Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Сорокина Екатерина Васильевна
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 15.06.2023 15:51:21
Уникальный программный ключ:
4c3e1fa1eb27801ce9382c57cdbe0016eb6e676764aa42b2fad97ddccafbf85e

ЧОУ ВО «Тольяттинская академия управления»

Кафедра Управления и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

Сорокина Е.В. Сорокина

08.06.2023

Б1.В.07

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Учебная дисциплина	*Организация и проведение кампаний в рекламе и связях с общественностью*
По направлению подготовки	*42.03.01*
	РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Профиль (программа бакалавриата)	*«Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»*
Форма обучения	*Очная*

Программа дисциплины рассмотрена (актуализирована) и утверждена на заседании кафедры управления и связей с общественностью

Протокол заседания № 11 от «07» июня 2023 г.

Заведующий кафедрой *Никитина Наталья Викторовна*

2023

1. ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Рабочая программа дисциплины «Организация и проведение кампаний в рекламе и связях с общественностью» составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 №512 (с изменениями и дополнениями) и учебного плана направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях».

Трудоемкость дисциплины: 3 ЗЕТ / 108 академических часов, в том числе: 44 часа контактной работы и 64 часа самостоятельной работы обучающихся.

Распределение часов дисциплины по семестрам и видам занятий (по учебному плану)

Вид учебной работы		**Количество часов**								
		Всего по учебному плану	**Семестры**							
			1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**
Контактная работа (всего):		**44**						**44**		
в том числе:										
Лекции		**8**						**8**		
Практические занятия		**32**						**32**		
Контроль самостоятельной работы (КСР)		**4**						**4**		
Самостоятельная работа (всего):		**64**						**64**		
Виды промежуточной аттестации		***Зачет с оценкой***						***Зачет с оценкой***		
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины:	**Часы:**	***108***						***108***		
	Зач. ед.:	***3***						***3***		

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью дисциплины является формирование у обучающихся комплекса знаний и навыков, необходимых для подготовки и проведения кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью.

В задачи дисциплины входит:

- изучение основ деловой этики, методов и технологий делового администрирования, принципов маркетинговых коммуникаций, технологий взаимодействия со СМИ, подготовки и проведения презентаций, технологии организации мероприятий;

- изучение особенностей подготовки и проведения кампаний и мероприятий в сфере рекламной работы и деятельности по связям с общественностью;
- освоение методик работы с аудиторией, навыками организации мероприятий, публичных презентаций и выступлений, техниками деловых переговоров работы с продакшн-компаниями и органами власти;
- приобретение навыков анализа среды коммуникаций; общения с клиентами в публичных информационных системах, публичными персонами, лидерами общественного мнения.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПЛАНЕ

Учебная дисциплина «Организация и проведение кампаний в рекламе и связях с общественностью» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1. «Дисциплины (модули)».

Знания, умения и навыки, приобретенные в результате изучения данной дисциплины, будут необходимы для освоения дисциплин «Медиапланирование», прохождения преддипломной практики, а также для написания выпускной квалификационной работы.

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Результаты освоения образовательной программы (компетенции обучающихся) устанавливаются в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки и профессиональными стандартами, соответствующими профессиональной деятельности выпускников, а также на основе анализа требований работодателей, предъявляемых к выпускникам. Планируемые результаты обучения по дисциплине (знания, умения, навыки) обеспечивают достижение результатов освоения образовательной программы.

Шифр и название компетенции	Индикаторы компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-5 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	**ПК-5.1** Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и	**Знать:** - мировой и отечественный опыт подготовки и проведения кампаний и мероприятий в сфере рекламной работы и деятельности по связям с общественностью; **Уметь:** - выполнять профессиональные функции подготовки и проведения кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью **Владеть:** - навыками подготовки и проведения

	связям с общественностью.	кампаний и мероприятий - навыками применения творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта
	ПК-5.2 Осуществляет тактическое планирований мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.	**Знать:** - специфику разных типов СМИ и других медиа **Уметь:** - создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью **Владеть:** - навыками создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании

5. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Семестр изучения: 6

Раздел, модуль	Подраздел, тема	Виды учебной работы					Промежуточная аттестация в часах	Форма текущего контроля	Формируемые компетенции
		Контактная работа (в часах)			Самостоятельная работа				
		лекции	практические занятия	КСР	в часах	формы организации самостоятельной работы			
	Тема 1. Теоретические основы организации кампании в рекламе и связях с общественностью	2	4		10	Повторение пройденного материала, подготовка докладов Выполнение тестовых заданий		Устный опрос Выступление с докладами Проверка тестовых заданий	ПК-5.1
	Тема 2. Аналитический этап кампании в рекламе и связях с общественностью	2	4		10	Повторение пройденного материала, подготовка докладов		Выступление с докладами	ПК-5.1
	Тема 3. Этап планирования кампании в рекламе и связях с общественностью	2	8		10	Повторение пройденного материала, подготовка докладов		Выступление с докладами	ПК-5.1 ПК-5.2
	Тема 4. Практическая реализация кампаний в рекламе и связях с общественностью	2	8		10	Повторение пройденного материала, подготовка к практической работе		Проверка практической работы	ПК-5.2
	Тема 5. Заключительный этап кампаний в рекламе и связях с общественностью	-	8		10	Повторение пройденного материала, подготовка к практической работе		Проверка практической работы	ПК-5.2
Форма промежуточной аттестации **Зачет с оценкой**					14	Подготовка к промежуточной аттестации	0		
Итого		**8**	**32**	**4**	**64**	**-**	**0**		
		108							

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Теоретические основы организации кампании в рекламе и связях с общественностью

Понятие и модели рекламы и связей с общественностью. PR и реклама как коммуникативная управленческая деятельность. Стратегия и алгоритм решения рекламных и PR-проблем. Понятие и общая характеристика рекламных и PR-кампании. Основные этапы кампании в рекламе и связях с общественностью. Место и роль кампаний в системе рекламной и PR-деятельности организации и ее коммуникационной политике. Классификация рекламных и PR-кампаний. Особенности проведения рекламных и PR-кампаний в различных сферах общественной жизни.

Тема 2. Аналитический этап кампании в рекламе и связях с общественностью

Понятие и общая характеристика исследования в контексте рекламных и PR-кампаний. Понятие и общая характеристика исследования в контексте кампаний в рекламе и связях с общественностью. Основные направления исследований на этапе подготовки рекламной и PR-кампании. Виды и методы исследований в целях проведения рекламной и PR-кампании. Методические особенности проведения исследований.

Тема 3. Этап планирования кампании в рекламе и связях с общественностью

Общая характеристика этапа планирования рекламных и PR-кампаний. Определение целей и задач кампаний в рекламе и связях с общественностью. Разработка стратегии рекламной и PR-кампании. Планирование тактик проведения рекламной и PR-кампании. Планы по работе с основными группами общественности. Проблема составления бюджета рекламной и PR-кампании.

Тема 4. Практическая реализация кампаний в рекламе и связях с общественностью

Специальные события кампаний в рекламе и связях с общественностью. Технология создания события кампаний в рекламе и связях с общественностью. Рекламное и PR-обращение. Разновидности и особенности рекламных и PR-текстов. Реализация кампании в рекламе и связях с общественностью: проблема коммуникации. Проведение рекламной и PR-кампании в условиях ограниченных ресурсов. Реализация рекламной и PR-кампании: учет и контроль. Кампания в рекламе и связях с общественностью как проект и объект проектного менеджмента.

Тема 5. Заключительный этап кампаний в рекламе и связях с общественностью

Оценка эффективности рекламной и PR-кампании. Формы, методы и критерии оценки эффективности рекламной и PR-кампании. Структура отчета и процесс его составления.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

В рамках данной учебной дисциплины обучающиеся выполняют самостоятельную внеаудиторную работу в виде повторения пройденного материала по всем темам, изучения дополнительного теоретического материала по темам 2-5, подготовки докладов по темам 1-3, выполнения дополнительных практических заданий по темам 4-5, подготовки к проверочным тестам и промежуточным аттестациям.

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При изучении данной дисциплины используются следующие образовательные технологии:

Тема занятия	**Вид образовательной технологии**	**Форма проведения занятия**
Тема 1. Теоретические основы организации кампании в рекламе и связях с общественностью	*Интерактивная технология*	*Лекция-визуализация*
		Семинар-дискуссия
Тема 2. Аналитический этап кампании в рекламе и связях с общественностью	*Интерактивная технология*	*Лекция-визуализация*
		Семинар-дискуссия
Тема 3. Этап планирования кампании в рекламе и связях с общественностью	*Интерактивная технология*	*Лекция-визуализация*
		Семинар-дискуссия
Тема 4. Практическая реализация кампаний в рекламе и связях с общественностью	*Интерактивная технология*	*Лекция-визуализация*
	Традиционная технология	*Практическое занятие*
Тема 5. Заключительный этап кампаний в рекламе и связях с общественностью	*Традиционная технология*	*Практическое занятие*

9. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

9.1. Формы контроля по дисциплине

Текущий контроль. В процессе изучения учебной дисциплины обучающиеся участвуют в устных теоретических опросах, выполняют практические и индивидуальные задания, тесты, участвуют в коллективных разработках, выступают с докладами. Результаты данных видов работ являются основанием для выставления оценок текущего контроля по данной учебной дисциплине. Выполнение всех работ и тестов является обязательным для всех обучающихся. Обучающиеся, не выполнившие в полном объеме все практические задания и тесты, не сделавшие хотя бы одного публичного доклада и не участвующие хотя бы в одной коллективной разработке не допускаются к сдаче зачета с оценкой по данной учебной дисциплине.

Промежуточная аттестация. Для контроля усвоения обучающимися данной дисциплины и достижения запланированных результатов обучения учебным планом предусмотрен зачет с оценкой по окончании 6 семестра обучения в форме устного ответа на теоретический вопрос и выполнения практического задания.

9.2. Оценочные материалы (оценочные средства) для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине представлены в фондах оценочных средств.

Промежуточная аттестация.

Список вопросов для подготовки к зачету с оценкой

1. Понятие и модели рекламы и связей с общественностью.
2. PR и реклама как коммуникативная управленческая деятельность.
3. Стратегия и алгоритм решения рекламных и PR-проблем.
4. Понятие и общая характеристика рекламных и PR-кампании.
5. Основные этапы кампании в рекламе и связях с общественностью.
6. Классификация рекламных и PR-кампаний.
7. Понятие и общая характеристика исследования в контексте рекламных и PR-кампаний.
8. Понятие и общая характеристика исследования в контексте кампаний в рекламе и связях с общественностью.
9. Основные направления исследований на этапе подготовки рекламной и PR-кампании.
10. Виды и методы исследований в целях проведения рекламной и PR-кампании.
11. Методические особенности проведения исследований.
12. Общая характеристика этапа планирования рекламных и PR-кампаний.
13. Определение целей и задач кампаний в рекламе и связях с общественностью.
14. Разработка стратегии рекламной и PR-кампании.
16. Планирование тактик проведения рекламной и PR-кампании.
17. Планы по работе с основными группами общественности.
18. Проблема составления бюджета рекламной и PR-кампании.
19. Специальные события кампаний в рекламе и связях с общественностью.
20. Технология создания события кампаний в рекламе и связях с общественностью.
21. Рекламное и PR-обращение.
22. Разновидности и особенности рекламных и PR-текстов.
23. Реализация кампании в рекламе и связях с общественностью: проблема коммуникации.
24. Проведение рекламной и PR-кампании в условиях ограниченных ресурсов.
25. Реализация рекламной и PR-кампании: учет и контроль.

26. Кампания в рекламе и связях с общественностью как проект и объект проектного менеджмента.
27. Оценка эффективности рекламной и PR-кампании.
28. Формы оценки эффективности рекламной и PR-кампании.
29. Методы и критерии оценки эффективности рекламной и PR-кампании.
30. Структура отчета и процесс его составления.

Порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине для инвалидов и лиц с ОВЗ предусмотрен Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

10. РЕСУРСНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ

Для проведения занятий лекционного типа по данной дисциплине используются аудитории с медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук) и учебной мебелью.

Для проведения занятий семинарского типа (практических занятий) по данной дисциплине используются аудитории с учебной мебелью и медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук) или компьютерные классы, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет и необходимым программным обеспечением.

Для самостоятельной работы обучающихся используется помещение для самостоятельной работы обучающихся, оснащенное компьютерами с необходимым программным обеспечением и доступом в Интернет и электронную информационно-образовательную среду вуза.

Для проведения контроля самостоятельной работы по данной дисциплине используются аудитории с учебной мебелью и медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук) или компьютерные классы, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет и необходимым программным обеспечением.

Для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по данной дисциплине используются аудитории с учебной мебелью и медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук).

Перечень лицензионного программного обеспечения

№ п/п	Наименование	Тип ресурса
1	Microsoft Windows	Лицензионное соглашение Microsoft - Open Value Subscription для решений Education Solutions №V8265046 Сублицензионный договор АО «СофтЛайн Трейд» № /131 от 10.07.2020. Период действия договора бессрочный
2	Microsoft Office	
3	Microsoft Office Visio	
4	СПС КонсультантПлюс -	ЛД ООО "Консультант" дог. №251/02 от

	справочно-правовая система отечественного производства	01.01.2022 Период действия договора бессрочный
5	Антивирус Касперского отечественного производства	СЛД АО «СофтЛайн Трейд» договор №291/Tr от 28.12.2021, лицензия № 17E0-220119-110841-733-2920. Срок действия договора до 11.02.2024

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения

- СПС КонсультантПлюс - справочно-правовая система отечественного производства в свободном доступе в интернет;
- 7-Zip – архиватор;
- Google Chrome - бесплатный веб-браузер;
- Сервисы Google – облачные сервисы.

В соответствии с Положением о создании специальных условий для инвалидов и лиц с ОВЗ информационно-технологическая база образовательного процесса предусматривает использование материально-технических средств с учетом различных нозологий инвалидов и лиц с ОВЗ.

11. ЛИТЕРАТУРА

11.1. Основная литература

№ п/п	Библиографическое описание	Тип	Количество в библиотеке
1	Эйнштейн, М. Реклама под прикрытием. Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете [Электронный ресурс] / М. Эйнштейн М. - Москва : Альпина Паблишер, 2017. - 301 с. - Электронная версия находится в ЭБС Знаниум: https://new.znanium.com/catalog/product/1003009 .	учебное пособие	ЭБС
2	Антипов, К. В. Основы рекламы [Электронный ресурс] : учебник / К. В. Антипов. - 4-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 326 с. - Электронная версия находится в ЭБС Знаниум: https://znanium.com/catalog/product/1093170	учебник	ЭБС
3	Секерин, В. Д. Инновационный маркетинг : учебник / В.Д. Секерин. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 237 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-011323-4. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1841700	учебник	ЭБС

11.2. Дополнительная литература

1. Винарский, Я. С. Web-аппликации в интернет-маркетинге: проектирование, создание

и применение : практическое пособие / Я.С. Винарский, Р.Д. Гутгарц. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 269 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Просто, кратко, быстро). - ISBN 978-5-16-010065-4. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1856551

2. Годин, А. М. Инструменты современного маркетинга [Электронный ресурс] : монография / А. М. Годин, О. А. Масленникова. – Москва : Дашков и К°, 2014. - 179 с. - Электронная версия находится в ЭБС Знаниум: http://znanium.com/catalog/product/514607
3. Чумиков, А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652. - ISBN 978-5-16-013075-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1904453
4. Смит, К. Конверсия. Как превратить лиды в продажи: справочное пособие [Электронный ресурс] / К. Смит. - Москва : Альпина Паблишер, 2017. - 280 с. - Электронная версия находится в ЭБС Знаниум: https://znanium.com/catalog/product/1002554
5. Черенков, В. И. Глобальная маркетинговая среда: опыт концептуальной интеграции [Электронный ресурс] : монография / В.И. Черенков. – М. : Инфра-М, 2018. - 362 с. Электронная версия находится в ЭБС Знаниум: http://znanium.com/catalog/product/920704.

Периодические издания

1. PR в России [Электронный ресурс]: проф. журнал. – Режим доступа: http://dlib.eastview.com/browse/publication/20966
2. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика [Электронный ресурс]: науч. журнал. – Режим доступа: http://dlib.eastview.com/browse/publication/9346
3. Менеджмент в России и за рубежом [Электронный ресурс]: журнал. – Режим доступа: http://dlib.eastview.com/browse/publication/18786

11.3. Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы, электронные библиотечные системы

1. База данных East View Information Services [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://dlib.eastview.com.

2. IPRBooks.ru: электронно-библиотечная система [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru.
3. ZNANIUM.COM: электронно-библиотечная система [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://znanium.com.
4. Гарант [Электронный ресурс]: информационно-правовое обеспечение [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.garant.ru
5. Консультант плюс: справочно-правовая система [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru; T:\consultantplus\cons.exe.
6. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://uisrussia.msu.ru/index.php
7. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://elibrary.ru.
8. Электронная библиотека ТАУ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://83.234.207.58/MarcWeb2/Default.asp.

12. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение обучающимся дисциплины предполагает посещение лекций и практических занятий, участие в устных теоретических опросах, выполнение практических и индивидуальных заданий, тестов, участие в коллективных разработках, выступление с докладами. При подготовке к лекции и для выполнения самостоятельной работы обучающемуся необходимо прочитать материал предыдущей лекции, стремясь к пониманию всех понятий и утверждений. По дисциплине проводятся следующие виды лекций: лекция-презентация – лекция информационного характера, предполагающая объяснения преподавателя с иллюстративным изложением материала; лекция с элементами обратной связи – лекция, на которой преподаватель производит изложение учебного материала, используя краткие ответы на вопросы, как правило, в начале лекции или в начале какого-либо раздела лекции, и групповое обсуждение отдельных «проблемных» мест, что предполагает подготовку и самостоятельное изучение обучающимися теоретического материала по заявленной преподавателем теме; интерактивная лекция – лекция, на которой изучаемый материал представляют обучающиеся в виде докладов-эссе по заранее выданным темам.

При работе над докладами-эссе обучающемуся следует самостоятельно проводить анализ поставленной проблемы с использованием аналитического инструментария, строить логические выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. Объем доклада-эссе не должен превышать 3-4 страниц печатного текста. Результаты запланированных в дисциплине докладов-эссе должны быть оформлены в соответствии с требованиями Академии к оформлению текстовых документов. Выступление с докладом

и устные ответы на вопросы являются элементами текущего контроля и оцениваются преподавателем. Полученные отметки учитываются при выставлении зачета с оценкой.

Освоение дисциплины предполагает выполнение практических заданий (практики) во время контактной работы с преподавателем либо в часы самостоятельной работы. Все практические задания дисциплины базируются на использовании результатов реальных статистических отчетов, предоставляемых преподавателями во время занятий и размещенных в локальной сети Академии и электронной информационно-образовательной среде. Выполненные практические работы сдаются на проверку преподавателю одним из следующих способов: сохранение в электронной информационно-образовательной среде, отправка преподавателю на почтовый ящик. При отправке преподавателю выполненной работы по почте обучающемуся следует обеспечить личную идентификацию. Как правило, в теме или тексте письма указывается курс, ФИО обучающегося, дисциплина, тема, по которой выполнена работы. Отдельные практические работы могут быть проверены преподавателем непосредственно в аудитории. Результаты проверки выполненных работ доводятся до сведения обучающегося во-время аудиторных занятий, в часы КСР, размещаются в электронной информационно-образовательной среде.

Для закрепления приобретенных знаний, умений и навыков, для развития способностей к самообучению в дисциплине предусмотрена самостоятельная работа. Самостоятельная работа может выполняться обучающимся дома или в аудиториях Академии, специально отведенных для самостоятельной работы и оснащенных необходимым техническим и программным обеспечением, доступом к ЭИОС и ЭБС. Для успешного выполнения самостоятельной работы обучающемуся рекомендуется заранее ознакомиться с перечнем заданий и графиком ее выполнения. Подготовка к лекциям и практическим занятиям с последующим участием в устном опросе предполагает: систематическое чтение конспектов лекций, учебников и источников дополнительной литературы; работу со справочниками и нормативными документами; аналитическую обработка, составление таблиц и схем для систематизации изученного материала; ответы на контрольные вопросы и составление плана и/или тезисов ответов; решение тренировочных задач. Подготовка к тестированию предполагает: чтение конспекта лекций, учебников и источников дополнительной литературы для поиска ответов на примерные вопросы теста; составление плана и/или тезисов ответов.

Для выполнения практических заданий самостоятельной работы (подготовка докладов решение дополнительных задач) по данной дисциплине в домашних условиях (за пределами Академии) обучающемуся необходим персональный компьютер (планшет) и программный пакет Microsoft Office не ниже 10 версии. Самостоятельная работа

сопровождаются методическими указаниями, размещенными в локальной сети Академии и электронной информационно-образовательной среде. Методические указания содержат формулировку задания, примерную технологию выполнения, формат сдачи выполненной работы. Преподаватель во время аудиторных занятий заранее обсуждает с обучающимися задание самостоятельной работы и порядок ее сдачи. Консультации по выполнению самостоятельных работ, обсуждение отметок и допущенных ошибок, защита отдельных видов самостоятельных работ осуществляется во время КСР на кафедре управления и связей с общественностью или в аудитории по расписанию. Консультации преподавателя по выполнению самостоятельной работы могут осуществляться посредством асинхронного (почта, ЭИОС) и синхронного (zoom, сети) коммуникационного взаимодействия по предварительной договоренности с преподавателем. Выполняемые самостоятельные работы являются элементами текущего контроля и оцениваются преподавателем. Полученные отметки учитываются при выставлении зачета с оценкой.

Формой промежуточного контроля выступает зачет с оценкой. Зачет с оценкой выставляется по результатам текущего контроля, которые озвучиваются на последнем очном занятии. Критерии выставления зачета с оценкой озвучивается преподавателем на первых занятиях по дисциплине.

13. ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Составил:

Ишкильдина С.А., к.т.н. , доцент _____

(подпись)

Заведующий кафедрой:

Никитина Н.В., д.э.н., доцент _____

(подпись)

Заведующий выпускающей кафедры:

Никитина Н.В., д.э.н., доцент _____

(подпись)

Директор БИК

Балакина О.В _____

(подпись)

Начальник ООУП

Финк А.Ф. _____

(подпись)