пользу проведения сегментации?

Какие условия являются достаточными для успешной реализации принципов сегментации?

По каким критериям осуществляется сегментирование рынка?

Каковы измерения целевого рынка фирмы?

Какие характеристики учитываются при изучении покупателей?

Каковы задачи позиционирования?

Что позволяет обосновать выгодные сегменты в результате отбора перспективных клиентов и создать устойчивый имидж в обществе?

Каковы основные слагаемые лояльности?

Что подразумевается под имиджем компании?

Каким образом компании разработать собственную методику позиционирования?

Каким набором атрибутов определяется практическая полезность товара для потребителя?

Что такое совокупный продукт?

Позволяет ли хорошо продуманная товарная политика оптимизировать процесс обновления ассортимента?

На кого должен ориентироваться механизм стимулирования?

Что относится к свойствам ассортимента?

В расчете на что предприятие строит свою рыночную деятельность, учитывая особенности и преимущества той или иной стадии жизненного цикла товара?

Назовите стадии жизненного цикла товара. На каком из этапов предприятие строит свою рыночную деятельность в расчете на возможно более полное использование особенностей и преимуществ той или иной стадии?

Каковы три основных подхода к разработке нового товара?

Какие вы знаете параметры конкурентоспособности продукции?

Какие функции выполняют каналы товародвижения?

Что представляет собой первичная и вторичная информация в системе маркетинговых исследований?

Какие данные включает в себя полевое исследование?

В чем состоят отличия таких маркетинговых исследований, как опрос, эксперимент, наблюдение?

С какой целью проводится исследование рынка?

В каких случаях исследуются структура и география рынка, его емкость, динамика продаж, барьеры рынка, состояние конкуренции, сложившаяся конъюнктура, возможности и риски?

Что включено в анализ окончательного выбора рынка?

От каких составляющих зависит емкость рынка и зависит ли она от экономической конъюнктуры?

Каковы приоритетные направления исследований при выборе рынка, наряду с оценкой конъюнктуры и емкости?

Что включает в себя пакет маркетинговых исследований аутсорсинга строительных услуг?

Что понимается под социальной ролью потребителя?

Каким образом используются теории мотивации З.Фрейда и А.Маслоу в маркетинге при анализе поведения потребителей?

С чего начинается применение маркетинга на предприятии?

Какой статус должна иметь служба маркетинга?

Какие факторы определяют структуру служб маркетинга?

Для каких предприятий целесообразна организация маркетинга по рынкам?

Какие подразделения необходимы в составе службы маркетинга?

Существуют ли единые принципы организации службы маркетинга?

На каких принципах основана жесткая система управления маркетингом?

Под влиянием каких факторов появились вертикальные маркетинговые системы?

Как называется процесс передачи информации от коммуникатора к коммуниканту?

Что представляет собой комплексная система сейлзпромоушн?

Каковы основные критерии в системе коммуникационных принципов?

Какие существуют конкретные преимущества реализации интегрированных коммуникаций маркетинга?

Необходимо ли учитывать при формировании стратегии интеграционных коммуникаций маркетинга мега факторы глобализации экономики?

Где разрабатываются централизованные глобальные коммуникации?

Что представляет собой программа маркетинговых коммуникаций?

Что относится к задачам информационной системы?

В каком году создан Международный комитет по разработке гармонизированной системы описания и кодирования товаров в целях унификации товаров в международной торговле?

Когда Государственной Думой РФ принят Закон «О рекламе»?

Какими функциями определяется сущность рекламной деятельности?

Какие вам известны признаки классификации видов рекламы?

Какая реклама признается недобросовестной?

Каковы основные функции рекламодателя?

Какова схема взаимодействия рекламодателя и рекламного агентства?

Необходимо ли при разработке рекламной стратегии определять составляющие творческого комплекса?

При сотрудничестве предприятия с рекламными агентствами следует ли учитывать перечень основных рекламных услуг, которые оно должно предоставлять заказчикам?

Увеличивается ли активная аудитория Рунета и почему?

Какие каналы распространения рекламы вам известны?

Когда была создана Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО)?

Какие основные направления включают в себя связи с общественностью?

Каковы основные сферы приложения знаний и умений специалиста в области ПР?

Перечислите семь основных слагаемых успешной концепции по связям с общественностью, предложенные американскими учеными Катлип и Сэнтер?

Должна ли деятельность ПР концентрировать свои усилия для успешного рыночного функционирования фирмы на решении как внутренних, так и внешних задач?

По какому признаку формируются структуры ПР-агентств?

Какова ключевая функция работы службы по ПР в коммерческой структуре?

Какие основные этапы выделяются при формировании ПР программы?

Какие формы делового общения используют компании с целью создания и поддержания позитивного общественного мнения?

Что такое пресс-релиз и каковы его задачи?

Какие вам известны виды стимулирования продаж?

Почему за последние десятилетия XX в. упаковка стала наиболее важным, приоритетным продуктом в экономике индустриально развитых стран мира?

Какие факторы способствовали развитию упаковочной отрасли в России в последние годы?

Каковы важнейшие признаки, на которые ориентируется потребитель при выборе продуктов в повседневной жизни?

Какова основная цель ярмарочных торгов?

Подлежит ли организация деятельности выставок государственному регулированию?

Что включает в себя процесс выбора конкретной выставки?

Какие стратегические вопросы следует решить для создания выставочного сайта?

Какой комплекс коммуникационных каналов выставки (ярмарки) интегрируют в себе?

Какие выгоды для потребителей несет электронный бизнес?

Какие вы знаете направления комплексного механизма оценки эффективности интегрированных коммуникаций?

Совокупность каких факторов рыночной среды раскрывается с помощью методов маркетингового исследования?

Какие действия связаны с формированием спроса, стимулированием сбыта и продвижением продукта?

Каким образом вычисляется экономическая эффективность продвижения товаров в магазине, где проводились рекламные и стимулирующие сбыт мероприятия?

При каком методе исследования используются: прямая оценка с использованием вербальной шкалы; портфельный тест; лабораторный тест; диагностика?

Каковы восемь основных категорий метода проверки коммуникационной эффективности рекламы?

На какие две группы делятся тесты на запоминание?

Какие критерии оценки обращения учитываются для составления рейтинга публицити?

Что представляет собой метод Гэллапа—Робинсона?

Одинаковые ли методы используются при оценке эффективности рекламы и публицити?

Что представляет собой новая концепция «маркетинг новых идей»?

Какие принципы маркетинга являются наиболее важными в сфере торговли?

По каким блокам группируются функции маркетинга?

Что характеризует реальную возможность создания потребительской ценности, обеспечивая тем самым рыночную устойчивость предприятия?

Что представляет собой концепция маркетинга в сфере торговли как динамичная система взаимосвязанных элементов?

С учетом каких принципов должна осуществляться организация партнерских (коммерческих) связей?

Каким образом идет деление коммерческих связей по признаку рыночной структуры?

Что является важнейшей составной частью инфраструктуры любой национальной экономики?

Какие вам известны элементы системы рыночной инфраструктуры по уровням управления?

Оцените общую стратегию рыночного ценообразования. Какую стратегию реализует компания, в которой вы трудитесь?

В международной классификации отраслей принято выделять три сектора, какие?
На какие два крупных сегмента можно разделить сферу услуг?
Каковы особенности трансформации развития сферы услуг в России?
На что направлены результаты функционирования сферы услуг?
Какова конечная цель участников сферы услуг?
Какие услуги приобретают в России особую актуальность с формированием современных рыночных отношений и развитием новых форм торговли?
Что является основными предпосылками формирования и развития современной системы логистики?
Какие три основных уровня системы управления сферой услуг вам известны?
На основе каких параметров разработан механизм управления региональным рынком услуг?
Что является необходимым условием при построении целевой модели взаимосвязанности субъектов (органы управления федерального, регионального и муниципального уровня) и объектов управления (предприятия регионального рынка)?
Кто является участниками торговой деятельности?
На какие предприятия подразделяются торговые объекты в зависимости от совокупного размера общих площадей?
Какой пакет документов необходим для получения свидетельства об организации торговой деятельности юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем?
Какие признаки характерны для сети магазинов сферы розничной торговли?
Что представляет собой франчайзинг?
Почему среди сетевых компаний в сфере модной одежды распространен метод планомерного открытия собственных магазинов силами самой торговой марки?
Будет ли развиваться сетевая розничная торговля в Москве и России?
Какие вы знаете классификационные признаки розничных торговых предприятий?
Какие отличительные черты розничных предприятий по типовым критериям вы можете назвать?
Что представляет собой классификация торговых предприятий по комплексу стратегий (strategy mix)?
Центральное место в системе контроллинга отводится контролю маркетинга. Согласны ли вы с этим утверждением?
Какие объекты контроля маркетинговой деятельности вам известны?
Какие уровни контроля выделяет практика управления маркетинговой деятельностью?
Какие основные показатели аналитического блока в контроллинге вы знаете?
Что является основной формой контроля в виде внутреннего или внешнего аудита?
Каковы критерии периодичности ревизии?
Оценку каких блоков включает в себя примерный стандарт маркетингового аудита?
Какие основные составляющие компоненты системы контроллинга в вам известны?
Могут ли быть базовым источником информации для формирования управленческой отчетности первичные записи бухгалтерского учета?
Каковы критерии качества информации, содержащейся в финансовых отчетах, которые призваны делать информацию полезной для пользователей?
Известны ли вам определения понятий «коммерция» и «коммерческая деятельность»?
Среди множества задач коммерции какие вы бы выделили прежде всего?
Какие вы знаете организационные формы управления, их структуры?
Какие факторы построения оптово-посреднических организаций необходимо учитывать при оценке эффективности функционирования организационных структур?
Каким документом определяются организационно-правовые формы предприятий?
Какими федеральными законами необходимо руководствоваться при ведении коммерческой деятельности?
Что представляет собой процесс диверсификации коммерческой деятельности?
Растет или падает производство услуг в валовом внутреннем продукте в России?
О чем гласит стандарт ISO8402—86?
Существуют ли на российском рынке услуг четкие стандарты обслуживания клиентов, позволяющие приблизить отечественную торговлю к международным стандартам?
Какими принципами маркетинга вынужден руководствоваться предприниматель при осуществлении коммерции?
С помощью каких инструментов органы законодательной и исполнительной власти формируют промышленную политику?
Какие возможно выделить тенденции развития промышленности России с учетом макроэкономического уровня?
Что представляет собой маркетинг коммерческой деятельности промышленного производства?
Какие направления коммерческой деятельности промышленного предприятия вам известны?
Какова цель маркетинговых исследований промышленного предприятия?
Социально-деловая активность предполагает использование двух правил, формирующих имидж компании. Какие это правила?
Что входит в микро среду промышленной компании?
В каких подразделениях сосредоточена коммерческая деятельность в рамках производственного предприятия?
Как осуществляется взаимодействие службы снабжения и поставщика?

Что включает в себя технология внутри фирменного планирования?
Какие элементы учитываются при разработке стратегического плана?
Что представляет собой метод «5Си»?
Какова последовательность составления основных разделов бизнес-плана?
Что содержит понятие «допустимый риск»?
Какие вероятностные риски необходимо страховать?
Что представляет собой классификация видов спроса на коммерческие услуги?
Схема проведения бизнес-операции включает в себя какие основные этапы?
Что является главным на завершающем этапе бизнес-операции?
Какие издержки обращения различают в практике посреднической деятельности оптовых, комиссионных и других коммерческих организаций?

Вопросы для устных опросов

Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Рыночная среда.
Маркетинг как рыночная концепция управления.
Принципы управления маркетингом, виды и функции.
Специфика международного маркетинга в России.
Стратегия хозяйственного портфеля.
Функциональные стратегии.
Операционные стратегии.
Сегментация рынка.
Рыночное позиционирование.
Классификация товара в маркетинге.
Жизненный цикл и конкурентоспособность товара.
Товародвижение и торговые посредники в системе маркетинга.
Коммерческие формы и методы реализации товаров. Интеграция различных средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций
Современный подход к рыночным исследованиям.
Типология и анализ потребителей на российском рынке.
Понятия структуры управления маркетингом.
Организация маркетинговых служб.
Коммуникационная модель маркетинга.
Стратегии управления интегрированными маркетинговыми коммуникациями.
Средства информации в маркетинговых коммуникациях.
Определение рекламы.
Функции и цели рекламной деятельности.
Виды и средства распространения рекламы.
Планирование и организация рекламной деятельности для осуществления сбыта товаров.
Контроль и эффективность рекламной кампании.
Концепция публичных рилейшнз.
Планирование организации связей с общественностью.
Формы деловых коммуникаций публичных рилейшнз.
Имидж организации.
Формы стимулирования продаж.
Упаковка как перспективный элемент коммуникационной политики организации.
Выставочно-ярмарочная деятельность как форма маркетинговых коммуникаций.
Организация электронной продажи.
Комплексная модель оценки эффективности интегрированных коммуникаций.
Оценочные способы определения экономической эффективности рекламы.
Расчет экономической эффективности стимулирования продажи товаров.
Определение коммуникативной эффективности рекламы и публичных рилейшнз.
Содержание маркетинга в системе торговли.
Развитие маркетинга партнерских связей.
Инфраструктурное обеспечение маркетинга.
Особенности ценообразования в маркетинге.
Маркетинговая система сферы услуг.
Методология управления сферой услуг.
Концепция коммерческих услуг.
Классификационные признаки розничной торговли.
Этапы маркетинга в системе розничной торговли.
Способы и формы осуществления торговой деятельности (торговли). Виды торговых объектов.
Сетевая розничная торговля.
Практика организации сетевого ритейлинга в России.
Характеристика предприятий розничной торговли. Планирование мероприятий по продвижению продукции.

Маркетинг промышленного производства.

Материально-техническое обеспечение промышленного производства.

Маркетинг сбыта готовой продукции.

Технология перспективного развития.

Бизнес-план как инструмент внутрифирменного планирования коммерческой деятельности.

Ресурсное обеспечение бизнес-операции с учетом рыночных рисков. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности. . Осуществление разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ.

Разработка проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ.

Осуществление управления информацией из различных источников.

Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации.

Планирование работ по созданию контента.

Мониторинг и оценка результатов выполнения работ, формулирование замечаний, редактирование контента.

Ресурсное обеспечение бизнес-операции с учетом рыночных рисков. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.

Вопросы для письменного опроса (для промежуточной аттестации)

Что является рыночной средой маркетинга?
Какие факторы воздействуют на результаты маркетинга?
Что представляет собой микросреда маркетинга?
Что лежит в основе маркетинговой системы регулирования спроса?
Чем обусловлен каждый этап эволюционного развития маркетинга?
Какова современная концепция маркетинга?
Какие ключевые блоки составляют концептуальную модель управления маркетингом?
Что представляет собой генеральная стратегия управления маркетингом?
Как называется процесс установления количественной и качественной оценки фактических результатов маркетинговых усилий в сравнении с запланированными?
В чем заключается сущность концепции интегрированного маркетинга?
Как вы понимаете специфику между народного маркетинга?
Что является чрезвычайно важным при разработке маркетинговых стратегий?
Что представляют собой портфельные стратегии?
В основе разработки портфельных стратегий используется целевой подход. Какие блоки он включает в себя?
В результате чего происходит правильное перераспределение корпоративных ресурсов и генерация перспективных стратегий?
Каким образом определяется показатель «Стратегическое положение»?
Что такое целевой рынок?
С чем неразрывно связан процесс регулярного обновления товарного ассортимента?
Что является индикатором рыночной конъюнктуры?
В чем особенность ценообразования в стратегии «снятия сливок»?
Что является существенным вкладом в формирование сервисного потенциала?
Каковы главные доводы в пользу проведения сегментации?
Какие условия являются достаточными для успешной реализации принципов сегментации?
По каким критериям осуществляется сегментирование рынка?
Каковы измерения целевого рынка фирмы?
Какие характеристики учитываются при изучении покупателей?
Каковы задачи позиционирования?
Что позволяет обосновать выгодные сегменты в результате отбора перспективных клиентов и создать устойчивый имидж в обществе?
Каковы основные слагаемые лояльности?

Что подразумевается под имиджем компании?
Каким образом компании разработать собственную методику позиционирования?
Каким набором атрибутов определяется практическая полезность товара для потребителя?
Что такое совоккупный продукт?
Позволяет ли хорошо продуманная товарная политика оптимизировать процесс обновления ассортимента?
На кого должен ориентироваться механизм стимулирования?
Что относится к свойствам ассортимента?
В расчете на что предприятие строит свою рыночную деятельность, учитывая особенности и преимущества той или иной стадии жизненного цикла товара?
Назовите стадии жизненного цикла товара. На каком из этапов предприятие строит свою рыночную деятельность в расчете на возможно более полное использование особенностей и преимуществ той или иной стадии?
Каковы три основных подхода к разработке нового товара?
Какие вы знаете параметры конкурентоспособности продукции?
Какие функции выполняют каналы товародвижения?
Что представляет собой первичная и вторичная информация в системе маркетинговых исследований?
Какие данные включает в себя полевое исследование?
В чем состоят отличия таких маркетинговых исследований, как опрос, эксперимент, наблюдение?
С какой целью проводится исследование рынка?
В каких случаях исследуются структура и география рынка, его емкость, динамика продаж, барьеры рынка, состояние конкуренции, сложившаяся конъюнктура, возможности и риски?
Что включено в анализ окончательного выбора рынка?
От каких составляющих зависит емкость рынка и зависит ли она от экономической конъюнктуры?
Каковы приоритетные направления исследований при выборе рынка, наряду с оценкой конъюнктуры и емкости?
Что включает в себя пакет маркетинговых исследований аутсорсинга строительных услуг?
Что понимается под социальной ролью потребителя?
Каким образом используются теории мотивации З. Фрейда и А. Маслоу в маркетинге при анализе поведения потребителей?
С чего начинается применение маркетинга на предприятии?
Какой статус должна иметь служба маркетинга?
Какие факторы определяют структуру служб маркетинга?
Для каких предприятий целесообразна организация маркетинга по рынкам?
Какие подразделения необходимы в составе службы маркетинга?
Существуют ли единые принципы организации службы маркетинга?
На каких принципах основана жесткая система управления маркетингом?
Под влиянием каких факторов появились вертикальные маркетинговые системы?
Как называется процесс передачи информации от коммуникатора к коммуниканту?
Что представляет собой комплексная система сейлзпромоушн?
Каковы основные критерии в системе коммуникационных принципов?
Какие существуют конкретные преимущества реализации интегрированных коммуникаций маркетинга?
Необходимо ли учитывать при формировании стратегии интеграционных коммуникаций маркетинга мега факторы глобализации экономики?
Где разрабатываются централизованные глобальные коммуникации?
Что представляет собой программа маркетинговых коммуникаций?
Что относится к задачам информационной системы?
В каком году создан Международный комитет по разработке гармонизированной системы описания и кодирования товаров в целях унификации товаров в международной торговле?

Когда Государственной Думой РФ принят Закон «О рекламе»?
Какими функциями определяется сущность рекламной деятельности?
Какие вам известны признаки классификации видов рекламы?
Какая реклама признается недобросовестной?
Каковы основные функции рекламодателя?
Какова схема взаимодействия рекламодателя и рекламного агентства?
Необходимо ли при разработке рекламной стратегии определять составляющие творческого комплекса?
При сотрудничестве предприятия с рекламными агентствами следует ли учитывать перечень основных рекламных услуг, которые оно должно предоставлять заказчикам?
Увеличивается ли активная аудитория Рунета и почему?
Какие каналы распространения рекламы вам известны?
Когда была создана Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО)?
Какие основные направления включают в себя связи с общественностью?
Каковы основные сферы приложения знаний и умений специалиста в области ПР?
Перечислите семь основных слагаемых успешной концепции по связям с общественностью, предложенные американскими учеными Катлип и Сэнтер?
Должна ли деятельность ПР концентрировать свои усилия для успешного рыночного функционирования фирмы на решении как внутренних, так и внешних задач?
По какому признаку формируются структуры ПР-агентств?
Какова ключевая функция работы службы по ПР в коммерческой структуре?
Какие основные этапы выделяются при формировании ПР программы?
Какие формы делового общения используют компании с целью создания и поддержания позитивного общественного мнения?
Что такое пресс-релиз и каковы его задачи?
Какие вам известны виды стимулирования продаж?
Почему за последние десятилетия XX в. упаковка стала наиболее важным, приоритетным продуктом в экономике индустриально развитых стран мира?
Какие факторы способствовали развитию упаковочной отрасли в России в последние годы?
Каковы важнейшие признаки, на которые ориентируется потребитель при выборе продуктов в повседневной жизни?
Какова основная цель ярмарочных торгов?
Подлежит ли организация деятельности выставок государственному регулированию?
Что включает в себя процесс выбора конкретной выставки?
Какие стратегические вопросы следует решить для создания выставочного сайта?
Какой комплекс коммуникационных каналов выставки(ярмарки) интегрируют в себе?
Какие выгоды для потребителей несет электронный бизнес?
Какие вы знаете направления комплексного механизма оценки эффективности интегрированных коммуникаций?
Совокупность каких факторов рыночной среды раскрывается с помощью методов маркетингового исследования?
Какие действия связаны с формированием спроса, стимулированием сбыта и продвижением продукта?
Каким образом вычисляется экономическая эффективность продвижения товаров в магазине, где проводились рекламные и стимулирующие сбыт мероприятия?
При каком методе исследования используются: прямая оценка с использованием вербальной шкалы; портфельный тест; лабораторный тест; диагностика?
Каковы восемь основных категорий метода проверки коммуникационной эффективности рекламы?
На какие две группы делятся тесты на запоминание?
Какие критерии оценки обращения учитываются для составления рейтинга публицити?
Что представляет собой метод Гэллага—Робинсона?

Одинаковые ли методы используются при оценке эффективности рекламы и паблик рилейшнз?
Что представляет собой новая концепция «маркетинг новых идей»?
Какие принципы маркетинга являются наиболее важными в сфере торговли?
По каким блокам группируются функции маркетинга?
Что характеризует реальную возможность создания потребительской ценности, обеспечивая тем самым рыночную устойчивость предприятия?
Что представляет собой концепция маркетинга в сфере торговли как динамичная система взаимосвязанных элементов?
С учетом каких принципов должна осуществляться организация партнерских (коммерческих) связей?
Каким образом идет деление коммерческих связей по признаку рыночной структуры?
Что является важнейшей составной частью инфраструктуры любой национальной экономики?
Какие вам известны элементы системы рыночной инфраструктуры по уровням управления?
Оцените общую стратегию рыночного ценообразования. Какую стратегию реализует компания, в которой вы трудитесь?
В международной классификации отраслей принято выделять три сектора, какие?
На какие два крупных сегмента можно разделить сферу услуг?
Каковы особенности трансформации развития сферы услуг в России?
На что направлены результаты функционирования сферы услуг?
Какова конечная цель участников сферы услуг?
Какие услуги приобретают в России особую актуальность с формированием современных рыночных отношений и развитием новых форм торговли?
Что является основными предпосылками формирования и развития современной системы логистики?
Какие три основные уровня системы управления сферой услуг вам известны?
На основе каких параметров разработан механизм управления региональным рынком услуг?
Что является необходимым условием при построении целевой модели взаимосвязанности субъектов (органы управления федерального, регионального и муниципального уровня) и объектов управления (предприятия регионального рынка)?
Кто является участниками торговой деятельности?
На какие предприятия подразделяются торговые объекты в зависимости от совокупного размера общих площадей?
Какой пакет документов необходим для получения свидетельства об организации торговой деятельности юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем?
Какие признаки характерны для сети магазинов сферы розничной торговли?
Что представляет собой франчайзинг?
Почему среди сетевых компаний в сфере модной одежды распространен метод планомерного открытия собственных магазинов силами самой торговой марки?
Будет ли развиваться сетевая розничная торговля в Москве и России?
Какие вы знаете классификационные признаки розничных торговых предприятий?
Какие отличительные черты розничных предприятий по типовым критериям вы можете назвать?
Что представляет собой классификация торговых предприятий по комплексу стратегий (strategy mix)?
Центральное место в системе контроллинга отводится контролю маркетинга. Согласны ли вы с этим утверждением?
Какие объекты контроля маркетинговой деятельности вам известны?
Какие уровни контроля выделяет практика управления маркетинговой деятельностью?
Какие основные показатели аналитического блока в контроллинге вы знаете?
Что является основной формой контроля в виде внутреннего или внешнего аудита?
Каковы критерии периодичности ревизии?
Оценку каких блоков включает в себя примерный стандарт маркетингового аудита?
Какие основные составляющие компоненты системы контроллинга вам известны?

Могут ли быть базовым источником информации для формирования управленческой отчетности первичные записи бухгалтерского учета?
Каковы критерии качества информации, содержащейся в финансовых отчетах, которые призваны делать информацию полезной для пользователей?
Известны ли вам определения понятий «коммерция» и «коммерческая деятельность»?
Среди множества задач коммерции какие вы бы выделили прежде всего?
Какие вы знаете организационные формы управления, их структуры?
Какие факторы построения оптово-посреднических организаций необходимо учитывать при оценке эффективности функционирования организационных структур?
Каким документом определяются организационно-правовые формы предприятий?
Какими федеральными законами необходимо руководствоваться при ведении коммерческой деятельности?
Что представляет собой процесс диверсификации коммерческой деятельности?
Растет или падает производство услуг в валовом внутреннем продукте в России?
О чем гласит стандарт ISO8402—86?
Существуют ли на российском рынке услуг четкие стандарты обслуживания клиентов, позволяющие приблизить отечественную торговлю к международным стандартам?
Какими принципами маркетинга вынужден руководствоваться предприниматель при осуществлении коммерции?
С помощью каких инструментов органы законодательной и исполнительной власти формируют промышленную политику?
Какие возможно выделить тенденции развития промышленности России с учетом макроэкономического уровня?
Что представляет собой маркетинг коммерческой деятельности промышленного производства?
Какие направления коммерческой деятельности промышленного предприятия вам известны?
Какова цель маркетинговых исследований промышленного предприятия?
Социально-деловая активность предполагает использование двух правил, формирующих имидж компании. Какие это правила?
Что входит в микро среду промышленной компании?
В каких подразделениях сосредоточена коммерческая деятельность в рамках производственного предприятия?
Как осуществляется взаимодействие службы снабжения и поставщика?
Что включает в себя технология внутри фирменного планирования?
Какие элементы учитываются при разработке стратегического плана?
Что представляет собой метод «5С»?
Какова последовательность составления основных разделов бизнес-плана?
Что содержит понятие «допустимый риск»?
Какие вероятностные риски необходимо страховать?
Что представляет собой классификация видов спроса на коммерческие услуги?
Схема проведения бизнес-операции включает в себя какие основные этапы?
Что является главным на завершающем этапе бизнес-операции?
Какие издержки обращения различают в практике посреднической деятельности оптовых, комиссионных и других коммерческих организаций?

Учебная литература (перечень основной (обязательной) и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля) включает в себя следующие **электронные учебные издания**:

Основная (обязательная) учебная литература:

1. Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

Дополнительная учебная литература:

1. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

2. Овсянников, А. А. Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. А. Овсянников. — Москва : Издательство Юрайт, 2019
3. Овсянников, А. А. Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. А. Овсянников. — Москва : Издательство Юрайт, 2019
4. Реброва, Н. П. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2019
5. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. А. Пашкус [и др.]. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

Учебно-методическое и информационное обеспечение обучения по дисциплине

I. Учебно-методическое обеспечение

Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы

Учебные материалы – электронные учебные издания (издания электронных библиотечных систем)

Учебная литература (перечень основной (обязательной) и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)) включает в себя следующие **электронные учебные издания**:

Основная (обязательная) учебная литература:

1. Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

Дополнительная учебная литература:

1. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — Москва : Издательство Юрайт, 2019
2. Овсянников, А. А. Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. А. Овсянников. — Москва : Издательство Юрайт, 2019
3. Овсянников, А. А. Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. А. Овсянников. — Москва : Издательство Юрайт, 2019
4. Реброва, Н. П. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2019
5. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. А. Пашкус [и др.]. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

Периодические издания

Иные электронные образовательные ресурсы

Единое окно доступа к образовательным ресурсам (<http://window.edu.ru/>)

Федеральный образовательный портал "Экономика. Социология. Менеджмент" (<http://ecsocman.hse.ru/>)

Электронная библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» (Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» (<https://biblio-online.ru/> или <https://urait.ru/>))

Электронно-библиотечная система «Руконт» (Электронная библиотечная система «Руконт») (Электронная библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт») <https://rucont.ru/> или <https://lib.rucont.ru/>

Электронная информационно-образовательная среда организации Университета БРИКС (<https://brics.study/>)

II. Информационное обеспечение (перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем)

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (ЭБС), содержащей издания учебной, учебно-методической и иной литературы.

Состав необходимого комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства: Яндекс.Браузер; LibreOffice; Notepad++; GNU Image Manipulation Program (GIMP); Firefox (Браузер Mozilla Firefox); 7-Zip; FAR Manager.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

(перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»):

Электронные информационные ресурсы

Состав современных профессиональных баз данных (в том числе международных реферативных баз данных научных изданий)

Федеральная служба государственной статистики (<https://www.gks.ru/>)

Открытые данные России (<https://data.gov.ru/>)

Статистический Отдел Организации Объединенных Наций (United Nations Statistics Division) (<http://data.un.org/>)

Экономическая и социальная комиссия для Азии и Тихого океана (United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific) (<https://www.unescap.org/our-work/statistics>)

Европейская экономическая комиссия Организации Объединенных Наций (United Nations Economic Commission for Europe) (http://www.unece.org/stats/stats_h.html)

Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединённых Наций (Food and Agriculture Organization of the United Nations) (<http://www.fao.org/statistics/en/>)

Международный валютный фонд (МВФ) (International Monetary Fund (IMF)) (<https://www.imf.org/en/Data>)

Институт статистики ЮНЕСКО (UNESCO Institute of Statistics) (<http://uis.unesco.org/>)

Организация Объединенных Наций По Промышленному Развитию (United Nations Industrial Development Organization) (<https://www.unido.org/researchers/statistical-databases>)

Группа Всемирного Банка (The World Bank Group) (<https://data.worldbank.org/>)

Всемирная организация здравоохранения (World Health Organization) (<https://www.who.int/data/>)

Всемирная торговая организация (World Trade Organization) (https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_e.htm)

Евростат (Eurostat (European Statistical Office)) (<https://ec.europa.eu/eurostat/>)

Межгосударственный статистический комитет Содружества Независимых Государств (<http://www.cisstat.com/Obase/index.htm>)

Организация экономического сотрудничества и развития (Organisation for Economic Co-operation and Development) (<https://data.oecd.org/>)

Международное энергетическое агентство (International Energy Agency) (<https://www.iea.org/data-and-statistics/>)

Состав международных реферативных баз данных научных изданий

Science Alert (<https://scialert.net/>)

AENSI Publisher (American-Eurasian Network for Scientific Information Journals) (<http://www.aensiweb.com/>)

Asian Economic and Social Society (AESS) (<http://www.aessweb.com/>)

PressAcademia (<http://www.pressacademia.org/>)

OMICs International (<https://www.omicsonline.org/>)

Scientific Research Publishing (<https://www.scirp.org/>)

Hikari Ltd (<http://www.m-hikari.com/>)

OAPEN (<https://www.oapen.org/>)

Scientific & Academic Publishing (SAP) (<http://www.sapub.org/journal/index.aspx>)

Global Advanced Research Journals (<http://garj.org/>)

Kamla-Raj Enterprises (<http://www.krepublishers.com/>)

ISER PUBLICATIONS (<http://www.iserjournals.com/>)

Medwell Journals (Scientific Research Publishing Company) (<https://medwelljournals.com/home.php>)

Состав информационных справочных систем

Официальный интернет-портал правовой информации. Государственная система правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)

База знаний Открытого правительства (<http://wiki.ac-forum.ru/>)

Высшая аттестационная комиссия при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации (<https://vak.minobrnauki.gov.ru/main>)

Российский фонд фундаментальных исследований (<https://www.rfbr.ru/>)

Федеральный портал «Российское образование» (<http://www.edu.ru/>)

Espacenet (Поиск патентной информации) (<https://ru.espacenet.com/>)

Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ (<http://gramota.ru/>)

Государственная система правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)

Евразийский Монитор (<http://eurasiamonitor.org/>)

Экономические факультеты, институты и исследовательские центры в мире (<https://edirc.repec.org/>)

Информационная система Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека «Документы» (<https://www.rospotrebnadzor.ru/documents/documents.php>)

Иные информационные ресурсы - информационные ресурсы органов государственной власти

Президент России (<http://kremlin.ru/>)

Правительство России (<http://government.ru/>)

Министерство науки и высшего образования РФ (<https://www.minobrnauki.gov.ru/>)

Министерство просвещения РФ (<https://edu.gov.ru/>)

Министерство экономического развития Российской Федерации (<https://www.economy.gov.ru/>)

Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (<https://digital.gov.ru/>)

Банк России (<https://www.cbr.ru/>)

Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки (<http://obrnadzor.gov.ru/ru/>)

Иные информационные ресурсы - новостные информационные ресурсы (ресурсы средств массовой информации)

ТАСС (<https://tass.ru/>)
РИА НОВОСТИ (<https://ria.ru/>)
Коммерсантъ (<https://www.kommersant.ru/>)
Forbes (<https://www.forbes.ru/>)
ЭКСПЕРТ (<https://expert.ru/>)
Известия (<https://iz.ru/>)
РБК (<https://www.rbc.ru/>)
RT (<https://rt.com/>)

Информационные поисковые системы

Яндекс (ссылка: <https://yandex.ru/>)
Google (ссылка: <https://www.google.com/>)
Mail (ссылка: <https://mail.ru/>)
Bing (ссылка: <https://www.bing.com/>)
Спутник (ссылка: <https://www.sputnik.ru/>)

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ: ПСИХОЛОГИЯ ОЩУЩЕНИЙ И ВОСПРИЯТИЯ

Индикаторы достижения компетенций:

- 1) ПК-1.1 Осуществляет выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации
- 2) ПК-2.2 Осуществляет выбор релевантных методов решения задач по созданию и редактированию контента

Форма(ы) аттестации обучающихся: Дифференцированный зачет

Текущий контроль успеваемости: два устных опроса и контрольная работа (состоит из двух ситуационных заданий и пяти вопросов для письменного опроса)

Тема: Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Ощущение и восприятие как познавательные процессы

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Ощущение и восприятие как познавательные процессы» Вопросы для подготовки к устному опросу: Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Общая характеристика ощущений. Категория образа в психологии восприятия.
Подготовка к контрольной работе	Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Ощущение и восприятие как познавательные процессы» Вопросы для подготовки к письменному опросу: В чем состоит роль ощущения в жизнедеятельности организма? К какому выводу пришел В. Хэрон, проведя эксперименты на сенсорную депривацию? Что является формой отражения раздражителя в определенной сенсорной системе? Что такое феномен восприятия? Что такое проприоцепция? Что называют дистальным стимулом в психологии? Что является адекватным источником осязательных ощущений? В чем заключается проблема двойственной природы перцептивного образа?

Рекомендуемая самостоятельная работа

Схема	Составьте схему(схемы) основных положений по теме «Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства,
-------	--

	<p>применяемые в контексте дисциплины. Ощущение и восприятие как познавательные процессы»</p> <p>Целью этой работы является развитие умения обучающегося выделять главные элементы, устанавливать между ними соотношение, отслеживать ход развития, изменения какого-либо процесса, явления, соотношения каких-либо величин и т.д.</p>
Графологическая структура	<p>Составьте графологическую структуру по теме «Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Ощущение и восприятие как познавательные процессы»</p> <p>В отличие от других способов графического отображения информации (таблиц, рисунков, схем) графологическая структура делает упор на логическую связь элементов между собой, графика выступает в роли средства выражения (наглядности).</p>

Тема: Основные подходы к определению ощущения, восприятия и их свойств. Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Основные подходы к определению ощущения, восприятия и их свойств. Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Ощущения и восприятие в ассоциативной психологии.</p> <p>Теория восприятия в гештальтпсихологии.</p> <p>Субъективизм в чувственном познании.</p> <p>Экологический подход к восприятию.</p> <p>Проблемы восприятия в когнитивной психологии.</p> <p>Теория чувственного познания в советской психологии. Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Основные подходы к определению ощущения, восприятия и их свойств. Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Что является объяснительным принципом, лежащим в основе зрительного восприятия, согласно гештальтпсихологии?</p> <p>О чем гласит теория бессознательных умозаключения Г. Гельмгольца?</p> <p>Какие виды образов выделили Гельмгольц? Опишите их.</p> <p>Учет каких параметров входной информации подразумевается правило отнесения объекта к категории?</p> <p>Перечислите и опишите этапы отнесения объекта к той или иной категории.</p> <p>На какие классы Брунер разделил факторы, действующие в процессе восприятия?</p> <p>Что такое компоновка поверхностей?</p>

Рекомендуемая самостоятельная работа

Составление конспекта	<p>Составьте конспект по теме «Основные подходы к определению ощущения, восприятия и их свойств. Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации»</p> <p>Наиболее существенные положения изучаемого материала последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре и источника информации. Записи следует вести четко, ясно.</p>
Глоссарий	<p>Составьте глоссарий по теме «Основные подходы к определению ощущения, восприятия и их свойств. Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации»</p> <p>Цель глоссария - формирование понятийного аппарата по изучаемой учебной дисциплине, ее части, разделу или области знания, толкование наиболее употребительных в учебной дисциплине терминов.</p>

Тема: Экспериментальное изучение ощущений. Проблемы психофизики

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Экспериментальное изучение ощущений. Проблемы психофизики»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Общая характеристика психофизики.</p> <p>Пороговая проблема.</p> <p>Психофизическое шкалирование.</p> <p>Дальнейшее развитие психофизических идей.</p> <p>Понятие психофизического оператора.</p> <p>Фурье-анализ зрительного восприятия.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Экспериментальное изучение ощущений. Проблемы психофизики»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Назовите определение понятия психо физика.</p> <p>Перечислите этапы чувственного отражения по Фехнеру.</p> <p>Что такое метод оценки? Где он применяется?</p> <p>Какие варианты обнаружения сигнала дают сочетания исходных ситуаций присутствия или отсутствия сигнала с критерием принятия решения?</p> <p>Что такое шкалирование?</p> <p>Что отражает шкала наименований?</p> <p>Что отражает закон Блоха?</p>

Рекомендуемая самостоятельная работа

Схема	<p>Составьте схему(схемы) основных положений по теме «Экспериментальное изучение ощущений. Проблемы психофизики»</p> <p>Целью этой работы является развитие умения обучающегося выделять главные элементы, устанавливать между ними соотношение, отслеживать ход развития, изменения какого-либо процесса, явления, соотношения каких-либо величин и т.д.</p>
Составление конспекта	<p>Составьте конспект по теме «Экспериментальное изучение ощущений. Проблемы психофизики»</p> <p>Наиболее существенные положения изучаемого материала последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре и источника информации. Записи следует вести четко, ясно.</p>

Тема: Восприятие цвета

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Восприятие цвета»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Развитие научных взглядов на природу цвета.</p> <p>Природа света и цвета.</p> <p>Психофизиологические характеристики наблюдателя.</p> <p>Теории цветового зрения.</p> <p>Модели смешения цветов.</p> <p>Цветовые измерения и классификации.</p> <p>Нарушения цветового зрения.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Восприятие цвета»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Что такое свет и где он изучается?</p> <p>Что такое цветовой тон?</p> <p>Что получило название феномена Пуркинье?</p> <p>Опишите схему одностадийных моделей цветового зрения Юнга - гельмгольца и Геринга.</p> <p>Что представляет собой аддитивная модель?</p> <p>Расскажите законы аддитивного смешения цветов. Что такое цветовые измерения?</p> <p>Опишите барицентрическую модель, кем она предложена?</p>

Рекомендуемая самостоятельная работа

Графологическая	Составьте графологическую структуру по теме «Восприятие цвета»
-----------------	--

структура	В отличие от других способов графического отображения информации (таблиц, рисунков, схем) графологическая структура делает упор на логическую связь элементов между собой, графика выступает в роли средства выражения (наглядности).
Информационный блок	Составьте информационный блок по теме «Восприятие цвета» Качественно изготовленные информационные блоки могут служить дидактическим материалом для изучения темы в процессе самоподготовки. Информационный блок может включать таблицы, схемы, рисунки, методики исследования, выводы.

Тема: Восприятие движения

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Восприятие движения» Вопросы для подготовки к устному опросу: Основные вопросы психологии восприятия движения. Перцептивная организация и иерархическая вложенность движения. Принципы векторного анализа Г. Йоханссона. Проблема стабильности мира. Экологический подход к восприятию движения. Феномены восприятия движения.
Подготовка к контрольной работе	Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Восприятие движения» Вопросы для подготовки к письменному опросу: В каком случае феноменальное движение целесообразно? Какие компоненты выделяют в движении паттерна? Перечислите принципы, на которых базируется векторный анализ движения Йоханссона. Что представляет собой стабильность воспринимаемого мира? За счет чего получило свое название афферентная теория? О чем гласит эфферентная теория? Опишите оптический поток, как его понимал Дж. Гибсон.

Рекомендуемая самостоятельная работа

Информационный блок	Составьте информационный блок по теме «Восприятие движения» Качественно изготовленные информационные блоки могут служить дидактическим материалом для изучения темы в процессе самоподготовки. Информационный блок может включать таблицы, схемы, рисунки, методики исследования, выводы.
Сводная (обобщающая) таблица	Составьте сводную (обобщающую) таблицу по теме «Восприятие движения» Краткость изложения информации характеризует способность к её свертыванию. В рамках таблицы наглядно отображаются как разделы одной темы (одноплановый материал), так и разделы разных тем (многоплановый материал).

Тема: Восприятие пространства. Методы решения задач по созданию и редактированию контента.

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Восприятие пространства. Методы решения задач по созданию и редактированию контента.» Вопросы для подготовки к устному опросу: Проблема восприятия третьего измерения. Признаки удаленности и глубины. Монокулярные признаки удаленности и глубины. Окуломоторные признаки удаленности. Бинокулярное восприятие пространства. Методы решения задач по созданию и редактированию контента.
Подготовка к контрольной работе	Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Восприятие пространства. Методы решения задач по созданию и редактированию контента.» Вопросы для подготовки к письменному опросу: Назовите определение признаков удаленности и глубины. Что такое окуломоторные признаки? Что к ним относится? Приведите классификацию признаков удаленности и глубины. Назовите определение интерпозиции. Кем был описан градиент текстуры? Что означает само понятие "градиент"?

	<p>Что означает тень?</p> <p>Что такое монокулярный параллакс движения?</p>
--	---

Рекомендуемая самостоятельная работа

Составление конспекта	<p>Составьте конспект по теме «Восприятие пространства. Методы решения задач по созданию и редактированию контента.»</p> <p>Наиболее существенные положения изучаемого материала последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре источника информации. Записи следует вести четко, ясно.</p>
Графологическая структура	<p>Составьте графологическую структуру по теме «Восприятие пространства. Методы решения задач по созданию и редактированию контента.»</p> <p>В отличие от других способов графического отображения информации (таблиц, рисунков, схем) графологическая структура делает упор на логическую связь элементов между собой, графика выступает в роли средства выражения (наглядности).</p>

Тема: Константность восприятия и ее экспериментальное изучение

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Константность восприятия и ее экспериментальное изучение»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Микрогенез восприятия.</p> <p>Проблема распознавания зрительного паттерна.</p> <p>Предметность восприятия. Практика применения теоретических положений дисциплины.</p> <p>Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности. .</p> <p>Осуществление разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ.</p> <p>Разработка проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ.</p> <p>Осуществление управления информацией из различных источников.</p> <p>Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации.</p> <p>Планирование работ по созданию контента.</p> <p>Мониторинг и оценка результатов выполнения работ, формулирование замечаний, редактирование контента.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Константность восприятия и ее экспериментальное изучение»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Что такое константность восприятия?</p> <p>Назовите определение понятия константность размера.</p> <p>Что представляет собой константность формы?</p> <p>Чем константность светлости отличается от константности цвета?</p> <p>Что такое альбедо?</p> <p>О чем гласит закон Эммерта?</p> <p>Что такое зрительные инварианты в теории Дж. Гибсона?</p>

Рекомендуемая самостоятельная работа

Сводная (обобщающая) таблица	<p>Составьте сводную (обобщающую) таблицу по теме «Константность восприятия и ее экспериментальное изучение»</p> <p>Краткость изложения информации характеризует способность к её свертыванию. В рамках таблицы наглядно отображаются как разделы одной темы (одноплановый материал), так и разделы разных тем (многоплановый материал).</p>
Схема	<p>Составьте схему(схемы) основных положений по теме «Константность восприятия и ее экспериментальное изучение»</p> <p>Целью этой работы является развитие умения обучающегося выделять главные элементы, устанавливать между ними соотношение, отслеживать ход развития, изменения какого-либо процесса, явления, соотношения каких-либо величин и т.д.</p>

Тема: Восприятие как процесс. Предметность восприятия. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Восприятие как процесс. Предметность восприятия. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности. » Вопросы для подготовки к устному опросу: Микрогенез восприятия. Проблема распознавания зрительного паттерна. Предметность восприятия. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.
Подготовка к контрольной работе	Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Восприятие как процесс. Предметность восприятия. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности. » Вопросы для подготовки к письменному опросу: На какой характер перцепции указывается концепция микрогенеза восприятия? Что демонстрирует эффект Струпа? О чем твердят теории моделей? Что такое вентральный поток обработки информации? В чем выражается предметность восприятия? О чем свидетельствует эксперимент Джорджа Стрэттона? Что наблюдается при псевдоскопическом зрении?

Рекомендуемая самостоятельная работа

Глоссарий	Составьте глоссарий по теме «Восприятие как процесс. Предметность восприятия. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности. » Цель глоссария - формирование понятийного аппарата по изучаемой учебной дисциплине, ее части, разделу или области знания, толкование наиболее употребительных в учебной дисциплине терминов.
-----------	--

Вопросы для письменного опроса (в рамках контрольной работы)

- В чем состоит роль ощущения в жизнедеятельности организма?
- К какому выводу пришел В. Хэрон, проведя эксперименты на сенсорную депривацию?
- Что является формой отражения раздражителя в определенной сенсорной системе?
- Что такое феномен восприятия? Что такое проприоцепция?
- Что называют дистальным стимулом в психологии?
- Что является адекватным источником осознательных ощущений?
- В чем заключается проблема двойственной природы перцептивного образа?
- Что является объяснительным принципом, лежащим в основе зрительного восприятия, согласно гештальтпсихологии?
 - О чем гласит теория бессознательных умозаключений Г. Гельмгольца?
 - Какие виды образов выделили Гельмгольц? Опишите их.
 - Учет каких параметров входной информации подразумевается правило отнесения объекта к категории?
 - Перечислите и опишите этапы отнесения объекта к той или иной категории.
 - На какие классы Брунер разделил факторы, действующие в процессе восприятия?
 - Что такое компоновка поверхностей?
 - Назовите определение понятия психофизика.
 - Перечислите этапы чувственного отражения по Фехнеру.
 - Что такое метод оценки? Где он применяется?
 - Какие варианты обнаружения сигнала дают сочетания исходных ситуаций присутствия или отсутствия сигнала с критерием принятия решения?
 - Что такое шкалирование?
 - Что отражает шкала наименований?
 - Что отражает закон Блоха?
 - Что такое свет и где он изучается?
 - Что такое цветовой тон?
 - Что получило название феномена Пуркинье?
 - Опишите схему одностадийных моделей цветового зрения Юнга - гельмгольца и Геринга.
 - Что представляет собой аддитивная модель?
 - Расскажите законы аддитивного смешения цветов. Что такое цветовые измерения?
 - Опишите барицентрическую модель, кем она предложена?
 - В каком случае феноменально движение целесобразно?

Какие компоненты выделяют в движении паттерна?
Перечислите принципы, на которых базируется векторный анализ движения Йоханссона.
Что представляет собой стабильность воспринимаемого мира?
За счет чего получило свое название афферентная теория?
О чем гласит эфферентная теория?
Опишите оптический поток, как его понимал Дж. Гибсон.
Назовите определение признаков удаленности и глубины.
Что такое окуломоторные признаки? Что к ним относится?
Приведите классификацию признаков удаленности и глубины.
Назовите определение интерпозиции.
Кем был описан градиент текстуры? Что означает само понятие "градиент"?
Что означает тень?
Что такое монокулярный паралакс движения?
Что такое константность восприятия?
Назовите определение понятия константность размера.
Что представляет собой константность формы?
Чем константность светлости отличается от константности цвета?
Что такое альбедо?
О чем гласит закон Эммерта?
Что такое зрительные инварианты в теории Дж. Гибсона?
На какой характер перцепции указывает концепция микрогенеза восприятия?
Что демонстрирует эффект Струпа?
О чем твердят теории моделей?
Что такое вентральный поток обработки информации?
В чем выражается предметность восприятия?
О чем свидетельствует эксперимент Джорджа Стрэттона?
Что наблюдается при псевдоскопическом зрении?

Вопросы для устных опросов

Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Общая характеристика ощущений.

Категория образа в психологии восприятия.
Ощущения и восприятие в ассоциативной психологии.
Теория восприятия в гештальтпсихологии.
Субъективизм в чувственном познании.
Экологический подход к восприятию.
Проблемы восприятия в когнитивной психологии.
Теория чувственного познания в советской психологии. Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации
Общая характеристика психофизики.
Пороговая проблема.
Психофизическое шкалирование.
Дальнейшее развитие психофизических идей.
Понятие психофизического оператора.
Фурье-анализ зрительного восприятия.
Развитие научных взглядов на природу цвета.
Природа света и цвета.
Психофизиологические характеристики наблюдателя.
Теории цветового зрения.
Модели смешения цветов.
Цветовые измерения и классификации.
Нарушения цветового зрения.
Основные вопросы психологии восприятия движения.
Перцептивная организация и иерархическая вложенность движения.
Принципы векторного анализа Г. Йоханссона.
Проблема стабильности мира.
Экологический подход к восприятию движения.
Феномены восприятия движения.
Проблема восприятия третьего измерения.
Признаки удаленности и глубины.
Монокулярные признаки удаленности и глубины.
Окуломоторные признаки удаленности.
Бинокулярное восприятие пространства. Методы решения задач по созданию и редактированию контента.
Микрогенез восприятия.
Проблема распознавания зрительного паттерна.

Предметность восприятия. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности. . Осуществление разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ.

Разработка проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ.

Осуществление управления информацией из различных источников.

Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации.

Планирование работ по созданию контента.

Мониторинг и оценка результатов выполнения работ, формулирование замечаний, редактирование контента.

Предметность восприятия. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.

Вопросы для письменного опроса (для промежуточной аттестации)

В чем состоит роль ощущения в жизнедеятельности организма?
К какому выводу пришел В. Хэрон, проведя эксперименты на сенсорную депривацию?
Что является формой отражения раздражителя в определенной сенсорной системе?
Что такое феномен восприятия? Что такое проприоцепция?
Что называют дистальным стимулом в психологии?
Что является адекватным источником осязательных ощущений?
В чем заключается проблема двойственной природы перцептивного образа?
Что является объяснительным принципом, лежащим в основе зрительного восприятия, согласно гештальтпсихологии?
О чем гласит теория бессознательных умозаключений Г. Гельмгольца?
Какие виды образов выделили Гельмгольц? Опишите их.
Учет каких параметров входной информации подразумевается правило отнесения объекта к категории?
Перечислите и опишите этапы отнесения объекта к той или иной категории.
На какие классы Брунер разделил факторы, действующие в процессе восприятия?
Что такое компоновка поверхностей?
Назовите определение понятия психофизика.
Перечислите этапы чувственного отражения по Фехнеру.
Что такое метод оценки? Где он применяется?
Какие варианты обнаружения сигнала дают сочетания исходных ситуаций присутствия или отсутствия сигнала с критерием принятия решения?
Что такое шкалирование?
Что отражает шкала наименований?
Что отражает закон Блоха?
Что такое свет и где он изучается?
Что такое цветовой тон?
Что получило название феномена Пуркинье?
Опишите схему одностадийных моделей цветового зрения Юнга - гельмгольца и Геринга.
Что представляет собой аддитивная модель?
Расскажите законы аддитивного смешения цветов. Что такое цветовые измерения?
Опишите барицентрическую модель, кем она предложена?
В каком случае феноменальное движение целесообразно?
Какие компоненты выделяют в движении паттерна?
Перечислите принципы, на которых базируется векторный анализ движения Йоханссона.
Что представляет собой стабильность воспринимаемого мира?
За счет чего получило свое название афферентная теория?
О чем гласит эфферентная теория?

Опишите оптический поток, как его понимал Дж. Гибсон.
Назовите определение признаков удаленности и глубины.
Что такое окуломоторные признаки? Что к ним относится?
Приведите классификацию признаков удаленности и глубины.
Назовите определение интерпозиции.
Кем был описан градиент текстуры? Что означает само понятие "градиент"?
Что означает тень?
Что такое монокулярный параллакс движения?
Что такое константность восприятия?
Назовите определение понятия константность размера.
Что представляет собой константность формы?
Чем константность светлости отличается от константности цвета?
Что такое альбедо?
О чем гласит закон Эммерта?
Что такое зрительные инварианты в теории Дж. Гибсона?
На какой характер перцепции указывает концепция микрогенеза восприятия?
Что демонстрирует эффект Струпа?
О чем твердят теории моделей?
Что такое вентральный поток обработки информации?
В чем выражается предметность восприятия?
О чем свидетельствует эксперимент Джорджа Стрэттона?
Что наблюдается при псевдоскопическом зрении?

Учебная литература (перечень основной (обязательной) и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)) включает в себя следующие **электронные учебные издания**:

Основная (обязательная) учебная литература:

1. Восковская, Л. В. Психология ощущений и восприятия : учебное пособие для академического бакалавриата / Л. В. Восковская. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

Дополнительная учебная литература:

1. Барабанщиков, В. А. Общая психология: психология восприятия : учебное пособие для вузов / В. А. Барабанщиков. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

2. Диянова, З. В. Общая психология. Познавательные процессы : учебное пособие для академического бакалавриата / З. В. Диянова, Т. М. Щеголева. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

3. Немов, Р. С. Общая психология в 3 т. Том II в 4 кн. Книга 1. Ощущения и восприятие : учебник и практикум для академического бакалавриата / Р. С. Немов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

4. Нуркова, В. В. Общая психология : учебник для вузов / В. В. Нуркова, Н. Б. Березанская. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

Учебно-методическое и информационное обеспечение обучения по дисциплине

I. Учебно-методическое обеспечение

Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы

Учебные материалы – электронные учебные издания (издания электронных библиотечных систем)

Учебная литература (перечень основной (обязательной) и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)) включает в себя следующие **электронные учебные издания**:

Основная (обязательная) учебная литература:

1. Восковская, Л. В. Психология ощущений и восприятия : учебное пособие для академического бакалавриата / Л. В. Восковская. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

Дополнительная учебная литература:

1. Барабанщиков, В. А. Общая психология: психология восприятия : учебное пособие для вузов / В. А. Барабанщиков. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

2. Диянова, З. В. Общая психология. Познавательные процессы : учебное пособие для академического бакалавриата / З. В. Диянова, Т. М. Щеголева. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019
3. Немов, Р. С. Общая психология в 3 т. Том II в 4 кн. Книга 1. Ощущения и восприятие : учебник и практикум для академического бакалавриата / Р. С. Немов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019
4. Нуркова, В. В. Общая психология : учебник для вузов / В. В. Нуркова, Н. Б. Березанская. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

Периодические издания

Иные электронные образовательные ресурсы

Единое окно доступа к образовательным ресурсам (<http://window.edu.ru/>)
Федеральный образовательный портал "Экономика. Социология. Менеджмент" (<http://ecsocman.hse.ru/>)
Электронная библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» (Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» (<https://biblio-online.ru/> или <https://urait.ru/>)
Электронно-библиотечная система «Руконт» (Электронная библиотечная система «Руконт») (Электронная библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Руконт») <https://rucont.ru/> или <https://librucont.ru/>
Электронная информационно-образовательная среда организации Университета БРИКС (<https://brics.study/>)

II. Информационное обеспечение (перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем)

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (ЭБС), содержащей издания учебной, учебно-методической и иной литературы.

Состав необходимого комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства: Яндекс.Браузер; LibreOffice; Notepad++; GNU Image Manipulation Program (GIMP); Firefox (Браузер Mozilla Firefox); 7-Zip; FAR Manager.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

(перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»):

Электронные информационные ресурсы

Состав современных профессиональных баз данных (в том числе международных реферативных баз данных научных изданий)

Федеральная служба государственной статистики (<https://www.gks.ru/>)
Открытые данные России (<https://data.gov.ru/>)
Статистический Отдел Организации Объединенных Наций (United Nations Statistics Division) (<http://data.un.org/>)
Экономическая и социальная комиссия для Азии и Тихого океана (United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific) (<https://www.unescap.org/our-work/statistics>)
Европейская экономическая комиссия Организации Объединенных Наций (United Nations Economic Commission for Europe) (http://www.unece.org/stats/stats_h.html)
Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций (Food and Agriculture Organization of the United Nations) (<http://www.fao.org/statistics/en/>)
Международный валютный фонд (МВФ) (International Monetary Fund (IMF)) (<https://www.imf.org/en/Data>)
Институт статистики ЮНЕСКО (UNESCO Institute of Statistics) (<http://uis.unesco.org/>)
Организация Объединенных Наций По Промышленному Развитию (United Nations Industrial Development Organization) (<https://www.unido.org/researchers/statistical-databases>)
Группа Всемирного Банка (The World Bank Group) (<https://data.worldbank.org/>)
Всемирная организация здравоохранения (World Health Organization) (<https://www.who.int/data/>)
Всемирная торговая организация (World Trade Organization) (https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_e.htm)
Евростат (Eurostat (European Statistical Office)) (<https://ec.europa.eu/eurostat/>)
Межгосударственный статистический комитет Содружества Независимых Государств (<http://www.cisstat.com/Obase/index.htm>)
Организация экономического сотрудничества и развития (Organisation for Economic Co-operation and Development) (<https://data.oecd.org/>)
Международное энергетическое агентство (International Energy Agency) (<https://www.iea.org/data-and-statistics/>)

Состав международных реферативных баз данных научных изданий

Science Alert (<https://scialert.net/>)

AENSI Publisher (American-Eurasian Network for Scientific Information Journals) (<http://www.aensiweb.com/>)

Asian Economic and Social Society (AESS) (<http://www.aessweb.com/>)
PressAcademia (<http://www.pressacademia.org/>)
OMICS International (<https://www.omicsonline.org/>)
Scientific Research Publishing (<https://www.scirp.org/>)
Hikari Ltd (<http://www.m-hikari.com/>)
OAPEN (<https://www.oapen.org/>)
Scientific & Academic Publishing (SAP) (<http://www.sapub.org/journal/index.aspx>)
Global Advanced Research Journals (<http://garj.org/>)
Kamla-Raj Enterprises (<http://www.krepublishers.com/>)
ISER PUBLICATIONS (<http://www.iserjournals.com/>)
Medwell Journals (Scientific Research Publishing Company) (<https://medwelljournals.com/home.php>)

Состав информационных справочных систем

База знаний Открытого правительства (<http://wiki.ac-forum.ru/>)
Высшая аттестационная комиссия при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации (<https://vak.minobrnauki.gov.ru/main>)
Российский фонд фундаментальных исследований (<https://www.rfbr.ru/>)
Федеральный портал «Российское образование» (<http://www.edu.ru/>)
Espacenet (Поиск патентной информации) (<https://ru.espacenet.com/>)
Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ (<http://gramota.ru/>)
Евразийский Монитор (<http://eurasiamonitor.org/>)
Экономические факультеты, институты и исследовательские центры в мире (<https://edirc.repec.org/>)
Информационная система Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека «Документы» (<https://www.rospotrebnadzor.ru/documents/documents.php>)

Состав информационных справочных правовых систем

Официальный интернет-портал правовой информации (Государственная система правовой информации) (<http://pravo.gov.ru/>)
Система обеспечения законодательной деятельности (<https://sozd.duma.gov.ru/>)
Собрание законодательства Российской Федерации (<https://www.szrf.ru/>)
Государственная автоматизированная система Российской Федерации «Правосудие» (ГАС «Правосудие») (<https://sudrf.ru/>)
Нормативные правовые акты в Российской Федерации. Министерство юстиции Российской Федерации (<http://pravo.minjust.ru/>)

Иные информационные ресурсы - информационные ресурсы органов государственной власти

Президент России (<http://kremlin.ru/>)
Правительство России (<http://government.ru/>)
Министерство науки и высшего образования РФ (<https://www.minobrnauki.gov.ru/>)
Министерство просвещения РФ (<https://edu.gov.ru/>)
Министерство экономического развития Российской Федерации (<https://www.economy.gov.ru/>)
Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (<https://digital.gov.ru/>)
Банк России (<https://www.cbr.ru/>)
Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки (<http://obrnadzor.gov.ru/ru/>)

Иные информационные ресурсы - новостные информационные ресурсы (ресурсы средств массовой информации)

ТАСС (<https://tass.ru/>)
РИА НОВОСТИ (<https://ria.ru/>)
Коммерсантъ (<https://www.kommersant.ru/>)
Forbes (<https://www.forbes.ru/>)
ЭКСПЕРТ (<https://expert.ru/>)
Известия (<https://iz.ru/>)
РБК (<https://www.rbc.ru/>)
RT (<https://rt.com/>)

Информационные поисковые системы

Яндекс (ссылка: <https://yandex.ru/>)
Google (ссылка: <https://www.google.com/>)
Mail (ссылка: <https://mail.ru/>)
Bing (ссылка: <https://www.bing.com/>)
Спутник (ссылка: <https://www.sputnik.ru/>)

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ: РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Индикаторы достижения компетенций:

- 1) ПК-2.5 Выбирает методы согласования и утверждения информационных материалов
- 2) ПК-1.1 Осуществляет выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации

Форма(ы) аттестации обучающихся: Экзамен

Текущий контроль успеваемости: два устных опроса и контрольная работа (состоит из двух ситуационных заданий и пяти вопросов для письменного опроса)

Тема: Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. История развития связей с общественностью в государственном управлении

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. История развития связей с общественностью в государственном управлении» Вопросы для подготовки к устному опросу: Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. PR в государственной системе: модели, генезис, функции. Состояние и перспективы развития связей с общественностью в государственном управлении.
Подготовка к контрольной работе	Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. История развития связей с общественностью в государственном управлении» Вопросы для подготовки к письменному опросу: Охарактеризуйте основные модели развития связей с общественностью. Кратко обозначьте становление связей с общественностью в государственном управлении в США, Германии, Великобритании. Назовите основные предпосылки возникновения связей с общественностью в государственном управлении современной России. В чем заключается «коммуникативный подход к власти»? Обозначьте на конкретных примерах механизм обратной связи в системе власти и управления. Приведите примеры из практики связей с общественностью в органах власти на примере истории, литературы, киноиндустрии России и (или) других стран изучаемого языка. Охарактеризуйте перспективы развития связей с общественностью в государственном управлении в России.

Рекомендуемая самостоятельная работа

Схема	Составьте схему(схемы) основных положений по теме «Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. История развития связей с общественностью в государственном управлении» Целью этой работы является развитие умения обучающегося выделять главные элементы, устанавливать между ними соотношение, отслеживать ход развития, изменения какого-либо процесса, явления, соотношения каких-либо величин и т.д.
Графологическая структура	Составьте графологическую структуру по теме «Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. История развития связей с общественностью в государственном управлении» В отличие от других способов графического отображения информации (таблиц, рисунков, схем) графологическая структура делает упор на логическую связь элементов между собой, графика выступает в роли средства выражения (наглядности).

Тема: Развитие структур и институтов по связям с общественностью в России. Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Развитие структур и институтов по связям с общественностью в России. Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Эволюция связей с общественностью и их структур в России.</p> <p>Отраслевые организации по связям с общественностью в России как инструмент саморегулирования отрасли.</p> <p>Современные тенденции развития связей с общественностью и их структур в России. Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Развитие структур и институтов по связям с общественностью в России. Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Каковы были предпосылки формирования связей с общественностью в современной России (с 1991 г.) как отрасли?</p> <p>В чем проявляется объективная потребность власти, государственных органов в эффективных связях с общественностью?</p> <p>Приведите примеры периодизации развития связей с общественностью в современной России и раскройте объективное содержание соответствующих периодов.</p> <p>Раскройте роль отраслевых ассоциаций в развитии отрасли связей с общественностью в России.</p> <p>Перечислите профессионально значимые приоритеты в области связей с общественностью.</p> <p>Перечислите общественно значимые приоритеты в области связей с общественностью.</p> <p>Перечислите функции отраслевых ассоциаций по связям с общественностью.</p>

Рекомендуемая самостоятельная работа

Составление конспекта	<p>Составьте конспект по теме «Развитие структур и институтов по связям с общественностью в России. Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации»</p> <p>Наиболее существенные положения изучаемого материала последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре источника информации. Записи следует вести четко, ясно.</p>
Глоссарий	<p>Составьте глоссарий по теме «Развитие структур и институтов по связям с общественностью в России. Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации»</p> <p>Цель глоссария - формирование понятийного аппарата по изучаемой учебной дисциплине, ее части, разделу или области знания, толкование наиболее употребительных в учебной дисциплине терминов.</p>

Тема: Информационный процесс и информационное пространство

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Информационный процесс и информационное пространство»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Информационный процесс.</p> <p>Информационное пространство.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Информационный процесс и информационное пространство»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Опишите сущность и значение информационного процесса в деятельности специалиста по связям с общественностью.</p> <p>Охарактеризуйте понятие «информационная инфраструктура».</p> <p>Что относится к государственным информационным ресурсам?</p> <p>Назовите основные цели формирования и развития единого информационного пространства.</p> <p>Назовите основные функции формирования и развития единого информационного пространства.</p>

	<p>Какую, по-вашему, роль играют государственные информационные ресурсы в деятельности органов государственной власти различных уровней?</p> <p>Какую, по-вашему, роль играют государственные информационные ресурсы в формировании единого информационного пространства страны?</p>
--	--

Рекомендуемая самостоятельная работа

Схема	<p>Составьте схему(схемы) основных положений по теме «Информационный процесс и информационное пространство»</p> <p>Целью этой работы является развитие умения обучающегося выделять главные элементы, устанавливать между ними соотношение, отслеживать ход развития, изменения какого-либо процесса, явления, соотношения каких-либо величин и т.д.</p>
Составление конспекта	<p>Составьте конспект по теме «Информационный процесс и информационное пространство»</p> <p>Наиболее существенные положения изучаемого материала последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре и источника информации. Записи следует вести четко, ясно.</p>

Тема: Государственная информационная политика Российской Федерации и ее влияние на деятельность PR-служб

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Государственная информационная политика Российской Федерации и ее влияние на деятельность PR-служб»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Государственная информационная политика (ГИП): сущность и содержание.</p> <p>Особенности деятельности PR-служб в условиях реализации государственной информационной политики в Российской Федерации.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Государственная информационная политика Российской Федерации и ее влияние на деятельность PR-служб»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Каковы симптомы информационного кризиса и в чем они проявлялись в нашей стране?</p> <p>Почему информационная политика должна иметь концепцию?</p> <p>Каково соотношение между внутренней, внешней и информационной политикой?</p> <p>Какие цели и задачи стоят перед ГИП?</p> <p>В чем заключаются принципы ГИП?</p> <p>Какова структура Концепции ГИП?</p> <p>Какие проблемы построения в России информационного общества вы считаете наиболее актуальными? Аргументируйте свой ответ.</p>

Рекомендуемая самостоятельная работа

Графологическая структура	<p>Составьте графологическую структуру по теме «Государственная информационная политика Российской Федерации и ее влияние на деятельность PR-служб»</p> <p>В отличие от других способов графического отображения информации (таблиц, рисунков, схем) графологическая структура делает упор на логическую связь элементов между собой, графика выступает в роли средства выражения (наглядности).</p>
Информационный блок	<p>Составьте информационный блок по теме «Государственная информационная политика Российской Федерации и ее влияние на деятельность PR-служб»</p> <p>Качественно изготовленные информационные блоки могут служить дидактическим материалом для изучения темы в процессе самоподготовки. Информационный блок может включать таблицы, схемы, рисунки, методики исследования, выводы.</p>

Тема: Правовые и этические основы деятельности PR-служб в органах власти и управления

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Правовые и этические основы деятельности PR-служб в органах власти и управления»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Концептуальные основы информационного права и его понятийный аппарат.</p>
-----------------------------	---

	<p>Особые правовые режимы в практической деятельности PR-подразделений органов государственной власти разных уровней.</p> <p>Особенности этического регулирования PR-деятельности.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Правовые и этические основы деятельности PR-служб в органах власти и управления»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Что такое информационное право? Дайте определение и охарактеризуйте феномен «информационное право».</p> <p>Назовите международные и российские нормы, регулирующие информационное право.</p> <p>Что такое безопасность в информационной сфере деятельности власти и управления?</p> <p>Перечислите права и обязанности журналиста, закрепленные в ст. 47 и 49 Федерального закона «О средствах массовой информации». Найдите среди них положения практически совпадающие по своему содержанию. Что именно их все же отличает?</p> <p>Как соотносятся авторские права, персональные данные и Интернет? Приведите примеры из практики.</p> <p>Перечислите основные положения Федерального закона «О рекламе».</p> <p>В чем состоит регулятивная роль ФАС по действующему законодательству?</p> <p>Приведите примеры современных случаев неэтичной и недобросовестной рекламы.</p>

Рекомендуемая самостоятельная работа

Информационный блок	<p>Составьте информационный блок по теме «Правовые и этические основы деятельности PR-служб в органах власти и управления»</p> <p>Качественно изготовленные информационные блоки могут служить дидактическим материалом для изучения темы в процессе самоподготовки. Информационный блок может включать таблицы, схемы, рисунки, методики исследования, выводы.</p>
Сводная (обобщающая) таблица	<p>Составьте сводную (обобщающую) таблицу по теме «Правовые и этические основы деятельности PR-служб в органах власти и управления»</p> <p>Краткость изложения информации характеризует способность к её свертыванию. В рамках таблицы наглядно отображаются как разделы одной темы (одноплановый материал), так и разделы разных тем (многоплановый материал).</p>

Тема: Организация деятельности PR-служб в органах государственной власти и управления на федеральном уровне

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Организация деятельности PR-служб в органах государственной власти и управления на федеральном уровне»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Сущность и особенности деятельности PR-служб в органах федеральной власти.</p> <p>Особенности функционирования пресс-служб различных органов федеральной власти.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Организация деятельности PR-служб в органах государственной власти и управления на федеральном уровне»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>В чем заключаются особенности деятельности пресс-служб органов федеральной власти?</p> <p>Каковы основные задачи пресс-служб органов федеральной власти?</p> <p>Какими ресурсами обладают пресс-службы органов федеральной власти?</p> <p>В чем особенности PR-технологий, используемых пресс-службами органов федеральной власти?</p> <p>Какие задачи решает Управление пресс-службы и информации Президента Российской Федерации?</p> <p>Сравните и определите, чем отличаются задачи от функций Управления пресс-службы и информации Президента РФ.</p> <p>Какими правами наделено Управление пресс-службы и информации Президента РФ и почему?</p> <p>Какие задачи решает пресс-секретарь Президента РФ?</p>

Рекомендуемая самостоятельная работа

Составление конспекта	<p>Составьте конспект по теме «Организация деятельности PR-служб в органах государственной власти и управления на федеральном уровне»</p> <p>Наиболее существенные положения изучаемого материала последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат. При оформлении конспекта</p>
-----------------------	--

	необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре источника информации. Записи следует вести четко, ясно.
Графологическая структура	Составьте графологическую структуру по теме «Организация деятельности PR-служб в органах государственной власти и управления на федеральном уровне» В отличие от других способов графического отображения информации (таблиц, рисунков, схем) графологическая структура делает упор на логическую связь элементов между собой, графика выступает в роли средства выражения (наглядности).

Тема: Организация деятельности PR-служб в органах государственной власти и управления на региональном уровне

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Организация деятельности PR-служб в органах государственной власти и управления на региональном уровне» Вопросы для подготовки к устному опросу: Основные цели деятельности PR-служб на региональном уровне. Особенности деятельности PR-служб на региональном и муниципальном уровнях.
Подготовка к контрольной работе	Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Организация деятельности PR-служб в органах государственной власти и управления на региональном уровне» Вопросы для подготовки к письменному опросу: По каким критериям отличается деятельность PR-служб на федеральном, региональном и местном уровнях? Какие ресурсы могут быть задействованы в деятельности органов государственной власти и управления? Что такое критерий минимальной функциональной достаточности? Какие особенности работы PR-структур на региональном и местном уровнях можно выделить? Что такое «социальная контактность» местной власти и как она должна учитываться в работе подразделений по СО? Сравните цели и функции пресс-служб администрации Краснодарского края с аналогичными параметрами Управления пресс-службы и информации Президента РФ. В чем сходства и отличия? Какова тенденция в реструктуризации PR-служб на региональном и муниципальном уровнях?

Рекомендуемая самостоятельная работа

Сводная (обобщающая) таблица	Составьте сводную (обобщающую) таблицу по теме «Организация деятельности PR-служб в органах государственной власти и управления на региональном уровне» Краткость изложения информации характеризует способность к её свертыванию. В рамках таблицы наглядно отображаются как разделы одной темы (одноплановый материал), так и разделы разных тем (многоплановый материал).
Схема	Составьте схему(схемы) основных положений по теме «Организация деятельности PR-служб в органах государственной власти и управления на региональном уровне» Целью этой работы является развитие умения обучающегося выделять главные элементы, устанавливать между ними соотношения, отслеживать ход развития, изменения какого-либо процесса, явления, соотношения каких-либо величин и т.д.

Тема: Информационно-аналитическое обеспечение и планирование деятельности PR-служб

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Информационно-аналитическое обеспечение и планирование деятельности PR-служб» Вопросы для подготовки к устному опросу: Изучение общественного мнения в деятельности PR-служб. Планирование и оценка эффективности деятельности PR-служб.
Подготовка к контрольной работе	Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Информационно-аналитическое обеспечение и планирование деятельности PR-служб» Вопросы для подготовки к письменному опросу: Назовите определение понятия мониторинг.

	<p>Перечислите виды и основные этапы мониторинга. Каковы основные задачи мониторинга? Почему требуется проверять данные сообщений СМИ? Назовите определение понятия «очевидно истинная информация». Что подразумевается под надежностью источника сообщения? Перечислите формы и приведите примеры опросов. Назовите основные методы обработки информации. Перечислите основные виды исследований, применяемых в PR-деятельности.</p>
--	--

Рекомендуемая самостоятельная работа

Глоссарий	<p>Составьте глоссарий по теме «Информационно-аналитическое обеспечение и планирование деятельности PR-служб» Цель глоссария - формирование понятийного аппарата по изучаемой учебной дисциплине, ее части, разделу или области знания, толкование наиболее употребительных в учебной дисциплине терминов.</p>
-----------	---

Тема: Инструменты деятельности PR-служб

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Инструменты деятельности PR-служб» Вопросы для подготовки к устному опросу: Инструментарий PR-служб и особенности его применения в органах государственной власти и управления. Методы использования инструментов, основные приемы и технологии.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Инструменты деятельности PR-служб» Вопросы для подготовки к письменному опросу: Какие основные группы PR-документов, используемых пресс-службами государственных структур вы знаете? В чем преимущество каждой из них? Расшифруйте формулу SOLAADS. Расскажите о сфере применения SOLAADS. В чем заключаются плюсы пресс-тура в отличие от других медиамероприятий? В чем заключаются минусы пресс-тура в отличие от других медиамероприятий? Назовите основные технологические приемы спин-докторинга, применяемые PR-подразделениями органов власти.</p>

Рекомендуемая самостоятельная работа

Составление конспекта	<p>Составьте конспект по теме «Инструменты деятельности PR-служб» Наиболее существенные положения изучаемого материала последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре источника информации. Записи следует вести четко, ясно.</p>
Сводная (обобщающая) таблица	<p>Составьте сводную (обобщающую) таблицу по теме «Инструменты деятельности PR-служб» Краткость изложения информации характеризует способность к её свертыванию. В рамках таблицы наглядно отображаются как разделы одной темы (одноплановый материал), так и разделы разных тем (многоплановый материал).</p>

Тема: Внутрикорпоративный менеджмент PR-служб

Обязательная самостоятельная работа

Подготовка к устному опросу	<p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Внутрикорпоративный менеджмент PR-служб» Вопросы для подготовки к устному опросу: Внутрикорпоративный менеджмент PR-служб: сущность и содержание. Инструментарий внутрикорпоративного PR. Организационные и обучающе-стимулирующие ресурсы.</p>
Подготовка к контрольной работе	<p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Внутрикорпоративный менеджмент PR-служб»</p>