

**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 интернета : учебник для академического бакалавриата / В. В. Касьянов, В. Н. Нечипуренко. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

Дополнительная учебная литература:

1. Кириллова, Н. Б. Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации : учебное пособие для вузов / Н. Б. Кириллова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

2. Мясникова, М. А. Практика профессионального медиаобразования : учебное пособие / М. А. Мясникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

3. Советов, Б. Я. Информационные технологии : учебник для прикладного бакалавриата / Б. Я. Советов, В. В. Цехановский. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

4. Чугунов, А. В. Социальная информатика : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. В. Чугунов. — 2-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 интернета : учебник для академического бакалавриата / В. В. Касьянов, В. Н. Нечипуренко. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

Дополнительная учебная литература:

1. Кириллова, Н. Б. Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации : учебное пособие для вузов / Н. Б. Кириллова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

2. Мясникова, М. А. Практика профессионального медиаобразования : учебное пособие / М. А. Мясникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

3. Советов, Б. Я. Информационные технологии : учебник для прикладного бакалавриата / Б. Я. Советов, В. В. Цехановский. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

4. Чугунов, А. В. Социальная информатика : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. В. Чугунов. — 2-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](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](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.rosпотребнадзор.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: УПРАВЛЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННЫМ МНЕНИЕМ**

Индикаторы достижения компетенций:

1) ОПК-5.2 Учитывает в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования в соответствии с поставленной задачей и социокультурной спецификой потребителя разрабатываемого продукта

2) ОПК-4.2 Определяет необходимые данные для решения профессиональной задачи, идентифицирующие запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

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. Генезис и эволюция понятия «общественное мнение»**

**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. Генезис и эволюция понятия «общественное мнение»»<br>Вопросы для подготовки к устному опросу:<br>Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Понятие «общественное мнение» в философской мысли.<br>Появление первых научных концепций общественного мнения.<br>Социологические концепции общественного мнения.<br>Современные концепции общественного мнения.<br>Теории общественного мнения в работах отечественных и зарубежных исследователей. |
|-----------------------------|--|

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| 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. Генезис и эволюция понятия «общественное мнение»»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Кем и в каком контексте впервые был употреблен термин «общественное мнение»?</p> <p>Что способствовало формированию в Средние века концепции гражданского общества и общественного мнения как его элемента?</p> <p>Что думали философы-просветители о способности общественности к разумному самоуправлению? Согласны ли вы с ними?</p> <p>Охарактеризуйте наиболее радикальные демократические идеи Ж. Ж. Руссо.</p> <p>Почему Г. В. Ф. Гегель считал, что гражданское общество является наилучшей из форм общественной самоорганизации?</p> <p>Что понимал М. Вебер под рационализацией? Как вы считаете, действительно ли она была характерна для западного общества того времени? А сейчас?</p> <p>В чем специфика взгляда на общество как на организм? Кто из философов и социологов придерживался такой точки зрения?</p> |
|---------------------------------|--|

### **Рекомендуемая самостоятельная работа**

|                       |  |
|-----------------------|--|
| Схема                 | <p>Составьте схему(схемы) основных положений по теме «Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Генезис и эволюция понятия «общественное мнение»»</p> <p>Целью этой работы является развитие умения обучающегося выделять главные элементы, устанавливая 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 «Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Генезис и эволюция понятия «общественное мнение»»</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 источнику информации. Записи следует вести четко, ясно.</p> |

### **Тема: Теоретические аспекты изучения общественного мнения. Данные для решения профессиональной задачи, идентифицирующие запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности**

### **Обязательная самостоятельная работа**

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| Подготовка к устному опросу     | <p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Теоретические аспекты изучения общественного мнения. Данные для решения профессиональной задачи, идентифицирующие запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Катализатор возникновения ОМ.</p> <p>Факторы ОМ. Объекты ОМ.</p> <p>Характеристики МС. Данные для решения профессиональной задачи, идентифицирующие запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>   |
| Подготовка к контрольной работе | <p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Теоретические аспекты изучения общественного мнения. Данные для решения профессиональной задачи, идентифицирующие запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Как соотносятся концепции общественного мнения, общественного сознания и массового сознания?</p> <p>Каковы основные характеристики общественного мнения?</p> <p>Как вы считаете, какой компонент, рациональный, эмоциональный или волевой, преобладает в структуре современного общественного мнения в России? Как проявляется каждый из этих компонентов? Приведите конкретные примеры.</p> <p>Какие функции общественного мнения кажутся вам наиболее значимыми? Аргументируйте свой ответ.</p> <p>Приведите примеры проявления каждой функции общественного мнения.</p> <p>Считаете ли вы, что общественное мнение имеет положительные с точки зрения развития социума функции? Назовите их и объясните, в чем состоит их положительное влияние на общество.</p> <p>Перечислите основные социальные функции ОМ.</p> |



### Рекомендуемая самостоятельная работа

|                           |   |
|---------------------------|---|
| Графологическая структура | Составьте графологическую структуру по теме «Теоретические аспекты изучения общественного мнения. Данные для решения профессиональной задачи, идентифицирующие запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности»<br>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 «Теоретические аспекты изучения общественного мнения. Данные для решения профессиональной задачи, идентифицирующие запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности»<br>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: Становление и развитие практических исследований общественного мнения. Современные методы изучения общественного мнения

#### Обязательная самостоятельная работа

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| Подготовка к устному опросу     | Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Становление и развитие практических исследований общественного мнения. Современные методы изучения общественного мнения»<br>Вопросы для подготовки к устному опросу:<br>Использование социологических методов при проведении маркетинговых исследований потребительского поведения.<br>Методы политических исследований.<br>Особенности рекламы.<br>Первый общенациональный опрос потребителей.   |
| Подготовка к контрольной работе | Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Становление и развитие практических исследований общественного мнения. Современные методы изучения общественного мнения»<br>Вопросы для подготовки к письменному опросу:<br>Какие типы исследований общественного мнения из перечисленных, на ваш взгляд, наиболее актуальны для современной России? Почему?<br>Какие исследования общественного мнения, проводимые в современной России на постоянной основе, вам известны?<br>Предложите идею исследования общественного мнения по конкретному вопросу в рамках социально-политической тематики. Аргументируйте свой выбор объекта исследования.<br>Предложите идею исследования общественного мнения по конкретному вопросу в рамках маркетинговой тематики. Аргументируйте свой выбор объекта исследования.<br>Приведите несколько примеров разных политических рейтингов.<br>На каких шести показателях строилась выборка С. Гэллап? |

#### Рекомендуемая самостоятельная работа

|                              |  |
|------------------------------|--|
| Информационный блок          | Составьте информационный блок по теме «Становление и развитие практических исследований общественного мнения. Современные методы изучения общественного мнения»<br>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 «Становление и развитие практических исследований общественного мнения. Современные методы изучения общественного мнения»<br>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: PR как инструмент управления общественным мнением органами государственной власти. Учет в профессиональной деятельности тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования в соответствии с поставленной задачей и социокультурной спецификой потребителя разрабатываемого продукта.**

**Обязательная самостоятельная работа**

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| Подготовка к устному опросу     | <p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «PR как инструмент управления общественным мнением органами государственной власти. Учет в профессиональной деятельности тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования в соответствии с поставленной задачей и социокультурной спецификой потребителя разрабатываемого продукта.»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:<br/>         Миссия института связей с общественностью в органах государственной власти.<br/>         PR-деятельности органов государственной власти.<br/>         Информационная функция. Аналитическая функция.<br/>         Коммуникативная функция. Интегративная функция. Организационная функция.<br/>         Публичное разъяснение решений и действий организации.<br/>         Имиджевое позиционирование организации. Ведение корпоративного и официального сайтов. Учет в профессиональной деятельности тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования в соответствии с поставленной задачей и социокультурной спецификой потребителя разрабатываемого продукта.</p>   |
| Подготовка к контрольной работе | <p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «PR как инструмент управления общественным мнением органами государственной власти. Учет в профессиональной деятельности тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования в соответствии с поставленной задачей и социокультурной спецификой потребителя разрабатываемого продукта.»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:<br/>         Приведите конкретные примеры реализации каждой функции, входящей в компетенцию подразделений по связям с общественностью государственных органов.<br/>         Какие цели управления общественным мнением (социализирующие, просветительские, мобилизационные, просветительские) преобладают в деятельности российского государства на сегодняшний день? Аргументируйте свою позицию.<br/>         Приведите примеры органов государственной власти, имеющих, на ваш взгляд, удачный имидж. Охарактеризуйте этот имидж.<br/>         Приведите несколько примеров политиков, ведущих блоги. Охарактеризуйте их стиль ведения блога и его контент.<br/>         Приведите конкретные примеры для каждого типа исследований, которые может реализовывать государственный орган.<br/>         Проанализируйте информационную политику любого государственного ведомства.<br/>         Какие информационные поводы преобладают в рамках информационной политики?</p> |

**Рекомендуемая самостоятельная работа**

|                           |  |
|---------------------------|--|
| Составление конспекта     | <p>Составьте конспект по теме «PR как инструмент управления общественным мнением органами государственной власти. Учет в профессиональной деятельности тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования в соответствии с поставленной задачей и социокультурной спецификой потребителя разрабатываемого продукта.»</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 «PR как инструмент управления общественным мнением органами государственной власти. Учет в профессиональной деятельности тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования,</p>   |

правовых и этических норм регулирования в соответствии с поставленной задачей и социокультурной спецификой потребителя разрабатываемого продукта.»  
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: Политический маркетинг как современный инструмент управления общественным мнением в электоральном процессе**

**Обязательная самостоятельная работа**

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| Подготовка к устному опросу     | <p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Политический маркетинг как современный инструмент управления общественным мнением в электоральном процессе»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:<br/>Интрига, состязание. Самосбывающийся прогноз.<br/>Формирующий опрос. Интервью. Зона Уайта.<br/>Просвещение. Скандал.<br/>Провокация кризисов. Экстремальные события.<br/>Тесты. Тайна, секрет. Большие формы.<br/>Угроза, опасность. Юмор и сатира. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности. .<br/>Осуществление разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ.<br/>Разработка проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ.<br/>Осуществление управления информацией из различных источников.<br/>Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации.<br/>Планирование работ по созданию контента.<br/>Мониторинг и оценка результатов выполнения работ, формулирование замечаний, редактирование контента.</p> |
| Подготовка к контрольной работе | <p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Политический маркетинг как современный инструмент управления общественным мнением в электоральном процессе»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:<br/>Проанализируйте и оцените имидж любого крупного политика.<br/>Расскажите про политические трансакции.<br/>Что является стержнем ПММ?<br/>Определите трактовку понятия "микромаркетинг".<br/>Перечислите классификацию связи с общественностью в избирательной кампании.</p>   |

**Рекомендуемая самостоятельная работа**

|                              |  |
|------------------------------|--|
| Сводная (обобщающая) таблица | <p>Составьте сводную (обобщающую) таблицу по теме «Политический маркетинг как современный инструмент управления общественным мнением в электоральном процессе»</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 «Политический маркетинг как современный инструмент управления общественным мнением в электоральном процессе»</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: Трансформация методов управления общественным мнением в современном мире: от пропаганды к «мягким» технологиям. 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 «Трансформация методов управления общественным мнением в современном мире: от пропаганды к «мягким» технологиям. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности. »</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:<br/>Интрига, состязание. Самосбывающийся прогноз.<br/>Формирующий опрос. Интервью. Зона Уайта.<br/>Просвещение. Скандал.</p> |
|-----------------------------|---|

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
|                                 | <p>Провокация кризисов. Экстремальные события.<br/>Тесты. Тайна, секрет. Большие формы.<br/>Угроза, опасность. Юмор и сатира. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.</p>  |
| Подготовка к контрольной работе | <p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Трансформация методов управления общественным мнением в современном мире: от пропаганды к «мягким» технологиям. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:<br/>Приведите несколько примеров псевдособытий в рамках глобальных социально-политических процессов.<br/>Проведите контент-анализ СМИ. Определите темы повестки дня.<br/>Приведите несколько примеров материалов СМИ, созданных по технологии спиннингования.<br/>Приведите конкретные примеры применения описанных О. В. Матвейчевым технологий манипуляции общественным мнением.<br/>Перечислите основные принципы пропаганды.<br/>Что может быть субъектом политической пропаганды?<br/>Расскажите про Зоны Уэйта.</p> |

### **Рекомендуемая самостоятельная работа**

|           |   |
|-----------|---|
| Глоссарий | <p>Составьте глоссарий по теме «Трансформация методов управления общественным мнением в современном мире: от пропаганды к «мягким» технологиям. 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)**

Кем и в каком контексте впервые был употреблен термин «общественное мнение»?

Что способствовало формированию в Средние века концепции гражданского общества и общественного мнения как его элемента?

Что думали философы-просветители о способности общественности к разумному самоуправлению? Согласны ли вы с ними?

Охарактеризуйте наиболее радикальные демократические идеи Ж. Ж. Руссо.

Почему Г. В. Ф. Гегель считал, что гражданское общество является наилучшей из форм общественной самоорганизации?

Что понимал М. Вебер под рационализацией? Как вы считаете, действительно ли она была характерна для западного общества того времени? А сейчас?

В чем специфика взгляда на общество как на организм? Кто из философов и социологов придерживался такой точки зрения?

Как соотносятся концепции общественного мнения, общественного сознания и массового сознания?

Каковы основные характеристики общественного мнения?

Как вы считаете, какой компонент, рациональный, эмоциональный или волевой, преобладает в структуре современного общественного мнения в России? Как проявляется каждый из этих компонентов? Приведите конкретные примеры.

Какие функции общественного мнения кажутся вам наиболее значимыми? Аргументируйте свой ответ.

Приведите примеры проявления каждой функции общественного мнения.

Считаете ли вы, что общественное мнение имеет положительные с точки зрения развития социума функции? Назовите их и объясните, в чем состоит их положительное влияние на общество.

Перечислите основные социальные функции ОМ.

Какие типы исследований общественного мнения из перечисленных, на ваш взгляд, наиболее актуальны для современной России? Почему?

Какие исследования общественного мнения, проводимые в современной России на постоянной основе, вам известны?

Предложите идею исследования общественного мнения по конкретному вопросу в рамках социально-политической тематики. Аргументируйте свой выбор объекта исследования.

Предложите идею исследования общественного мнения по конкретному вопросу в рамках маркетинговой тематики. Аргументируйте свой выбор объекта исследования.

Приведите несколько примеров разных политических рейтингов.

На каких шести показателях строилась выборка С. Гэллэп?



Приведите конкретные примеры реализации каждой функции, входящей в компетенцию подразделений по связям с общественностью государственных органов.

Какие цели управления общественным мнением (социализирующие, просветительские, мобилизационные, просветительские) преобладают в деятельности российского государства на сегодняшний день? Аргументируйте свою позицию.

Приведите примеры органов государственной власти, имеющих, на ваш взгляд, удачный имидж. Охарактеризуйте этот имидж.

Приведите несколько примеров политиков, ведущих блоги. Охарактеризуйте их стиль ведения блога и его контент.

Приведите конкретные примеры для каждого типа исследований, которые может реализовывать государственный орган.

Проанализируйте информационную политику любого государственного ведомства.

Какие информационные поводы преобладают в рамках информационной политики?

Проанализируйте и оцените имидж любого крупного политика.

Расскажите про политические трансакции.

Что является стержнем ПММ?

Определите трактовку понятия "микромаркетинг".

Перечислите классификацию связи с общественностью в избирательной кампании.

Приведите несколько примеров псевдособытий в рамках глобальных социально-политических процессов.

Проведите контент-анализ СМИ. Определите темы повестки дня.

Приведите несколько примеров материалов СМИ, созданных по технологии спиннингования.

Приведите конкретные примеры применения описанных О. В. Матвейчевым технологий манипуляции общественным мнением.

Перечислите основные принципы пропаганды.

Что может быть субъектом политической пропаганды?

Расскажите про Зоны Уэйта.

### **Вопросы для устных опросов**

Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Понятие «общественное мнение» в философской мысли.

Появление первых научных концепций общественного мнения.

Социологические концепции общественного мнения.

Современные концепции общественного мнения.

Теории общественного мнения в работах отечественных исследователей.

Катализатор возникновения ОМ.

Факторы ОМ. Объекты ОМ.

Характеристики МС. Данные для решения профессиональной задачи, идентифицирующие запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Использование социологических методов при проведении маркетинговых исследований потребительского поведения.

Методы политических исследований.

Особенности рекламы.

Первый общенациональный опрос потребителей.

Миссия института связей с общественностью в органах государственной власти.

PR-деятельности органов государственной власти.

Информационная функция. Аналитическая функция.

Коммуникативная функция. Интегративная функция. Организационная функция.

Публичное разъяснение решений и действий организации.

Имиджевое позиционирование организации. Ведение корпоративного и официального сайтов. Учет в профессиональной деятельности тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования в соответствии с поставленной задачей и социокультурной спецификой потребителя разрабатываемого продукта.

Интрига, состязание. Самосбывающийся прогноз.

Формирующий опрос. Интервью. Зона Уэйта.

Просвещение. Скандал.

Провокация кризисов. Экстремальные события.

Тесты. Тайна, секрет. Большие формы.

Угроза, опасность. Юмор и сатира. 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.

Угроза, опасность. Юмор и сатира. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.

### **Вопросы для письменного опроса (для промежуточной аттестации)**

|  |
|--|
| Кем и в каком контексте впервые был употреблен термин «общественное мнение»?   |
| Что способствовало формированию в Средние века концепции гражданского общества и общественного мнения как его элемента?  |
| Что думали философы-просветители о способности общественности к разумному самоуправлению? Согласны ли вы с ними?   |
| Охарактеризуйте наиболее радикальные демократические идеи Ж. Ж. Руссо.   |
| Почему Г. В. Ф. Гегель считал, что гражданское общество является наилучшей из форм общественной самоорганизации?   |
| Что понимал М. Вебер под рационализацией? Как вы считаете, действительно ли она была характерна для западного общества того времени? А сейчас?   |
| В чем специфика взгляда на общество как на организм? Кто из философов и социологов придерживался такой точки зрения?   |
| Как соотносятся концепции общественного мнения, общественного сознания и массового сознания?   |
| Каковы основные характеристики общественного мнения?   |
| Как вы считаете, какой компонент, рациональный, эмоциональный или волевой, преобладает в структуре современного общественного мнения в России? Как проявляется каждый из этих компонентов? Приведите конкретные примеры. |
| Какие функции общественного мнения кажутся вам наиболее значимыми? Аргументируйте свой ответ.  |
| Приведите примеры проявления каждой функции общественного мнения.  |
| Считаете ли вы, что общественное мнение имеет положительные с точки зрения развития социума функции? Назовите их и объясните, в чем состоит их положительное влияние на общество.  |
| Перечислите основные социальные функции ОМ.  |
| Какие типы исследований общественного мнения из перечисленных, на ваш взгляд, наиболее актуальны для современной России? Почему?   |
| Какие исследования общественного мнения, проводимые в современной России на постоянной основе, вам известны?   |
| Предложите идею исследования общественного мнения по конкретному вопросу в рамках социально-политической тематики. Аргументируйте свой выбор объекта исследования.   |
| Предложите идею исследования общественного мнения по конкретному вопросу в рамках маркетинговой тематики. Аргументируйте свой выбор объекта исследования.  |
| Приведите несколько примеров разных политических рейтингов.  |
| На каких шести показателях строилась выборка С. Гэллап?  |
| Приведите конкретные примеры реализации каждой функции, входящей в компетенцию подразделений по связям с общественностью государственных органов.  |
| Какие цели управления общественным мнением (социализирующие, просветительские, мобилизационные, просветительские) преобладают в деятельности российского государства на сегодняшний день? Аргументируйте свою позицию.   |
| Приведите примеры органов государственной власти, имеющих, на ваш взгляд, удачный имидж. Охарактеризуйте этот имидж.   |
| Приведите несколько примеров политиков, ведущих блоги. Охарактеризуйте их стиль ведения блога и его контент.   |
| Приведите конкретные примеры для каждого типа исследований, которые может реализовывать государственный орган.   |
| Проанализируйте информационную политику любого государственного ведомства.   |
| Какие информационные поводы преобладают в рамках информационной политики?  |
| Проанализируйте и оцените имидж любого крупного политика.  |

|  |
|--|
| Расскажите про политические транзакции.  |
| Что является стержнем ПММ?   |
| Определите трактовку понятия "микромаркетинг".   |
| Перечислите классификацию связи с общественностью в избирательной кампании.                                      |
| Приведите несколько примеров псевдособытий в рамках глобальных социально-политических процессов.                 |
| Проведите контент-анализ СМИ. Определите темы повестки дня.  |
| Приведите несколько примеров материалов СМИ, созданных по технологии спиннирования.                              |
| Приведите конкретные примеры применения описанных О. В. Матвейчевым технологий манипуляции общественным мнением. |
| Перечислите основные принципы пропаганды.  |
| Что может быть субъектом политической пропаганды?  |
| Расскажите про Зоны Уэйта.   |

**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. Франц, В. А. Управление общественным мнением : учебное пособие для вузов / В. А. Франц. — Москва : Издательство Юрайт, 2020

Дополнительная учебная литература:

1. Докторов, Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения : монография / Б. З. Докторов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

2. Кажанов, О. А. Социологические проблемы изучения общественного мнения : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / О. А. Кажанов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

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

4. Назаретян, А. П. Психология стихийного массового поведения : учебное пособие для вузов / А. П. Назаретян. — 3-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021

## Учебно-методическое и информационное обеспечение обучения по дисциплине

### 1. 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. Франц, В. А. Управление общественным мнением : учебное пособие для вузов / В. А. Франц. — Москва : Издательство Юрайт, 2020

Дополнительная учебная литература:

1. Докторов, Б. З. Отцы-основатели: история изучения общественного мнения : монография / Б. З. Докторов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

2. Кажанов, О. А. Социологические проблемы изучения общественного мнения : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / О. А. Кажанов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

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

4. Назаретян, А. П. Психология стихийного массового поведения : учебное пособие для вузов / А. П. Назаретян. — 3-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021

#### **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/>

## **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](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](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.rosпотребнадзор.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: СОВРЕМЕННЫЙ МЕДИАТЕКСТ**

Индикаторы достижения компетенций:

- 1) ОПК-1.1 Осуществляет выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта
- 2) ОПК-1.2 Учитывает отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ при решении профессиональной задачи

Форма(ы) аттестации обучающихся: Экзамен, Курсовая работа

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. Понятие «Текст»: история становления и основные теоретические подходы**

### 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. Понятие «Текст»: история становления и основные теоретические подходы»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:<br/>Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Возникновение и развитие текста.</p> <p>Философский подход.<br/>Социологический подход.<br/>Культурологический подход.<br/>Семиотический подход.<br/>Системно-структурный подход.<br/>Теоретико-коммуникативный подход.<br/>Теоретико-информационный подход.<br/>Психолингвистический и социолингвистический подходы.<br/>Лингвистический подход.<br/>Дискурсивный подход.<br/>Лингвистические теории нормирования речи.</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. Понятие «Текст»: история становления и основные теоретические подходы»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:<br/>Как Вы можете описать основные этапы возникновения и развития текста?<br/>В чем состоит особенность философского подхода к тексту?<br/>Сформулируйте основные положения социологического подхода к тексту.<br/>Какова специфика культурологического подхода?<br/>В чем состоят основные характеристики семиотического подхода к тексту?<br/>Опишите Ваше понимание системно-структурного подхода к тексту.<br/>Как можно определить теоретико-коммуникативный подход к тексту?<br/>В чем отличие теоретико-информационного подхода?<br/>Сформулируйте главные положения психолингвистического и социолингвистического подходов к тексту.<br/>Как можно определить лингвистический подход?<br/>Что определяет дискурсивный подход к тексту?<br/>В чем заключается лингвистическая теория нормирования речи?</p> |

### Рекомендуемая самостоятельная работа

|                              |   |
|------------------------------|---|
| Информационный блок          | <p>Составьте информационный блок по теме «Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Понятие «Текст»: история становления и основные теоретические подходы»</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 «Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Понятие «Текст»: история становления и основные теоретические подходы»</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: Антропология текста. Выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта**

### Обязательная самостоятельная работа

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| Подготовка к устному опросу | Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Антропология текста. Выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) |
|-----------------------------|---|

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| опросу                          | коммуникационного продукта»<br>Вопросы для подготовки к устному опросу:<br>Жизненный мир, культура, тексты.<br>Тексты и потребности человека.<br>Способности.<br>Смысловая сфера человека.<br>Деятельностный подход к проблеме смысла.<br>Знания, ценности, нормы в системе смыслов. Выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта  |
| Подготовка к контрольной работе | Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Антропология текста. Выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта»<br>Вопросы для подготовки к письменному опросу:<br>Что можно включить в круг вопросов антропологии текста?<br>Как соотносится текст с жизненным миром и культурой?<br>Каковы взаимоотношения текста и потребностей человека?<br>В чем состоит специфика способностей и медиа в аспекте подготовки и анализа медиатекста?<br>В чем особенности медиа и смысловой сферы человека?<br>Как следует определять основные характеристики деятельностного подхода к проблеме смысла?<br>Каково значение знания, ценности, нормы в системе смыслов при работе с медиатекстом? |

### **Рекомендуемая самостоятельная работа**

|                           |  |
|---------------------------|--|
| Составление конспекта     | Составьте конспект по теме «Антропология текста. Выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта»<br>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 «Антропология текста. Выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта»<br>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: Деятельностный подход к пониманию текста**

#### **Обязательная самостоятельная работа**

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| Подготовка к устному опросу     | Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Деятельностный подход к пониманию текста»<br>Вопросы для подготовки к устному опросу:<br>Деятельностный подход: сущностные характеристики.<br>Речевая деятельность.<br>Текстовая деятельность.<br>Коммуникативная деятельность.<br>Влияние и воздействие в системе целевых характеристик текста.   |
| Подготовка к контрольной работе | Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Деятельностный подход к пониманию текста»<br>Вопросы для подготовки к письменному опросу:<br>Каковы основные характеристики деятельностного подхода?<br>В чем состоит специфика речевой деятельности?<br>Как можно описать текстовую деятельность?<br>В чем отличие коммуникативной деятельности?<br>Как можно охарактеризовать влияние и воздействие медиатекста?<br>Текст представляет собой результат действий субъекта, стремящегося реализовать свое намерение, вырастающее из потребностей. С этой точки зрения текст представляет собой результат каких сил?<br>Какой тезис был выдвинут Витгенштейном? |

### Рекомендуемая самостоятельная работа

|                              |   |
|------------------------------|---|
| Сводная (обобщающая) таблица | Составьте сводную (обобщающую) таблицу по теме «Деятельностный подход к пониманию текста»<br>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 «Деятельностный подход к пониманию текста»<br>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. |

**Тема: Основные типологические модели текстов. Отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.**

### Обязательная самостоятельная работа

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| Подготовка к устному опросу     | Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Основные типологические модели текстов. Отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.»<br>Вопросы для подготовки к устному опросу:<br>Тексты и текстоиды.<br>Риторические и стилистические классификации текстов.<br>Художественно-литературный текст.<br>Разговорно-обиходный текст.<br>Официально-деловой текст. Научный текст. Отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.   |
| Подготовка к контрольной работе | Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Основные типологические модели текстов. Отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.»<br>Вопросы для подготовки к письменному опросу:<br>Что позволяет различать тексты и текстоиды?<br>Какие риторические классификации текстов Вы знаете?<br>Какие стилистические классификации текстов Вы знаете?<br>В чем состоит специфика художественно-литературного текста?<br>Каковы особенности разговорно-обиходного текста?<br>Как Вы можете охарактеризовать официально-деловой текст?<br>Каковы основные признаки научного текста?<br>Какова структура научного текста?<br>Что отличает реферативный текст? |

### Рекомендуемая самостоятельная работа

|           |  |
|-----------|--|
| Глоссарий | Составьте глоссарий по теме «Основные типологические модели текстов. Отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.»<br>Цель глоссария - формирование понятийного аппарата по изучаемой учебной дисциплине, ее части, разделу или области знания, толкование наиболее употребительных в учебной дисциплине терминов. |
|-----------|--|

**Тема: Медийный текст: основные особенности**

### Обязательная самостоятельная работа

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| Подготовка к устному опросу | Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Медийный текст: основные особенности»<br>Вопросы для подготовки к устному опросу:<br>Теория жанров: основные подходы.<br>Жанры в двигательной среде.<br>Мультимедийный лонгрид и трансмедийный сторителлинг: хорошо забытое старое или революция в жанрах?<br>Телевизионные тексты.<br>Лексико-стилистические особенности медиатекстов. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной |
|-----------------------------|---|



|                                 |  |
|---------------------------------|--|
|                                 | <p>деятельности. . Осуществление разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ.<br/>         Разработка проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ.<br/>         Осуществление управления информацией из различных источников.<br/>         Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации.<br/>         Планирование работ по созданию контента.<br/>         Мониторинг и оценка результатов выполнения работ, формулирование замечаний, редактирование контента.</p>   |
| Подготовка к контрольной работе | <p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Медийный текст: основные особенности»<br/>         Вопросы для подготовки к письменному опросу:<br/>         Назовите основные характеристики медийного текста.<br/>         Опишите медиа как текстопорождающую систему.<br/>         Приведите формулировки понятия "медиаатекст".<br/>         Перечислите функциональные характеристики медиатекста.<br/>         Охарактеризуйте историю формирования концепции гипертекстуальности.<br/>         Приведите определения гипертекста.<br/>         Проанализируйте атрибуты гипертекстуальности.<br/>         Сформулируйте взаимосвязь постмодернизма, деконструктивизма и гипертекста.<br/>         Опишите сущность интертекстуальности.<br/>         Назовите признаки мультимедийности.<br/>         Охарактеризуйте интерактивность медиатекста.</p> |

**Рекомендуемая самостоятельная работа**

|                              |  |
|------------------------------|--|
| Составление конспекта        | <p>Составьте конспект по теме «Медийный текст: основные особенности»<br/>         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 «Медийный текст: основные особенности»<br/>         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: Жанровые и лексико-стилистические особенности. 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 «Жанровые и лексико-стилистические особенности. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности. »<br/>         Вопросы для подготовки к устному опросу:<br/>         Теория жанров: основные подходы.<br/>         Жанры в двигательной среде.<br/>         Мультимедийный лонгрид и трансмедийный сторителлинг: хорошо забытое старое или революция в жанрах?<br/>         Телевизионные тексты.<br/>         Лексико-стилистические особенности медиатекстов. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.</p>  |
| Подготовка к контрольной работе | <p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Жанровые и лексико-стилистические особенности. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности. »<br/>         Вопросы для подготовки к письменному опросу:<br/>         Как можно определить основные подходы к теории жанров?<br/>         Каковы особенности жанров в цифровой среде?<br/>         Какие отличительные признаки у мультимедийного лонгрида?<br/>         В чем состоит специфика трансмедийного сторителлинга?<br/>         Что отличает телевизионные тексты?<br/>         В чем заключаются лексико-стилистические особенности медиатекстов?<br/>         Какие функции может выполнять различное выделение абзацев?</p> |

## Рекомендуемая самостоятельная работа

|                     |   |
|---------------------|---|
| Глоссарий           | Составьте глоссарий по теме «Жанровые и лексико-стилистические особенности. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности. »<br>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 «Жанровые и лексико-стилистические особенности. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности. »<br>Качественно изготовленные информационные блоки могут служить дидактическим материалом для изучения темы в процессе самоподготовки. Информационный блок может включать таблицы, схемы, рисунки, методики исследования, выводы. |

### Вопросы для письменного опроса (в рамках контрольной работы)

- Как Вы можете описать основные этапы возникновения и развития текста?  
В чем состоит особенность философского подхода к тексту?  
Сформулируйте основные положения социологического подхода к тексту.  
Какова специфика культурологического подхода?  
В чем состоят основные характеристики семиотического подхода к тексту?  
Опишите Ваше понимание системно-структурного подхода к тексту.  
Как можно определить теоретико-коммуникативный подход к тексту?  
В чем отличие теоретико-информационного подхода?  
Сформулируйте главные положения психолингвистического и социолингвистического подходов к тексту.  
Как можно определить лингвистический подход?  
Что определяет дискурсивный подход к тексту?  
В чем заключается лингвистическая теория нормирования речи?  
Что можно включить в круг вопросов антропологии текста?  
Как соотносится текст с жизненным миром и культурой?  
Каковы взаимоотношения текста и потребностей человека?  
В чем состоит специфика способностей и медиа в аспекте подготовки и анализа медиатекста?  
В чем особенности медиа и смысловой сферы человека?  
Как следует определять основные характеристики деятельностного подхода к проблеме смысла?  
Каково значение знания, ценности, нормы в системе смыслов при работе с медиатекстом?  
Каковы основные характеристики деятельностного подхода?  
В чем состоит специфика речевой деятельности?  
Как можно описать текстовую деятельность?  
В чем отличие коммуникативной деятельности?  
Как можно охарактеризовать влияние и воздействие медиатекста?  
Текст представляет собой результат действий субъекта, стремящегося реализовать свое намерение, вырастающее из потребностей. С этой точки зрения текст представляет собой результат каких сил?  
Какой тезис был выдвинут Витгенштейном?  
Что позволяет различать тексты и текстойды?  
Какие риторические классификации текстов Вы знаете?  
Какие стилистические классификации текстов Вы знаете?  
В чем состоит специфика художественно-литературного текста?  
Каковы особенности разговорно-бытового текста?  
Как Вы можете охарактеризовать официально-деловой текст?  
Каковы основные признаки научного текста?  
Какова структура научного текста?  
Что отличает реферативный текст?  
Назовите основные характеристики медийного текста.  
Опишите медиа как текстопорождающую систему.  
Приведите формулировки понятия "медиатекст".  
Перечислите функциональные характеристики медиатекста.  
Охарактеризуйте историю формирования концепции гипертекстуальности.  
Приведите определения гипертекста.  
Проанализируйте атрибуты гипертекстуальности.  
Сформулируйте взаимосвязь постмодернизма, деконструктивизма и гипертекста.  
Опишите сущность интертекстуальности.  
Назовите признаки мультимедийности.  
Охарактеризуйте интерактивность медиатекста.  
Как можно определить основные подходы к теории жанров?

- Каковы особенности жанров в цифровой среде?
- Какие отличительные признаки у мультимедийного лонгрида?
- В чем состоит специфика трансмедийного сторителлинга?
- Что отличает телевизионные тексты?
- В чем заключаются лексико-стилистические особенности медиатекстов?
- Какие функции может выполнять различное выделение абзацев?

**Вопросы для устных опросов**

Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Возникновение и развитие текста.

- Философский подход.
- Социологический подход.
- Культурологический подход.
- Семиотический подход.
- Системно-структурный подход.
- Теоретико-коммуникативный подход.
- Теоретико-информационный подход.
- Психолингвистический и социолингвистический подходы.
- Лингвистический подход.
- Дискурсивный подход.
- Лингвистические теории нормирования речи.
- Жизненный мир, культура, тексты.
- Тексты и потребности человека.
- Способности.
- Смысловая сфера человека.
- Деятельностный подход к проблеме смысла.
- Знания, ценности, нормы в системе смыслов. Выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта
- Деятельностный подход: сущностные характеристики.
- Речевая деятельность.
- Текстовая деятельность.
- Коммуникативная деятельность.
- Влияние и воздействие в системе целевых характеристик текста.
- Тексты и текстоподобия.
- Риторические и стилистические классификации текстов.
- Художественно-литературный текст.
- Разговорно-обиходный текст.
- Официально-деловой текст. Научный текст. Отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.
- Теория жанров: основные подходы.
- Жанры в цифровой среде.
- Мультимедийный лонгрид и трансмедийный сторителлинг: хорошо забытое старое или революция в жанрах?
- Телевизионные тексты.
- Лексико-стилистические особенности медиатекстов. 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.
- Лексико-стилистические особенности медиатекстов. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.

**Вопросы для письменного опроса (для промежуточной аттестации)**

|   |
|---|
| Как Вы можете описать основные этапы возникновения и развития текста? |
| В чем состоит особенность философского подхода к тексту?              |
| Сформулируйте основные положения социологического подхода к тексту.   |
| Какова специфика культурологического подхода?                         |
|   |

|   |
|---|
| В чем состоят основные характеристики семиотического подхода к тексту?  |
| Опишите Ваше понимание системно-структурного подхода к тексту.  |
| Как можно определить теоретико-коммуникативный подход к тексту?   |
| В чем отличие теоретико-информационного подхода?  |
| Сформулируйте главные положения психолингвистического и социолингвистического подходов к тексту.  |
| Как можно определить лингвистический подход?  |
| Что определяет дискурсивный подход к тексту?  |
| В чем заключается лингвистическая теория нормирования речи?   |
| Что можно включить в круг вопросов антропологии текста?   |
| Как соотносится текст с жизненным миром и культурой?  |
| Каковы взаимоотношения текста и потребностей человека?  |
| В чем состоит специфика способностей и медиа в аспекте подготовки и анализа медиатекста?  |
| В чем особенности медиа и смысловой сферы человека?   |
| Как следует определять основные характеристики деятельностного подхода к проблеме смысла?   |
| Каково значение знания, ценности, нормы в системе смыслов при работе с медиатекстом?  |
| Каковы основные характеристики деятельностного подхода?   |
| В чем состоит специфика речевой деятельности?   |
| Как можно описать текстовую деятельность?   |
| В чем отличие коммуникативной деятельности?   |
| Как можно охарактеризовать влияние и воздействие медиатекста?   |
| Текст представляет собой результат действий субъекта, стремящегося реализовать свое намерение, вырастающее из потребностей. С этой точки зрения текст представляет собой результат каких сил? |
| Какой тезис был выдвинут Витгенштейном?   |
| Что позволяет различать тексты и текстоиды?   |
| Какие риторические классификации текстов Вы знаете?   |
| Какие стилистические классификации текстов Вы знаете?   |
| В чем состоит специфика художественно-литературного текста?   |
| Каковы особенности разговорно-бытового текста?  |
| Как Вы можете охарактеризовать официально-деловой текст?  |
| Каковы основные признаки научного текста?   |
| Какова структура научного текста?   |
| Что отличает реферативный текст?  |
| Назовите основные характеристики медийного текста.  |
| Опишите медиа как текстопорождающую систему.  |
| Приведите формулировки понятия "медиатекст".  |
| Перечислите функциональные характеристики медиатекста.  |
| Охарактеризуйте историю формирования концепции гипертекстуальности.   |
| Приведите определения гипертекста.  |
| Проанализируйте атрибуты гипертекстуальности.   |
| Сформулируйте взаимосвязь постмодернизма, деконструктивизма и гипертекста.  |
| Опишите сущность интертекстуальности.   |
| Назовите признаки мультимедийности.   |
| Охарактеризуйте интерактивность медиатекста.  |
| Как можно определить основные подходы к теории жанров?  |
| Каковы особенности жанров в цифровой среде?   |
| Какие отличительные признаки у мультимедийного лонгрида?  |



|  |
|--|
| В чем состоит специфика трансмедийного сторителлинга?              |
| Что отличает телевизионные тексты?                                 |
| В чем заключаются лексико-стилистические особенности медиатекстов? |
| Какие функции может выполнять различное выделение абзацев?         |

**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. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

Дополнительная учебная литература:

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

2. Колесниченко, А. В. Техника и технология сми. Подготовка текстов : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. В. Колесниченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

3. Куличкина, Г. В. Технологические основы социально-культурной деятельности. Масс-медиа : учебное пособие для академического бакалавриата / Г. В. Куличкина. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

4. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и pr-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — 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. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

Дополнительная учебная литература:

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

2. Колесниченко, А. В. Техника и технология сми. Подготовка текстов : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. В. Колесниченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

3. Куличкина, Г. В. Технологические основы социально-культурной деятельности. Масс-медиа : учебное пособие для академического бакалавриата / Г. В. Куличкина. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

4. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и pr-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — 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](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](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: СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И РЕКЛАМА В ПОЛИТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ**

Индикаторы достижения компетенций:

1) ОПК-2.1 Применяет методы определения степени важности тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения при решении профессиональной задачи

2) ОПК-2.2 Применяет основные принципы создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов при освещении деятельности общественных и государственных институтов при решении профессиональной задачи

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. Эволюция государственных связей с общественностью: зарубежный и российский опыт. Публичные коммуникации органов власти: цели, задачи и направления деятельности**

**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. Эволюция государственных связей с общественностью: зарубежный и российский опыт. Публичные коммуникации органов власти: цели, задачи и направления деятельности»<br>Вопросы для подготовки к устному опросу:<br>Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. История становления |
|-----------------------------|--|

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
|                                 | <p>государственных связей с общественностью за рубежом.</p> <p>Институционализация связей с общественностью в органах государственной власти в России.</p> <p>Определение публичной коммуникации.</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. Эволюция государственных связей с общественностью: зарубежный и российский опыт. Публичные коммуникации органов власти: цели, задачи и направления деятельности»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Какие этапы можно выделить в ходе эволюции зарубежных государственных public relations?</p> <p>Какие процессы стимулировали появление государственного PR в России?</p> <p>Назовите особенности современного этапа развития государственных связей с общественности в России.</p> <p>Каковы критерии эффективности функционирования служб по связям с общественностью в органах государственной власти?</p> <p>Каковы основные задачи и функции информационной политики?</p> <p>На каких принципах строится информационная политика органов власти?</p> <p>Каковы цели и задачи PR-служб органов государственной власти?</p> <p>Перечислите основные направления и функции работы PR-служб в органах государственной власти.</p> <p>Назовите основные принципы связей с общественностью в органах государственной власти.</p> <p>В каком официальном документе утверждены основы подготовки доктринальных и концептуальных документов, определяющих направления деятельности органов государственной власти и муниципального управления в России?</p> <p>Какие характеристики включает в себя термин «публичная коммуникация»?</p> <p>Что является ключевым субъектом взаимодействия органов государственной власти и СМИ?</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. Эволюция государственных связей с общественностью: зарубежный и российский опыт. Публичные коммуникации органов власти: цели, задачи и направления деятельности»</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. Эволюция государственных связей с общественностью: зарубежный и российский опыт. Публичные коммуникации органов власти: цели, задачи и направления деятельности»</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: Правовое регулирование связей с общественностью государственных органов. Структура и функционирование отделов по связям с общественностью в органах государственной власти: российский опыт. Методы определения степени важности тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения**

#### **Обязательная самостоятельная работа**

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| Подготовка к устному опросу | <p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Правовое регулирование связей с общественностью государственных органов. Структура и функционирование отделов по связям с общественностью в органах государственной власти: российский опыт. Методы определения степени важности тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Запрос информации.</p> <p>Прием и аккредитация журналистов.</p> <p>Ведение записи и другие обязанности пресс-служб.</p> <p>Отношения государственных органов и редакций СМИ.</p> <p>Типовая структура службы по связям с общественностью в органах государственной власти.</p> <p>PR-служба Совета Федерации Российской Федерации.</p> |
|-----------------------------|---|



|                                 |  |
|---------------------------------|--|
|                                 | <p>Медиариелейшнз в органах государственной власти. Методы определения степени важности тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения</p>  |
| Подготовка к контрольной работе | <p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Правовое регулирование связей с общественностью государственных органов. Структура и функционирование отделов по связям с общественностью в органах государственной власти: российский опыт. Методы определения степени важности тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:<br/>         Что, согласно российскому законодательству, является средством массовой информации и кто является журналистом?<br/>         Как следует определить понятие «информация о деятельности государственных органов»?<br/>         Какие случаи согласования материалов СМИ с должностными лицами до обнародования предусмотрены Законом «О СМИ»? Другими документами?<br/>         Опишите типовую структуру PR-службы органа государственной власти и задачи ее отделов. Опишите структуру и функции PR-службы Совета Федерации Федерального собрания Российской Федерации.<br/>         Почему в структуре типичной PR-службы должен быть отдел по работе с обращениями граждан? в чем его функции?<br/>         В чем заключается принцип информационной открытости органов государственной власти?<br/>         Вы бы охарактеризовали взаимоотношения PR-служб органов власти России с представителями СМИ как паритетные и партнерские? Почему?<br/>         В чем заключается разница между работой PR-служб на федеральном и региональном уровнях?</p> |

#### **Рекомендуемая самостоятельная работа**

|                              |  |
|------------------------------|--|
| Информационный блок          | <p>Составьте информационный блок по теме «Правовое регулирование связей с общественностью государственных органов. Структура и функционирование отделов по связям с общественностью в органах государственной власти: российский опыт. Методы определения степени важности тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения»</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 «Правовое регулирование связей с общественностью государственных органов. Структура и функционирование отделов по связям с общественностью в органах государственной власти: российский опыт. Методы определения степени важности тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения»</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: Особенности и инструменты взаимодействия бюджетных организаций с органами государственной власти. Информационная открытость и разработка веб-ресурсов органов государственной власти. Основные принципы создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов при освещении деятельности общественных и государственных институтов.**

#### **Обязательная самостоятельная работа**

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| Подготовка к устному опросу | <p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Особенности и инструменты взаимодействия бюджетных организаций с органами государственной власти. Информационная открытость и разработка веб-ресурсов органов государственной власти. Основные принципы создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов при освещении деятельности общественных и государственных институтов.»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:<br/>         Понятие бюджетного учреждения.<br/>         Понятие Government Relations.<br/>         Особенности взаимодействия бюджетных организаций с органами государственной власти.<br/>         Инструменты взаимодействия с органами государственной власти.<br/>         Взаимодействие бюджетных организаций с органами государственной власти в сфере культуры.<br/>         Понятие информационной открытости.<br/>         Особенности официальных веб-сайтов органов власти.</p> |
|-----------------------------|--|

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
|                                 | Использование социальных медиа в работе органов государственной власти. Основные принципы создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов при освещении деятельности общественных и государственных институтов.  |
| Подготовка к контрольной работе | <p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Особенности и инструменты взаимодействия бюджетных организаций с органами государственной власти. Информационная открытость и разработка веб-ресурсов органов государственной власти. Основные принципы создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов при освещении деятельности общественных и государственных институтов.»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>В чем состоит разница в работе органа государственной власти и бюджетной организации? Какие существуют подходы к определению GR-деятельности? В чем особенности взаимодействия бюджетной организации и органов государственной власти?</p> <p>Какие существуют инструменты работы GR-специалиста? Какие могут возникнуть проблемы в работе GR-специалиста в бюджетном учреждении? Опишите основные проблемы взаимодействия бюджетной организации и органов государственной власти на примере.</p> <p>Что такое информационная открытость органа власти? Зачем органам власти нужна открытость? Дайте определение понятию «открытая власть». Что такое открытые данные? Перечислите основные требования к официальному сайту органа государственной власти. Нужно ли, с Вашей точки зрения, официальным органам власти обязательно присутствовать в социальных сетях?</p> |

### **Рекомендуемая самостоятельная работа**

|                           |  |
|---------------------------|--|
| Составление конспекта     | <p>Составьте конспект по теме «Особенности и инструменты взаимодействия бюджетных организаций с органами государственной власти. Информационная открытость и разработка веб-ресурсов органов государственной власти. Основные принципы создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов при освещении деятельности общественных и государственных институтов.»</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 «Особенности и инструменты взаимодействия бюджетных организаций с органами государственной власти. Информационная открытость и разработка веб-ресурсов органов государственной власти. Основные принципы создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов при освещении деятельности общественных и государственных институтов.»</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: Технологии связей с общественностью в коммуникационном сопровождении непопулярных политических решений. Рекламные коммуникации в политике и государственном управлении**

### **Обязательная самостоятельная работа**

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| Подготовка к устному опросу | <p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Технологии связей с общественностью в коммуникационном сопровождении непопулярных политических решений. Рекламные коммуникации в политике и государственном управлении»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Внешнеполитический PR как информационно-коммуникативная деятельность по обеспечению государственных интересов на международной арене. Связи с общественностью во внешней политике: цели, задачи и содержание деятельности. Связи с общественностью и публичная дипломатия в международных отношениях: зарубежный опыт. Основные проблемы внешнеполитического PR. Внешнеполитический PR в России: уровни реализации, принципы функционирования и технологии работы. Практика применения теоретических положений дисциплины.</p> |
|-----------------------------|---|

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
|                                 | <p>Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности. .<br/> Осуществление разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ.<br/> Разработка проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ.<br/> Осуществление управления информацией из различных источников.<br/> Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации.<br/> Планирование работ по созданию контента.<br/> Мониторинг и оценка результатов выполнения работ, формулирование замечаний, редактирование контента.</p>   |
| Подготовка к контрольной работе | <p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Технологии связей с общественностью в коммуникационном сопровождении непопулярных политических решений. Рекламные коммуникации в политике и государственном управлении»<br/> Вопросы для подготовки к письменному опросу:<br/> Что такое непопулярное политическое решение? Назовите его основные признаки.<br/> Какие подходы к классификации непопулярных политических решений Вы знаете? Приведите примеры различных типов непопулярных политических решений.<br/> Что такое легитимация непопулярного политического решения?<br/> Охарактеризуйте коммуникационное сопровождение, направленное на социальное признание непопулярного политического решения, на различных этапах политико-управленческого цикла. Какие могут быть использованы группы коммуникационных технологий? Кто является объектом коммуникации?<br/> Что способствует прохождению политического решения в коммуникационной среде?<br/> Что представляет собой социальная реклама? Поясните разницу в толковании терминов: общественная, государственная, социальная реклама.<br/> Поясните, чем политическая реклама отличается от рекламы социальной?<br/> Расскажите о производстве, распространении и размещении социальной рекламы в России.<br/> Какова законодательная база российской социальной рекламы?<br/> Приведите примеры российской социальной рекламы (федеральные, региональные, местные рекламные кампании). Каковы основные темы социальных рекламных коммуникаций?<br/> Расскажите о государственном сопровождении социальной рекламы на протяжении ее исторического развития.<br/> В чем, на Ваш взгляд, основные различия между пропагандой и социальной рекламой?<br/> Каковы основные характеристики социальной рекламы как технологии государственного управления и инструмента публичной политики?</p> |

#### **Рекомендуемая самостоятельная работа**

|                              |  |
|------------------------------|--|
| Сводная (обобщающая) таблица | <p>Составьте сводную (обобщающую) таблицу по теме «Технологии связей с общественностью в коммуникационном сопровождении непопулярных политических решений. Рекламные коммуникации в политике и государственном управлении»<br/> 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 «Технологии связей с общественностью в коммуникационном сопровождении непопулярных политических решений. Рекламные коммуникации в политике и государственном управлении»<br/> 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: Внешнеполитические связи с общественностью органов государственной власти. 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 «Внешнеполитические связи с общественностью органов государственной власти. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности. »<br/> Вопросы для подготовки к устному опросу:<br/> Внешнеполитический PR как информационно-коммуникативная деятельность по обеспечению государственных интересов на международной арене.<br/> Связи с общественностью во внешней политике: цели, задачи и содержание деятельности.<br/> Связи с общественностью и публичная дипломатия в международных отношениях: зарубежный опыт.<br/> Основные проблемы внешнеполитического PR.</p> |
|-----------------------------|--|



|                                 |  |
|---------------------------------|--|
|                                 | Внешнеполитический PR в России: уровни реализации, принципы функционирования и технологии работы. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.   |
| Подготовка к контрольной работе | <p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Внешнеполитические связи с общественностью органов государственной власти. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Что представляет собой внешнеполитический PR?</p> <p>Перечислите основные PR-подразделения в структуре органов государственной власти Российской Федерации.</p> <p>Сформулируйте принципы работы государственной PR-службы, основанные на «менеджменте согласия».</p> <p>Охарактеризуйте классификацию глобальных медиа современного мира.</p> <p>Сформулируйте различие ньюсмейкинга и спин-докторинга.</p> <p>Раскройте содержание Директивы Евросоюза «Телевидение без границ».</p> <p>Оцените наиболее популярный проект «мягкой силы» России.</p> <p>В рамках внешнеполитического PR органов государственной власти постарайтесь выделить десять наиболее актуальных и типичных проблем, мешающих его развитию.</p> <p>Проанализируйте и сравните тематику основных новостных сообщений за один день русскоязычной версии сайта канала RT и Русской службы ВВС.</p> <p>Проанализируйте тематику, язык и стиль выступлений на брифингах, пресс-конференциях и в СМИ директора Департамента информации и печати Министерства иностранных дел РФ, официального представителя Министерства иностранных дел Российской Федерации Марии Владимировны Захаровой.</p> |

#### **Рекомендуемая самостоятельная работа**

|           |  |
|-----------|--|
| Глоссарий | <p>Составьте глоссарий по теме «Внешнеполитические связи с общественностью органов государственной власти. 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)**

- Какие этапы можно выделить в ходе эволюции зарубежных государственных public relations?
- Какие процессы стимулировали появление государственного PR в России?
- Назовите особенности современного этапа развития государственных связей с общественности в России.
- Каковы критерии эффективности функционирования служб по связям с общественностью в органах государственной власти?
- Каковы основные задачи и функции информационной политики?
- На каких принципах строится информационная политика органов власти?
- Каковы цели и задачи PR-служб органов государственной власти?
- Перечислите основные направления и функции работы PR-служб в органах государственной власти.
- Назовите основные принципы связей с общественностью в органах государственной власти.
- В каком официальном документе утверждены основы подготовки доктринальных и концептуальных документов, определяющих направления деятельности органов государственной власти и муниципального управления в России?
- Какие характеристики включает в себя термин «публичная коммуникация»?
- Что является ключевым субъектом взаимодействия органов государственной власти и СМИ?
- Что, согласно российскому законодательству, является средством массовой информации и кто является журналистом?
- Как следует определить понятие «информация о деятельности государственных органов»?
- Какие случаи согласования материалов СМИ с должностными лицами до обнародования предусмотрены Законом «О СМИ»? Другими документами?
- Опишите типовую структуру PR-службы органа государственной власти и задачи ее отделов.
- Опишите структуру и функции PR-службы Совета Федерации Федерального собрания Российской Федерации.
- Почему в структуре типичной PR-службы должен быть отдел по работе с обращениями граждан? в чем его функции?
- В чем заключается принцип информационной открытости органов государственной власти?



Вы бы охарактеризовали взаимоотношения PR-служб органов власти России с представителями СМИ как паритетные и партнерские? Почему?

В чем заключается разница между работой PR-служб на федеральном и региональном уровнях?

В чем состоит разница в работе органа государственной власти и бюджетной организации?

Какие существуют подходы к определению GR-деятельности?

В чем особенности взаимодействия бюджетной организации и органов государственной власти?

Какие существуют инструменты работы GR-специалиста?

Какие могут возникнуть проблемы в работе GR-специалиста в бюджетном учреждении?

Опишите основные проблемы взаимодействия бюджетной организации и органов государственной власти на примере.

Что такое информационная открытость органа власти?

Зачем органам власти нужна открытость? Дайте определение понятию «открытая власть».

Что такое открытые данные?

Перечислите основные требования к официальному сайту органа государственной власти.

Нужно ли, с Вашей точки зрения, официальным органам власти обязательно присутствовать в социальных сетях?

Что такое непопулярное политическое решение? Назовите его основные признаки.

Какие подходы к классификации непопулярных политических решений Вы знаете? Приведите примеры различных типов непопулярных политических решений.

Что такое легитимация непопулярного политического решения?

Охарактеризуйте коммуникационное сопровождение, направленное на социальное признание непопулярного политического решения, на различных этапах политико-управленческого цикла. Какие могут быть использованы группы коммуникационных технологий? Кто является объектом коммуникации?

Что способствует прохождению политического решения в коммуникационной среде?

Что представляет собой социальная реклама? Поясните разницу в толковании терминов: общественная, государственная, социальная реклама.

Поясните, чем политическая реклама отличается от рекламы социальной?

Расскажите о производстве, распространении и размещении социальной рекламы в России. Какова законодательная база российской социальной рекламы?

Приведите примеры российской социальной рекламы (федеральные, региональные, местные рекламные кампании). Каковы основные темы социальных рекламных коммуникаций?

Расскажите о государственном сопровождении социальной рекламы на протяжении ее исторического развития.

В чем, на Ваш взгляд, основные различия между пропагандой и социальной рекламой?

Каковы основные характеристики социальной рекламы как технологии государственного управления и инструмента публичной политики?

Что представляет собой внешнеполитический PR?

Перечислите основные PR-подразделения в структуре органов государственной власти Российской Федерации.

Сформулируйте принципы работы государственной PR-службы, основанные на «менеджменте согласия».

Охарактеризуйте классификацию глобальных медиа современного мира.

Сформулируйте различие ньюсмейкинга и спин-докторинга.

Раскройте содержание Директивы Евросоюза «Телевидение без границ».

Оцените наиболее популярный проект «мягкой силы» России.

В рамках внешнеполитического PR органов государственной власти постарайтесь выделить десять наиболее актуальных и типичных проблем, мешающих его развитию.

Проанализируйте и сравните тематику основных новостных сообщений за один день русскоязычной версии сайта канала RT и Русской службы BBC.

Проанализируйте тематику, язык и стиль выступлений на брифингах, пресс-конференциях и в СМИ директора Департамента информации и печати Министерства иностранных дел РФ, официального представителя Министерства иностранных дел Российской Федерации Марии Владимировны Захаровой.

### **Вопросы для устных опросов**

Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. История становления государственных связей с общественностью за рубежом.

Институционализация связей с общественностью в органах государственной власти в России.

Определение публичной коммуникации.

Запрос информации.

Прием и аккредитация журналистов.

Ведение записи и другие обязанности пресс-служб.

Отношения государственных органов и редакций СМИ.

Типовая структура службы по связям с общественностью в органах государственной власти.

PR-служба Совета Федерации Российской Федерации.

Медиарилейшнз в органах государственной власти. Методы определения степени важности тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения

Понятие бюджетного учреждения.

Понятие Government Relations.

Особенности взаимодействия бюджетных организаций с органами государственной власти.

Инструменты взаимодействия с органами государственной власти.

Взаимодействие бюджетных организаций с органами государственной власти в сфере культуры.

Понятие информационной открытости.

Особенности официальных веб-сайтов органов власти.

Использование социальных медиа в работе органов государственной власти. Основные принципы создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов при освещении деятельности общественных и государственных институтов.

Внешнесполитический PR как информационно-коммуникативная деятельность по обеспечению государственных интересов на международной арене.

Связи с общественностью во внешней политике: цели, задачи и содержание деятельности.

Связи с общественностью и публичная дипломатия в международных отношениях: зарубежный опыт.

Основные проблемы внешнеполитического PR.

Внешнесполитический PR в России: уровни реализации, принципы функционирования и технологии работы. 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.

Внешнесполитический PR в России: уровни реализации, принципы функционирования и технологии работы. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.

### **Вопросы для письменного опроса (для промежуточной аттестации)**

|  |
|--|
| Какие этапы можно выделить в ходе эволюции зарубежных государственных public relations?  |
| Какие процессы стимулировали появление государственного PR в России?   |
| Назовите особенности современного этапа развития государственных связей с общественности в России.   |
| Каковы критерии эффективности функционирования служб по связям с общественностью в органах государственной власти?   |
| Каковы основные задачи и функции информационной политики?  |
| На каких принципах строится информационная политика органов власти?  |
| Каковы цели и задачи PR-служб органов государственной власти?  |
| Перечислите основные направления и функции работы PR-служб в органах государственной власти.   |
| Назовите основные принципы связей с общественностью в органах государственной власти.  |
| В каком официальном документе утверждены основы подготовки доктринальных и концептуальных документов, определяющих направления деятельности органов государственной власти и муниципального управления в России? |
| Какие характеристики включает в себя термин «публичная коммуникация»?  |
| Что является ключевым субъектом взаимодействия органов государственной власти и СМИ?   |
| Что, согласно российскому законодательству, является средством массовой информации и кто является журналистом?   |
| Как следует определить понятие «информация о деятельности государственных органов»?  |
| Какие случаи согласования материалов СМИ с должностными лицами до обнародования предусмотрены Законом «О СМИ»? Другими документами?  |
| Опишите типовую структуру PR-службы органа государственной власти и задачи ее отделов.   |
| Опишите структуру и функции PR-службы Совета Федерации Федерального собрания Российской Федерации.   |
| Почему в структуре типичной PR-службы должен быть отдел по работе с обращениями граждан? в чем его функции?  |
| В чем заключается принцип информационной открытости органов государственной власти?  |
| Вы бы охарактеризовали взаимоотношения PR-служб органов власти России с представителями СМИ как  |

|   |
|---|
| паритетные и партнерские? Почему?   |
| В чем заключается разница между работой PR-служб на федеральном и региональном уровнях?   |
| В чем состоит разница в работе органа государственной власти и бюджетной организации?   |
| Какие существуют подходы к определению GR-деятельности?   |
| В чем особенности взаимодействия бюджетной организации и органов государственной власти?  |
| Какие существуют инструменты работы GR-специалиста?   |
| Какие могут возникнуть проблемы в работе GR-специалиста в бюджетном учреждении?   |
| Опишите основные проблемы взаимодействия бюджетной организации и органов государственной власти на примере.   |
| Что такое информационная открытость органа власти?  |
| Зачем органам власти нужна открытость? Дайте определение понятию «открытая власть».   |
| Что такое открытые данные?  |
| Перечислите основные требования к официальному сайту органа государственной власти.   |
| Нужно ли, с Вашей точки зрения, официальным органам власти обязательно присутствовать в социальных сетях?   |
| Что такое непопулярное политическое решение? Назовите его основные признаки.  |
| Какие подходы к классификации непопулярных политических решений Вы знаете? Приведите примеры различных типов непопулярных политических решений.   |
| Что такое легитимация непопулярного политического решения?  |
| Охарактеризуйте коммуникационное сопровождение, направленное на социальное признание непопулярного политического решения, на различных этапах политико-управленческого цикла. Какие могут быть использованы группы коммуникационных технологий? Кто является объектом коммуникации? |
| Что способствует прохождению политического решения в коммуникационной среде?  |
| Что представляет собой социальная реклама? Поясните разницу в толковании терминов: общественная, государственная, социальная реклама.   |
| Поясните, чем политическая реклама отличается от рекламы социальной?  |
| Расскажите о производстве, распространении и размещении социальной рекламы в России. Какова законодательная база российской социальной рекламы?   |
| Приведите примеры российской социальной рекламы (федеральные, региональные, местные рекламные кампании). Каковы основные темы социальных рекламных коммуникаций?  |
| Расскажите о государственном сопровождении социальной рекламы на протяжении ее исторического развития.  |
| В чем, на Ваш взгляд, основные различия между пропагандой и социальной рекламой?  |
| Каковы основные характеристики социальной рекламы как технологии государственного управления и инструмента публичной политики?  |
| Что представляет собой внешнеполитический PR?   |
| Перечислите основные PR-подразделения в структуре органов государственной власти Российской Федерации.  |
| Сформулируйте принципы работы государственной PR-службы, основанные на «менеджменте согласия».  |
| Охарактеризуйте классификацию глобальных медиа современного мира.   |
| Сформулируйте различие ньюсмейкинга и спин-докторинга.  |
| Раскройте содержание Директивы Евросоюза «Телевидение без границ».  |
| Оцените наиболее популярный проект «мягкой силы» России.  |
| В рамках внешнеполитического PR органов государственной власти постарайтесь выделить десять наиболее актуальных и типичных проблем, мешающих его развитию.  |
| Проанализируйте и сравните тематику основных новостных сообщений за один день русскоязычной версии сайта канала RT и Русской службы BBC.  |
| Проанализируйте тематику, язык и стиль выступлений на брифингах, пресс-конференциях и в СМИ директора Департамента информации и печати Министерства иностранных дел РФ, официального представителя Министерства иностранных дел Российской Федерации Марии Владимировны Захаровой.  |

**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. 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

Дополнительная учебная литература:

1. Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

2. Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для академического бакалавриата / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

3. Связи с общественностью в органах власти : учебник для академического бакалавриата / М. М. Васильева [и др.] ; под редакцией М. М. Васильевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

4. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие для академического бакалавриата / А. Н. Чумиков. — 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. 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

Дополнительная учебная литература:

1. Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

2. Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для академического бакалавриата / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

3. Связи с общественностью в органах власти : учебник для академического бакалавриата / М. М. Васильева [и др.] ; под редакцией М. М. Васильевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

4. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие для академического бакалавриата / А. Н. Чумиков. — 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](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](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: РАЗРАБОТКА И ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА**

Индикаторы достижения компетенций:

- 1) ОПК-1.2 Учитывает отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ при решении профессиональной задачи
- 2) ОПК-1.1 Осуществляет выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта

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. Рекламный продукт: сущность, стратегии разработки и продвижения**

### **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. Рекламный продукт: сущность, стратегии разработки и продвижения»<br>Вопросы для подготовки к устному опросу:<br>Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Понятие и специфика рекламного продукта.<br>Концепции товара в рекламе.<br>Понятие стратегии рекламной деятельности.<br>Стратегии рекламных обращений.<br>Бриф как основа создания рекламного продукта. |
| 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. Рекламный продукт: сущность, стратегии разработки и продвижения»  |

|  |  |
|--|--|
|  | <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Что такое рекламный продукт, в чем его отличие от товара?</p> <p>Назовите основные типы рекламных продуктов.</p> <p>В чем сущность современных рекламных стратегий?</p> <p>Перечислите стратегии рекламной деятельности.</p> <p>Раскройте сущность концепций формирования рекламы товара.</p> <p>Какие стратегии относятся к творческим, в чем их сущность?</p> <p>Охарактеризуйте стратегии бренд-менеджмента.</p> <p>Что такое бриф, его цели и функции?</p> <p>Перечислите основные разделы клиентского брифа.</p> <p>Раскройте содержание брифов при выработке рекламной стратегии.</p> |
|--|--|

### **Рекомендуемая самостоятельная работа**

|                       |   |
|-----------------------|---|
| Схема                 | <p>Составьте схему(схемы) основных положений по теме «Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Рекламный продукт: сущность, стратегии разработки и продвижения»</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 «Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Рекламный продукт: сущность, стратегии разработки и продвижения»</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> |

**Тема: Рекламное сообщение: процессы разработки и реализации творческих концепций. Выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта**

### **Обязательная самостоятельная работа**

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| Подготовка к устному опросу     | <p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Рекламное сообщение: процессы разработки и реализации творческих концепций. Выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Понятие и особенности работы с рекламным обращением.</p> <p>Методики мотивации рекламных обращений и концепции креативного творчества в рекламе.</p> <p>Процессы создания рекламных текстов.</p> <p>Процессы формирования визуальных образов в рекламе и методики тестирования рекламы.</p> <p>Вопросы организации творческой деятельности в рекламном агентстве. Выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта</p>  |
| Подготовка к контрольной работе | <p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Рекламное сообщение: процессы разработки и реализации творческих концепций. Выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Какие цели может преследовать рекламное сообщение (РС)?</p> <p>Какие элементы может включать в себя РС?</p> <p>Приведите примеры рекламных сообщений, использующих рациональную и эмоциональную мотивацию.</p> <p>Перечислите известные вам ключевые параметры креативности РС.</p> <p>В чем специфика «метода дополнительного свидетельства», использованного в РС?</p> <p>Сформулируйте общие принципы создания рекламного текста.</p> <p>Каковы требования к фотографиям, используемым в печатной рекламе?</p> <p>Охарактеризуйте основные этапы написания сценария для видеорекламы.</p> <p>В чем сущность тестирования рекламы на основе методики DAR?</p> <p>Перечислите основные функции экаунт-менеджера.</p> |

### Рекомендуемая самостоятельная работа

|                           |   |
|---------------------------|---|
| Графологическая структура | Составьте графологическую структуру по теме «Рекламное сообщение: процессы разработки и реализации творческих концепций. Выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта»<br>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 «Рекламное сообщение: процессы разработки и реализации творческих концепций. Выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта»<br>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: Основы технологии рекламной деятельности

#### Обязательная самостоятельная работа

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| Подготовка к устному опросу     | Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Основы технологии рекламной деятельности»<br>Вопросы для подготовки к устному опросу:<br>Понятие инструментария и технологии рекламной деятельности.<br>Технологии проторекламы.<br>Тенденции в рекламе, связанные с глобализацией рекламного пространства.   |
| Подготовка к контрольной работе | Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Основы технологии рекламной деятельности»<br>Вопросы для подготовки к письменному опросу:<br>Раскройте структуру инструментария продвижения (P-mix).<br>Классифицируйте понятие технология.<br>Перечислите основные свойства, которыми можно охарактеризовать рекламные технологии.<br>Перечислите этапы развития рекламных технологий.<br>Перечислите средства проторекламы в эволюционном развитии.<br>Какие средства рекламы целесообразно развивать в качестве инновационного подхода?<br>Какие из средств проторекламы стали наиболее перспективными для развития рекламных технологий? Найдите применение технологий проторекламы в современной рекламной деятельности.<br>Что такое глобализация рекламного пространства?<br>Раскройте частные концепции рекламного пространства.<br>Обоснуйте необходимость интеграции отечественных СМИ с иностранными медиаструктурами. |

#### Рекомендуемая самостоятельная работа

|                              |   |
|------------------------------|---|
| Информационный блок          | Составьте информационный блок по теме «Основы технологии рекламной деятельности»<br>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 «Основы технологии рекламной деятельности»<br>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: Технологии создания печатной рекламы

#### Обязательная самостоятельная работа

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| Подготовка к устному опросу | Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Технологии создания печатной рекламы» |
|-----------------------------|--|



|                                 |   |
|---------------------------------|---|
|                                 | <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:<br/> Оригинал-макет и технологии его создания.<br/> Шрифты в макетировании.<br/> Полиграфические технологии.<br/> Основные носители и материалы в рекламной полиграфии.</p>   |
| Подготовка к контрольной работе | <p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Технологии создания печатной рекламы»<br/> Вопросы для подготовки к письменному опросу:<br/> Каковы главные критерии при классификации оригиналов в полиграфии?<br/> Назовите этапы работы над макетами в полиграфии.<br/> Как следует располагать информацию на листе издания и почему?<br/> В дизайне макета различают два вида равновесия: формальное и неформальное.<br/> Когда применяется каждое из них?<br/> Назовите два класса, на которые делятся шрифты, и охарактеризуйте их.<br/> Назовите три большие группы полиграфических технологий.<br/> Назовите и охарактеризуйте четыре вида печати.<br/> Опишите косвенный и прямой способы плоской печати.<br/> Что такое шелкотрансфер? Приведите примеры и использования этого метода.<br/> В чем заключается технология биговки?</p> |

### **Рекомендуемая самостоятельная работа**

|                           |  |
|---------------------------|--|
| Составление конспекта     | <p>Составьте конспект по теме «Технологии создания печатной рекламы»<br/> 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 «Технологии создания печатной рекламы»<br/> 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: Технологии производства наружной рекламы**

#### **Обязательная самостоятельная работа**

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| Подготовка к устному опросу     | <p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Технологии производства наружной рекламы»<br/> Вопросы для подготовки к устному опросу:<br/> Особенности макетирования и «привязки» наружной рекламы к месту установки.<br/> Технологии производства наружной рекламы.<br/> Стационарная наружная реклама.<br/> Световые, проекционные и динамические рекламные установки.<br/> Реклама на движущихся носителях.<br/> Основные материалы в наружной рекламе.</p>  |
| Подготовка к контрольной работе | <p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Технологии производства наружной рекламы»<br/> Вопросы для подготовки к письменному опросу:<br/> Назовите определение наружной рекламы. Перечислите наиболее распространенные форматы наружной рекламы.<br/> Назовите особенности наружной рекламы.<br/> Что собой представляет разработка макета наружной рекламы?<br/> Приведите примеры, где лучше всего размещать наружную рекламу.<br/> Какими принципами необходимо пользоваться при разработке наружной рекламы?<br/> Перечислите три основные технологии изготовления рекламных изображений и дайте им характеристику.<br/> Что такое контражурная подсветка?<br/> Назовите определение крышной установки.<br/> Назовите и опишите виды рекламы на транспорте.<br/> Печать наружной и интерьерной рекламы осуществляется на разнообразных материалах. Перечислите их.</p> |

### **Рекомендуемая самостоятельная работа**

|                              |   |
|------------------------------|---|
| Сводная (обобщающая) таблица | Составьте сводную (обобщающую) таблицу по теме «Технологии производства наружной рекламы»<br>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 «Технологии производства наружной рекламы»<br>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. |

**Тема: Технологии производства видеорекламы**

**Обязательная самостоятельная работа**

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| Подготовка к устному опросу     | Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Технологии производства видеорекламы»<br>Вопросы для подготовки к устному опросу:<br>Средства видеорекламы и их технические характеристики.<br>Технологические этапы производства видеоролика.<br>Особенности подготовки создания видеорекламы.<br>Технологии видеосъемки.<br>Технологии видеомонтажа.   |
| Подготовка к контрольной работе | Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Технологии производства видеорекламы»<br>Вопросы для подготовки к письменному опросу:<br>Перечислите основные носители видеорекламы.<br>Назовите определение блиц-ролика, развернутого ролика, рекламно-демонстрационного ролика.<br>Что такое flash-ролики и flash-открытки, где они применяются?<br>Каковы цели и особенности создания презентационного (корпоративного) фильма?<br>Перечислите технологические этапы работы над корпоративным фильмом.<br>Какие существуют разновидности презентационного фильма?<br>Каковы цели и предпосылки видео в онлайн-рекламе?<br>Перечислите технологические этапы производства видеоролика.<br>Какие этапы включает подготовка (препродакшн) к созданию рекламного видео?<br>Перечислите контрольные вопросы к создателю видеоролика. |

**Рекомендуемая самостоятельная работа**

|           |  |
|-----------|--|
| Глоссарий | Составьте глоссарий по теме «Технологии производства видеорекламы»<br>Цель глоссария - формирование понятийного аппарата по изучаемой учебной дисциплине, ее части, разделу или области знания, толкование наиболее употребительных в учебной дисциплине терминов. |
|-----------|--|

**Тема: Технологии производства радиорекламы. Отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.**

**Обязательная самостоятельная работа**

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| Подготовка к устному опросу     | Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Технологии производства радиорекламы. Отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.»<br>Вопросы для подготовки к устному опросу:<br>Типология радиорекламы.<br>Особенности создания сценария радиорекламы.<br>Производство радиорекламы. Отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ. |
| Подготовка к контрольной работе | Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Технологии производства радиорекламы. Отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.»  |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:<br/>         Какими способами может осуществляться радиореклама?<br/>         Перечислите виды подачи информации на радио.<br/>         Охарактеризуйте три вида аудиороликов.<br/>         Какие основные формы может иметь радиореклама?<br/>         Какие рекламные продукты относят к типам радиорекламы?<br/>         В чем состоят особенности создания аудиорекламы?<br/>         Опишите примерный состав брифа на разработку сценария для аудиоролика.<br/>         Перечислите принципы создания радиосценария.<br/>         Каковы психологические особенности восприятия радиорекламы?<br/>         Перечислите творческие приемы создания аудиорекламы.</p> |
|--|---|

**Рекомендуемая самостоятельная работа**

|                              |  |
|------------------------------|--|
| Составление конспекта        | <p>Составьте конспект по теме «Технологии производства радиорекламы. Отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.»<br/>         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 «Технологии производства радиорекламы. Отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.»<br/>         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: Перспективы использования мультимедийных технологий в рекламе**

**Обязательная самостоятельная работа**

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| Подготовка к устному опросу     | <p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Перспективы использования мультимедийных технологий в рекламе»<br/>         Вопросы для подготовки к устному опросу:<br/>         Разработка управленческих решений по бюджету рекламной деятельности.<br/>         Оценка рекламной деятельности.<br/>         Комплексная оценка результата маркетинговых коммуникаций в рекламной кампании.<br/>         Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности. . Осуществление разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ.<br/>         Разработка проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ.<br/>         Осуществление управления информацией из различных источников.<br/>         Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации.<br/>         Планирование работ по созданию контента.<br/>         Мониторинг и оценка результатов выполнения работ, формулирование замечаний, редактирование контента.</p> |
| Подготовка к контрольной работе | <p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Перспективы использования мультимедийных технологий в рекламе»<br/>         Вопросы для подготовки к письменному опросу:<br/>         Раскройте три основных принципа функционирования мультимедиа.<br/>         Что относится к особенностям технологии мультимедиа?<br/>         Что выступает в качестве носителей для мультимедийных презентаций?<br/>         Объясните на примерах варианты реализации и применения мультимедийных презентаций.<br/>         Перечислите составляющие процесса создания мультимедийной CD-презентации.<br/>         Раскройте виды технологий изготовления медиапрезентации.<br/>         Что такое контекстная реклама и таргетирование?<br/>         Объясните основные приемы продвижения сайта в поисковике.</p>   |

**Рекомендуемая самостоятельная работа**

|           |   |
|-----------|---|
| Глоссарий | Составьте глоссарий по теме «Перспективы использования мультимедийных технологий в рекламе» |
|-----------|---|

|                     |  |
|---------------------|--|
|                     | 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 «Перспективы использования мультимедийных технологий в рекламе»<br>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: Методические подходы к обеспечению и оценке эффективности рекламной деятельности. 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 «Методические подходы к обеспечению и оценке эффективности рекламной деятельности. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.»<br>Вопросы для подготовки к устному опросу:<br>Разработка управленческих решений по бюджету рекламной деятельности.<br>Оценка рекламной деятельности.<br>Комплексная оценка результата маркетинговых коммуникаций в рекламной кампании.<br>Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.  |
| Подготовка к контрольной работе | Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Методические подходы к обеспечению и оценке эффективности рекламной деятельности. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.»<br>Вопросы для подготовки к письменному опросу:<br>Какие действия требуются для бюджетирования рекламной деятельности?<br>Объясните характер логической зависимости эффективности рекламы от величины рекламного бюджета.<br>Объясните на примере пути развития интенсивного и экстенсивного рекламного процесса.<br>Опишите управление рекламным процессом по видам логистических характеристик в зависимости от типа рекламируемого товара, от поведенческого типа потребителя.<br>Что необходимо учитывать при планировании рекламного бюджета?<br>Что такое эффект и эффективность рекламы?<br>Чем характеризуется потенциал эффективности рекламы?<br>Какие критерии оценки эффективности рекламной кампании выступают в качестве обратных?<br>Как оценивается коммуникационная эффективность рекламы?<br>Как рассчитывается комплексный показатель эффективности системы маркетинговых коммуникаций? |

**Рекомендуемая самостоятельная работа**

|                           |   |
|---------------------------|---|
| Схема                     | Составьте схему(схемы) основных положений по теме «Методические подходы к обеспечению и оценке эффективности рекламной деятельности. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.»<br>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 «Методические подходы к обеспечению и оценке эффективности рекламной деятельности. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.»<br>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).   |

**Вопросы для письменного опроса (в рамках контрольной работы)**

Что такое рекламный продукт, в чем его отличие от товара?



Назовите основные типы рекламных продуктов.  
В чем сущность современных рекламных стратегий?  
Перечислите стратегии рекламной деятельности.  
Раскройте сущность концепций формирования рекламы товара.  
Какие стратегии относятся к творческим, в чем их сущность?  
Охарактеризуйте стратегии бренд-менеджмента.  
Что такое бриф, его цели и функции?  
Перечислите основные разделы клиентского брифа.  
Раскройте содержание брифов при выработке рекламной стратегии.  
Какие цели может преследовать рекламное сообщение (РС)?  
Какие элементы может включать в себя РС?  
Приведите примеры рекламных сообщений, использующих рациональную и эмоциональную мотивацию.  
Перечислите известные вам ключевые параметры креативности РС.  
В чем специфика «метода дополнительного свидетельства», использованного в РС?  
Сформулируйте общие принципы создания рекламного текста.  
Каковы требования к фотографиям, используемым в печатной рекламе?  
Охарактеризуйте основные этапы написания сценария для видеорекламы.  
В чем сущность тестирования рекламы на основе методики DAR?  
Перечислите основные функции экаунт-менеджера.  
Раскройте структуру инструментария продвижения (P-mix).  
Классифицируйте понятие технология.  
Перечислите основные свойства, которыми можно охарактеризовать рекламные технологии.  
Перечислите этапы развития рекламных технологий.  
Перечислите средства проторекламы в эволюционном развитии.  
Какие средства рекламы целесообразно развивать в качестве инновационного подхода?  
Какие из средств проторекламы стали наиболее перспективными для развития рекламных технологий?  
Найдите применение технологий проторекламы в современной рекламной деятельности.  
Что такое глобализация рекламного пространства?  
Раскройте частные концепции рекламного пространства.  
Обоснуйте необходимость интеграции отечественных СМИ с иностранными медиаструктурами.  
Каковы главные критерии при классификации оригиналов в полиграфии?  
Назовите этапы работы над макетами в полиграфии.  
Как следует располагать информацию на листе издания и почему?  
В дизайне макета различают два вида равновесия: формальное и неформальное. Когда применяется каждое из них?  
Назовите два класса, на которые делятся шрифты, и охарактеризуйте их.  
Назовите три большие группы полиграфических технологий.  
Назовите и охарактеризуйте четыре вида печати.  
Опишите косвенный и прямой способы плоской печати.  
Что такое шелкотрансфер? Приведите примеры использования этого метода.  
В чем заключается технология биговки?  
Назовите определение наружной рекламы. Перечислите наиболее распространенные форматы наружной рекламы,  
Назовите особенности наружной рекламы.  
Что собой представляет разработка макета наружной рекламы?  
Приведите примеры, где лучше всего размещать наружную рекламу.  
Какими принципами необходимо пользоваться при разработке наружной рекламы?  
Перечислите три основные технологии изготовления рекламных изображений и дайте им характеристику.  
Что такое контражурная подсветка?  
Назовите определение крышной установки.  
Назовите и опишите виды рекламы на транспорте.  
Печать наружной и интерьерной рекламы осуществляется на разнообразных материалах. Перечислите их.  
Перечислите основные носители видеорекламы.  
Назовите определение блиц-ролика, развернутого ролика, рекламно-демонстрационного ролика.  
Что такое flash-ролики и flash-открытки, где они применяются?  
Каковы цели и особенности создания презентационного (корпоративного) фильма?  
Перечислите технологические этапы работы над корпоративным фильмом.  
Какие существуют разновидности презентационного фильма?  
Каковы цели и предпосылки видео в онлайн-рекламе?  
Перечислите технологические этапы производства видеоролика.  
Какие этапы включает подготовка (препродакшн) к созданию рекламного видео?  
Перечислите контрольные вопросы к создателю видеоролика.  
Какими способами может осуществляться радиореклама?  
Перечислите виды подачи информации на радио.  
Охарактеризуйте три вида аудиороликов.  
Какие основные формы может иметь радиореклама?

- Какие рекламные продукты относят к типам радиорекламы?
- В чем состоят особенности создания аудиорекламы?
- Опишите примерный состав брифа на разработку сценария для аудиоролика.
- Перечислите принципы создания радиосценария.
- Каковы психологические особенности восприятия радиорекламы?
- Перечислите творческие приемы создания аудиорекламы.
- Раскройте три основных принципа функционирования мультимедиа.
- Что относится к особенностям технологии мультимедиа?
- Что выступает в качестве носителей для мультимедийных презентаций?
- Объясните на примерах варианты реализации и применения мультимедийных презентаций.
- Перечислите составляющие процесса создания мультимедийной CD-презентации.
- Раскройте виды технологий изготовления медиапрезентации.
- Что такое контекстная реклама и таргетирование?
- Объясните основные приемы продвижения сайта в поисковике.
- Какие действия требуются для бюджетирования рекламной деятельности?
- Объясните характер логистической зависимости эффективности рекламы от величины рекламного бюджета.
- Объясните на примере пути развития интенсивного и экстенсивного рекламного процесса.
- Опишите управление рекламным процессом по видам логистических характеристик в зависимости от типа рекламируемого товара, от поведенческого типа потребителя.
- Что необходимо учитывать при планировании рекламного бюджета?
- Что такое эффект и эффективность рекламы?
- Чем характеризуется потенциал эффективности рекламы?
- Какие критерии оценки эффективности рекламной кампании выступают в качестве обратных?
- Как оценивается коммуникационная эффективность рекламы?
- Как рассчитывается комплексный показатель эффективности системы маркетинговых коммуникаций?

### **Вопросы для устных опросов**

- Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Понятие и специфика рекламного продукта.
- Концепции товара в рекламе.
- Понятие стратегии рекламной деятельности.
- Стратегии рекламных обращений.
- Бриф как основа создания рекламного продукта.
- Понятие и особенности работы с рекламным обращением.
- Методики мотивации рекламных обращений и концепции креативного творчества в рекламе.
- Процессы создания рекламных текстов.
- Процессы формирования визуальных образов в рекламе и методики тестирования рекламы.
- Вопросы организации творческой деятельности в рекламном агентстве. Выбор методов создания востребованных обществом и индустрией медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта
- Понятие инструментария и технологии рекламной деятельности.
- Технологии проторекламы.
- Тенденции в рекламе, связанные с глобализацией рекламного пространства.
- Оригинал-макет и технологии его создания.
- Шрифты в макетировании.
- Полиграфические технологии.
- Основные носители и материалы в рекламной полиграфии.
- Особенности макетирования и «привязки» наружной рекламы к месту установки.
- Технологии производства наружной рекламы.
- Стационарная наружная реклама.
- Световые, проекционные и динамические рекламные установки.
- Реклама на движущихся носителях.
- Основные материалы в наружной рекламе.
- Средства видеорекламы и их технические характеристики.
- Технологические этапы производства видеоролика.
- Особенности подготовки создания видеорекламы.
- Технологии видеосъемки.
- Технологии видеомонтажа.
- Типология радиорекламы.
- Особенности создания сценария радиорекламы.
- Производство радиорекламы. Отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.
- Разработка управленческих решений по бюджету рекламной деятельности.
- Оценка рекламной деятельности.

Комплексная оценка результата маркетинговых коммуникаций в рекламной 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.

Комплексная оценка результата маркетинговых коммуникаций в рекламной кампании. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.

### **Вопросы для письменного опроса (для промежуточной аттестации)**

|   |
|---|
| Что такое рекламный продукт, в чем его отличие от товара?   |
| Назовите основные типы рекламных продуктов.   |
| В чем сущность современных рекламных стратегий?   |
| Перечислите стратегии рекламной деятельности.   |
| Раскройте сущность концепций формирования рекламы товара.   |
| Какие стратегии относятся к творческим, в чем их сущность?  |
| Охарактеризуйте стратегии бренд-менеджмента.  |
| Что такое бриф, его цели и функции?   |
| Перечислите основные разделы клиентского брифа.   |
| Раскройте содержание брифов при выработке рекламной стратегии.  |
| Какие цели может преследовать рекламное сообщение (РС)?   |
| Какие элементы может включать в себя РС?  |
| Приведите примеры рекламных сообщений, использующих рациональную и эмоциональную мотивацию.   |
| Перечислите известные вам ключевые параметры креативности РС.   |
| В чем специфика «метода дополнительного свидетельства», использованного в РС?   |
| Сформулируйте общие принципы создания рекламного текста.  |
| Каковы требования к фотографиям, используемым в печатной рекламе?   |
| Охарактеризуйте основные этапы написания сценария для видеорекламы.   |
| В чем сущность тестирования рекламы на основе методики DAR?   |
| Перечислите основные функции экаунт-менеджера.  |
| Раскройте структуру инструментария продвижения (P-mix).   |
| Классифицируйте понятие технология.   |
| Перечислите основные свойства, которыми можно охарактеризовать рекламные технологии.  |
| Перечислите этапы развития рекламных технологий.  |
| Перечислите средства проторекламы в эволюционном развитии.  |
| Какие средства рекламы целесообразно развивать в качестве инновационного подхода?   |
| Какие из средств проторекламы стали наиболее перспективными для развития рекламных технологий? Найдите применение технологий проторекламы в современной рекламной деятельности. |
| Что такое глобализация рекламного пространства?   |
| Раскройте частные концепции рекламного пространства.  |
| Обоснуйте необходимость интеграции отечественных СМИ с иностранными медиаструктурами.   |
| Каковы главные критерии при классификации оригиналов в полиграфии?  |
| Назовите этапы работы над макетами в полиграфии.  |
| Как следует располагать информацию на листе издания и почему?   |
| В дизайне макета различают два вида равновесия: формальное и неформальное. Когда применяется каждое   |

|  |
|--|
| из них?  |
| Назовите два класса, на которые делятся шрифты, и охарактеризуйте их.                                  |
| Назовите три большие группы полиграфических технологий.  |
| Назовите и охарактеризуйте четыре вида печати.   |
| Опишите косвенный и прямой способы плоской печати.   |
| Что такое шелкотрансфер? Приведите примеры использования этого метода.                                 |
| В чем заключается технология биговки?  |
| Назовите определение наружной рекламы. Перечислите наиболее распространенные форматы наружной рекламы, |
| Назовите особенности наружной рекламы.   |
| Что собой представляет разработка макета наружной рекламы?   |
| Приведите примеры, где лучше всего размещать наружную рекламу.   |
| Какими принципами необходимо пользоваться при разработке наружной рекламы?                             |
| Перечислите три основные технологии изготовления рекламных изображений и дайте им характеристику.      |
| Что такое контражурная подсветка?  |
| Назовите определение крышной установки.  |
| Назовите и опишите виды рекламы на транспорте.   |
| Печать наружной и интерьерной рекламы осуществляется на разнообразных материалах. Перечислите их.      |
| Перечислите основные носители видеорекламы.  |
| Назовите определение блиц-ролика, развернутого ролика, рекламно-демонстрационного ролика.              |
| Что такое flash-ролики и flash-открытки, где они применяются?  |
| Каковы цели и особенности создания презентационного (корпоративного) фильма?                           |
| Перечислите технологические этапы работы над корпоративным фильмом.                                    |
| Какие существуют разновидности презентационного фильма?  |
| Каковы цели и предпосылки видео в онлайн-рекламе?  |
| Перечислите технологические этапы производства видеоролика.  |
| Какие этапы включает подготовка (препродакшн) к созданию рекламного видео?                             |
| Перечислите контрольные вопросы к создателю видеоролика.   |
| Какими способами может осуществляться радиореклама?  |
| Перечислите виды подачи информации на радио.   |
| Охарактеризуйте три вида аудиороликов.   |
| Какие основные формы может иметь радиореклама?   |
| Какие рекламные продукты относят к типам радиорекламы?   |
| В чем состоят особенности создания аудиорекламы?   |
| Опишите примерный состав брифа на разработку сценария для аудиоролика.                                 |
| Перечислите принципы создания радиосценария.   |
| Каковы психологические особенности восприятия радиорекламы?  |
| Перечислите творческие приемы создания аудиорекламы.   |
| Раскройте три основных принципа функционирования мультимедиа.  |
| Что относится к особенностям технологии мультимедиа?   |
| Что выступает в качестве носителей для мультимедийных презентаций?                                     |
| Объясните на примерах варианты реализации и применения мультимедийных презентаций.                     |
| Перечислите составляющие процесса создания мультимедийной CD-презентации.                              |
| Раскройте виды технологий изготовления медиапрезентации.   |
| Что такое контекстная реклама и таргетирование?  |
| Объясните основные приемы продвижения сайта в поисковике.  |



|  |
|--|
| Какие действия требуются для бюджетирования рекламной деятельности?  |
| Объясните характер логической зависимости эффективности рекламы от величины рекламного бюджета.  |
| Объясните на примере пути развития интенсивного и экстенсивного рекламного процесса.   |
| Опишите управление рекламным процессом по видам логистических характеристик в зависимости от типа рекламируемого товара, от поведенческого типа потребителя. |
| Что необходимо учитывать при планировании рекламного бюджета?  |
| Что такое эффект и эффективность рекламы?  |
| Чем характеризуется потенциал эффективности рекламы?   |
| Какие критерии оценки эффективности рекламной кампании выступают в качестве обратных?  |
| Как оценивается коммуникационная эффективность рекламы?  |
| Как рассчитывается комплексный показатель эффективности системы маркетинговых коммуникаций?  |

**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. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

Дополнительная учебная литература:

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

2. Колышкина, Т. Б. Реклама в местах продаж : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020

3. Международный маркетинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. Л. Абаев [и др.] ; под редакцией А. Л. Абаева, В. А. Алексунина. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

4. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и pr-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — 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. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

Дополнительная учебная литература:

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

2. Колышкина, Т. Б. Реклама в местах продаж : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020

3. Международный маркетинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. Л. Абаев [и др.] ; под редакцией А. Л. Абаева, В. А. Алексунина. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

4. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и pr-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — 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](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](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/>)

Espace.net (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: СОВРЕМЕННЫЕ SMM-ТЕХНОЛОГИИ**

Индикаторы достижения компетенций:

- 1) ОПК-6.1 Выбирает специализированные информационные технологии для решения задачи профессиональной деятельности и обосновывает свой выбор
- 2) ОПК-4.2 Определяет необходимые данные для решения профессиональной задачи, идентифицирующие запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

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. Особенности генезиса новых медиа. Роль коммуникаций в онлайн- и офлайн-пространстве. Современные особенности и развитие электронной торговли и рекламы в Интернете. Вирусный маркетинг**

**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. Особенности генезиса новых медиа. Роль коммуникаций в онлайн- и офлайн-пространстве. Современные особенности и развитие электронной торговли и рекламы в Интернете. Вирусный маркетинг»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:<br/>         Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Интернет-аудитория: статистика и современные тенденции.<br/>         Генезис новых медиа.<br/>         Social media marketing (SMM) и особенности медиатекстов.<br/>         Особенности медиатекстов.<br/>         Медиаиндикаторы сайтов и инструменты нью-медиа.<br/>         Коммуникационная специфика нью-медиа.<br/>         Интерактивность.<br/>         Инструменты и технологии нью-медиа.<br/>         Признаки интернет-медиаструктуры.<br/>         Стейкхолдер-менеджмент.<br/>         Интернет-маркетинг.<br/>         Дифференциация вирусных изображений в SMM.</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. Особенности генезиса новых медиа. Роль коммуникаций в онлайн- и офлайн-пространстве. Современные особенности и развитие электронной торговли и рекламы в Интернете. Вирусный маркетинг»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:<br/>         К какой отметке приблизилась общая численность интернет-пользователей в 2015 г.? Назовите наиболее посещаемые сайты мира?<br/>         Какое место занимает интернет на рекламном рынке?<br/>         Что позволяет определить мониторинг информационного поля в интернете?<br/>         Что понимается под SMM?<br/>         Что подразумевается под нью-медиа?<br/>         Назовите методы, которые и используют игроки рынка для привлечения новых клиентов.<br/>         Назовите цель мерчандайзинга поставщика.<br/>         Охарактеризуйте цепочку распространения вируса SMM.</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. Особенности генезиса новых медиа. Роль коммуникаций в онлайн- и офлайн-пространстве. Современные особенности и развитие электронной торговли и рекламы в Интернете. Вирусный маркетинг»</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. Особенности генезиса новых медиа. Роль коммуникаций в онлайн- и офлайн-пространстве. Современные особенности и развитие электронной торговли и рекламы в Интернете. Вирусный маркетинг»</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: Айдентика в офлайн и онлайн-пространстве. Инструменты вирусного маркетинга: достоинства и недостатки. Этический и юридический аспекты. Конвергенция рынка офлайн-медиа. Данные для решения профессиональной задачи, идентифицирующие запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности**

**Обязательная самостоятельная работа**

|                      |  |
|----------------------|--|
| Подготовка к устному | Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Айдентика в офлайн и онлайн-пространстве. Инструменты вирусного маркетинга: достоинства и недостатки. Этический и юридический |
|----------------------|--|



|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| опросу                          | <p>аспекты. Конвергенция рынка офлайн-медиа. Данные для решения профессиональной задачи, идентифицирующие запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:<br/>Немарочные товары.<br/>Персоналии-бренды.<br/>Нейминг.<br/>Языковой аспект бренда и рекламных сообщений.<br/>Языковое манипулирование.<br/>Дизайн логотипов и товарных знаков.<br/>Brand Mapping (карта восприятия бренда).<br/>Эпатаж и провокационная реклама.<br/>Юридический аспект.<br/>Лояльность бренду.<br/>Онлайн-СМИ.<br/>Книгоиздательский рынок.<br/>Рынок периодических изданий.<br/>Медиахолдинги. Данные для решения профессиональной задачи, идентифицирующие запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p> |
| Подготовка к контрольной работе | <p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Айдентика в офлайн и онлайн-пространстве. Инструменты вирусного маркетинга: достоинства и недостатки. Этический и юридический аспекты. Конвергенция рынка офлайн-медиа. Данные для решения профессиональной задачи, идентифицирующие запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:<br/>Что такое брейнд-нейм?<br/>Что такое бренд-имидж?<br/>Приведите яркий пример культуры брендинга.<br/>Из чего состоит торговая марка?<br/>Что такое марочный знак?<br/>Что понимается под группами целевого воздействия?<br/>Назовите условия, при которых вирусная рекламная кампания будет эффективна.</p>   |

#### **Рекомендуемая самостоятельная работа**

|                              |   |
|------------------------------|---|
| Информационный блок          | <p>Составьте информационный блок по теме «Айдентика в офлайн и онлайн-пространстве. Инструменты вирусного маркетинга: достоинства и недостатки. Этический и юридический аспекты. Конвергенция рынка офлайн-медиа. Данные для решения профессиональной задачи, идентифицирующие запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности»</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 «Айдентика в офлайн и онлайн-пространстве. Инструменты вирусного маркетинга: достоинства и недостатки. Этический и юридический аспекты. Конвергенция рынка офлайн-медиа. Данные для решения профессиональной задачи, идентифицирующие запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности»</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: Особенности архитектуры офлайн-СМИ. Стоимостные и качественные характеристики медиaplана офлайн- и онлайн-СМИ. Коммуникационные стратегии российских медиахолдингов: контент и аудитория. Специализированные информационные технологии для решения задачи профессиональной деятельности.**

#### **Обязательная самостоятельная работа**

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| Подготовка к устному опросу | <p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Особенности архитектуры офлайн-СМИ. Стоимостные и качественные характеристики медиaplана офлайн- и онлайн-СМИ. Коммуникационные стратегии российских медиахолдингов: контент и аудитория. Специализированные информационные технологии для решения задачи профессиональной деятельности.»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> |
|-----------------------------|---|

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
|                                 | <p>Рекламные доходы печатных СМИ.<br/>         Особенности составления и оформления рекламных объявлений.<br/>         Выбор носителя рекламы.<br/>         Стоимостные характеристики.<br/>         Качественные характеристики.<br/>         Рекламно-коммуникационные холдинги.<br/>         Российский рынок телевидения: основные характеристики и тенденции развития.<br/>         Современные тенденции развития российского рынка радиостанций и особенности использования рекламы на радио.<br/>         Некоторые особенности теле-, радио- и онлайн-аудитории. Специализированные информационные технологии для решения задачи профессиональной деятельности.</p>   |
| Подготовка к контрольной работе | <p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Особенности архитектуры офлайн-СМИ. Стоимостные и качественные характеристики медиаплана офлайн- и онлайн-СМИ. Коммуникационные стратегии российских медиахолдингов: контент и аудитория. Специализированные информационные технологии для решения задачи профессиональной деятельности.»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:<br/>         Какие задачи решают большинство корпоративных СМИ?<br/>         Что оказало негативное влияние на рынок прессы России?<br/>         Назовите важный параметр, обеспечивающий эффективность рекламы в прессе.<br/>         Что такое медиапланирование?<br/>         Назовите медиаметрические показатели для выявления критериев сегментирования аудитории нью-медиа.<br/>         Какие показатели рекомендует применять В. Н. Бузин?<br/>         Назовите зарубежных стратегических инвесторов российского эфирного телевидения.</p> |

#### **Рекомендуемая самостоятельная работа**

|                           |  |
|---------------------------|--|
| Составление конспекта     | <p>Составьте конспект по теме «Особенности архитектуры офлайн-СМИ. Стоимостные и качественные характеристики медиаплана офлайн- и онлайн-СМИ. Коммуникационные стратегии российских медиахолдингов: контент и аудитория. Специализированные информационные технологии для решения 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> |
| Графологическая структура | <p>Составьте графологическую структуру по теме «Особенности архитектуры офлайн-СМИ. Стоимостные и качественные характеристики медиаплана офлайн- и онлайн-СМИ. Коммуникационные стратегии российских медиахолдингов: контент и аудитория. Специализированные информационные технологии для решения задачи профессиональной деятельности.»</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: Слияния и поглощения как ключевой драйвер сделок М&А. Этапы консолидации рынка М&А: международный опыт и российская практика**

#### **Обязательная самостоятельная работа**

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| Подготовка к устному опросу | <p>Подготовьтесь к устному опросу в части темы «Слияния и поглощения как ключевой драйвер сделок М&amp;А. Этапы консолидации рынка М&amp;А: международный опыт и российская практика»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:<br/>         Молочные продукты.<br/>         Соки и коласодержащие напитки.<br/>         Особенности позиционирования и продвижения соковых брендов в России.<br/>         Особенности сделок М&amp;А. Практика применения теоретических положений дисциплины.<br/>         Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности. .<br/>         Осуществление разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ.<br/>         Разработка проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ.<br/>         Осуществление управления информацией из различных источников.<br/>         Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации.<br/>         Планирование работ по созданию контента.</p> |
|-----------------------------|---|

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
|                                 | Мониторинг и оценка результатов выполнения работ, формулирование замечаний, редактирование контента.  |
| Подготовка к контрольной работе | <p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Слияния и поглощения как ключевой драйвер сделок М&amp;А. Этапы консолидации рынка М&amp;А: международный опыт и российская практика»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Что такое слияния и поглощения?</p> <p>Что такое слияние?</p> <p>Что такое поглощение?</p> <p>Что понимается под враждебным или недружественным поглощением?</p> <p>Назовите три основных способа захвата.</p> <p>Какими факторами была predeterminedена среда враждебных поглощений в России?</p> <p>Что такое каннибализм марок?</p> |

**Рекомендуемая самостоятельная работа**

|                              |  |
|------------------------------|--|
| Сводная (обобщающая) таблица | <p>Составьте сводную (обобщающую) таблицу по теме «Слияния и поглощения как ключевой драйвер сделок М&amp;А. Этапы консолидации рынка М&amp;А: международный опыт и российская практика»</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 «Слияния и поглощения как ключевой драйвер сделок М&amp;А. Этапы консолидации рынка М&amp;А: международный опыт и российская практика»</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: Брендинговые войны на рынке молочных продуктов, соков и коласодержащих напитков. Коммуникационные стратегии на рынке брендированного пива. 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 «Брендинговые войны на рынке молочных продуктов, соков и коласодержащих напитков. Коммуникационные стратегии на рынке брендированного пива. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.»</p> <p>Вопросы для подготовки к устному опросу:</p> <p>Молочные продукты.</p> <p>Соки и коласодержащие напитки.</p> <p>Особенности позиционирования и продвижения соковых брендов в России.</p> <p>Особенности сделок М&amp;А. Практика применения теоретических положений дисциплины.</p> <p>Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.</p>  |
| Подготовка к контрольной работе | <p>Подготовьтесь к контрольной работе в части темы «Брендинговые войны на рынке молочных продуктов, соков и коласодержащих напитков. Коммуникационные стратегии на рынке брендированного пива. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.»</p> <p>Вопросы для подготовки к письменному опросу:</p> <p>Какие сюжеты обеспечили известность марке сока "Моя семья"?</p> <p>На кого ориентирована марка класса "Rich", "Я"?</p> <p>На кого ориентирована марка эконом класса "Моя семья", "Фруктовый сад", "Добрый"?</p> <p>Назовите медиаканалы, которые использует компания для узнавания марки.</p> <p>В чём заключались принципы маркетинговой политики компании "Тинькофф"?</p> <p>Назовите бренды, которые имели собственную философию.</p> <p>Назовите и охарактеризуйте начальные этапы разработки PR-кампании.</p> |

**Рекомендуемая самостоятельная работа**

|           |  |
|-----------|--|
| Глоссарий | <p>Составьте глоссарий по теме «Брендинговые войны на рынке молочных продуктов, соков и коласодержащих напитков. Коммуникационные стратегии на рынке брендированного пива. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.»</p> |
|-----------|--|

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)**

- К какой отметке приблизилась общая численность интернет-пользователей в 2015 г.?  
Назовите наиболее посещаемые сайты мира?  
Какое место занимает интернет на рекламном рынке?  
Что позволяет определить мониторинг информационного поля в интернете?  
Что понимается под SMM?  
Что подразумевается под нью-медиа?  
Назовите методы, которые используют игроки рынка для привлечения новых клиентов.  
Назовите цель мерчандайзинга поставщика.  
Охарактеризуйте цепочку распространения вируса SMM.  
Что такое брейнд-нейм?  
Что такое бренд-имидж?  
Приведите яркий пример культуры брендинга.  
Из чего состоит торговая марка?  
Что такое марочный знак?  
Что понимается под группами целевого воздействия?  
Назовите условия, при которых вирусная рекламная кампания будет эффективна.  
Какие задачи решают большинство корпоративных СМИ?  
Что оказало негативное влияние на рынок прессы России?  
Назовите важный параметр, обеспечивающий эффективность рекламы в прессе.  
Что такое медиапланирование?  
Назовите медиаметрические показатели для выявления критериев сегментирования аудитории нью-медиа.  
Какие показатели рекомендует применять В. Н. Бузин?  
Назовите зарубежных стратегических инвесторов российского эфирного телевидения.  
Что такое слияния и поглощения?  
Что такое слияние?  
Что такое поглощение?  
Что понимается под враждебным или недружественным поглощением?  
Назовите три основных способа захвата.  
Какими факторами была предопределена среда враждебных поглощений в России?  
Что такое каннибализм марок?  
Какие сюжеты обеспечили известность марке сока "Моя семья"?  
На кого ориентирована марка класса "Rich", "Я"?  
На кого ориентирована марка эконом класса "Моя семья", "Фруктовый сад", "Добрый"?  
Назовите медиаканалы, которые использует компания для узнавания марки.  
В чём заключались принципы маркетинговой политики компании "Тинькофф"?  
Назовите бренды, которые имели собственную философию.  
Назовите и охарактеризуйте начальные этапы разработки PR-кампании.

### **Вопросы для устных опросов**

Актуальные вопросы предмета дисциплины. Современные информационные технологии и программные средства, применяемые в контексте дисциплины. Интернет-аудитория: статистика и современные тенденции.

- Генезис новых медиа.  
Social media marketing (SMM) и особенности медиатекстов.  
Особенности медиатекстов.  
Медиаиндикаторы сайтов и инструменты нью-медиа.  
Коммуникационная специфика нью-медиа.  
Интерактивность.  
Инструменты и технологии нью-медиа.  
Признаки интернет-медиаструктуры.  
Стейкхолдер-менеджмент.  
Интернет-маркетинг.  
Дифференциация вирусных изображений в SMM.  
Немарочные товары.  
Персоналии-бренды.  
Нейминг.  
Языковой аспект бренда и рекламных сообщений.  
Языковое манипулирование.



Дизайн логотипов и товарных знаков.  
 Brand Mapping (карта восприятия бренда).  
 Эпатаж и провокационная реклама.  
 Юридический аспект.  
 Лояльность бренду.  
 Онлайн-СМИ.  
 Книгоиздательский рынок.  
 Рынок периодических изданий.  
 Медиахолдинги. Данные для решения профессиональной задачи, идентифицирующие запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности  
 Рекламные доходы печатных СМИ.  
 Особенности составления и оформления рекламных объявлений.  
 Выбор носителя рекламы.  
 Стоимостные характеристики.  
 Качественные характеристики.  
 Рекламно-коммуникационные холдинги.  
 Российский рынок телевидения: основные характеристики и тенденции развития.  
 Современные тенденции развития российского рынка радиостанций и особенности использования рекламы на радио.  
 Некоторые особенности теле-, радио- и онлайн аудитории. Специализированные информационные технологии для решения задачи профессиональной деятельности.  
 Молочные продукты.  
 Соки и коласодержащие напитки.  
 Особенности позиционирования и продвижения соковых брендов в России.  
 Особенности сделок М&А. 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.  
 Особенности сделок М&А. Практика применения теоретических положений дисциплины. Перспективы развития дисциплины. Задачи профессиональной деятельности.

### **Вопросы для письменного опроса (для промежуточной аттестации)**

|  |
|--|
| К какой отметке приблизилась общая численность интернет-пользователей в 2015 г.? |
| Назовите наиболее посещаемые сайты мира?   |
| Какое место занимает интернет на рекламном рынке?                                |
| Что позволяет определить мониторинг информационного поля в интернете?            |
| Что понимается под SMM?  |
| Что подразумевается под нью-медиа?   |
| Назовите методы, которые используют игроки рынка для привлечения новых клиентов. |
| Назовите цель мерчандайзинга поставщика.   |
| Охарактеризуйте цепочку распространения вируса SMM.                              |
| Что такое брейнд-нейм?   |
| Что такое бренд-имидж?   |
| Приведите яркий пример культуры брендинга.                                       |
| Из чего состоит торговая марка?  |
| Что такое марочный знак?   |
| Что понимается под группами целевого воздействия?                                |
| Назовите условия, при которых вирусная рекламная кампания будет эффективна.      |
| Какие задачи решают большинство корпоративных СМИ?                               |
| Что оказало негативное влияние на рынок прессы России?                           |
| Назовите важный параметр, обеспечивающий эффективность рекламы в прессе.         |

|   |
|---|
| Что такое медиaplанирование?  |
| Назовите медиаметрические показатели для выявления критериев сегментирования аудитории нью-медиа. |
| Какие показатели рекомендует применять В. Н. Бузин?   |
| Назовите зарубежных стратегических инвесторов российского эфирного телевидения.                   |
| Что такое слияния и поглощения?   |
| Что такое слияние?  |
| Что такое поглощение?   |
| Что понимается под враждебным или недружественным поглощением?                                    |
| Назовите три основных способа захвата.  |
| Какими факторами была предопределена среда враждебных поглощений в России?                        |
| Что такое каннибализм марок?  |
| Какие сюжеты обеспечили известность марке сока "Моя семья"?                                       |
| На кого ориентирована марка класса "Rich", "Я"?   |
| На кого ориентирована марка экономкласса "Моя семья", "Фруктовый сад", "Добрый"?                  |
| Назовите медиаканалы, которые использует компания для узнавания марки.                            |
| В чём заключались принципы маркетинговой политики компании "Тинькофф"?                            |
| Назовите бренды, которые имели собственную философию.   |
| Назовите и охарактеризуйте начальные этапы разработки PR-кампании.                                |

**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. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. Smm, рынок mBa : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Л. Музыкант. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

Дополнительная учебная литература:

1. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

2. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

3. Почакаев, Р. Ю. История связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / Р. Ю. Почакаев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

4. Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для академического бакалавриата / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

5. Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — 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. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. Smm, рынок mBa : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Л. Музыкант. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

Дополнительная учебная литература:

1. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

2. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

3. Почекаев, Р. Ю. История связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / Р. Ю. Почекаев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

4. Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для академического бакалавриата / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019

5. Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — 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](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](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/>)