

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Пекаревский Борис Владимирович
Должность: Проректор по учебной и методической работе
Дата подписания: 29.12.2022 13:14:53
Уникальный программный ключ:
3b89716a1076b80b2c167df0f27c09d01782ba84



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный технологический институт
(технический университет)»
(СПбГТИ(ТУ))

**Рабочая программа модуля
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Направление подготовки

42.03.01–Реклама и связи с общественностью

Направленность образовательной программы:

Реклама и связи с общественностью в медиапространстве

Уровень подготовки

Бакалавриат

Форма обучения

Заочная

Факультет **Экономики и менеджмента**
Кафедра **Управления персоналом и рекламы**

Санкт-Петербург

2019

Оглавление

| | |
|---|--|
| 1. Перечень планируемых результатов обучения по модулю, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы | 3 |
| 2. Место модуля в структуре образовательной программы..... | 6 |
| 3. Объем модуля | 6 |
| 4. Содержание модуля | 6 |
| 4.1. Разделы модуля и виды занятий..... | 7 |
| 4.2. Занятия лекционного типа | 8 |
| 4.3. Занятия семинарского типа..... | Ошибка! Закладка не определена. |
| 4.3.1. Семинары, практические занятия | Ошибка! Закладка не определена. |
| 4.3.2. Лабораторные работы | Ошибка! Закладка не определена. |
| 4.4. Самостоятельная работа обучающихся | Ошибка! Закладка не определена. |
| 4.5. Курсовое проектирование..... | 14 |
| 5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по модулю | 15 |
| 6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации..... | 15 |
| 7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения модуля | 15 |
| 8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения модуля | Ошибка! Закладка не определена. |
| 9. Методические указания для обучающихся по освоению модуля ... | Ошибка! Закладка не определена. |
| 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по модулю | Ошибка! Закладка не определена. |
| 11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по модулю | Ошибка! Закладка не определена. |
| 12. Особенности освоения модуля инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья. | Ошибка! Закладка не определена. |

1. Перечень планируемых результатов обучения по модулю, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения образовательной программы бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по модулю:

| <i>Код компетенции</i> | <i>Наименование компетенции</i> | <i>Код индикатора</i> | <i>Наименование индикатора достижения компетенции</i> | <i>Дескрипторы</i> |
|------------------------|---|-----------------------|---|---|
| ОПК-1 | Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | ОПК-1.1 | Использует лексические образные средства для создания коммуникационного продукта в соответствии с нормами русского и иностранного языков. | Знать: Правила работы с медиатекстами для создания коммуникационного продукта. Уметь: Применять лексические образные средства для создания коммуникационного продукта. Владеть: Нормами и правилами нормами русского и иностранного языков |
| | | ОПК-1.2 | Создает востребованные обществом и индустрией медиапродукты и (или) коммуникационные продукты используя лексику и словообразование как ресурс рекламного и PR-текста. | Знать: Языковые особенности современной рекламы. Уметь: Создавать востребованные обществом и индустрией медиапродукты и коммуникационные продукты. Владеть: Навыками редактирования медиатекстов различных типов и жанров используя лингвистические особенности PR-текстов. |
| ОПК-3 | Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) | ОПК-3.1 | Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса | Знать: Специфику мировой и отечественной культуры на примере рекламы, виды каналов распространения рекламы. Этапы создания и особенности медиапродуктов. Уметь: Создавать уникальное торговое предложение различными средствами |

| <i>Код компетенции</i> | <i>Наименование компетенции</i> | <i>Код индикатора</i> | <i>Наименование индикатора достижения компетенции</i> | <i>Дескрипторы</i> |
|------------------------|---|-----------------------|--|---|
| | коммуникационных продуктов о освещении в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах | | | рекламы, публичными продажами, как элементов культурного процесса. Владеть: Навыками понимания отечественного и мирового культурного процесса, их планирования и организации. |
| | | ОПК-3.2 | Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. | Знать: Достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности. Уметь: Разбираться в стилях и средствах художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью. Владеть: Навыками работы в области оценки рекламной продукции и эффективности рекламных кампаний. |
| ОПК-5 | Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования | ОПК-5.1 | Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях | Знать: Основы политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем. Уметь: Проводить оценку медиакоммуникационных систем и мероприятий используя правовые, экономические и политические регулирующие факторы и нормы. Владеть: Навыками сбора и правовых |

| Код компетенции | Наименование компетенции | Код индикатора | Наименование индикатора достижения компетенции | Дескрипторы |
|-----------------|--------------------------|----------------|---|---|
| | | | | и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. |
| | | ОПК-5.2 | Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы | <p>Знать: Специфику коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы. Нестандартные подходы к проведению коммуникационных кампаний и мероприятий. Современные технологии при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> <p>Уметь: Планировать профессиональную деятельность коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью. Формировать бюджет для проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> <p>Владеть: Навыками планирования и организации эффективных коммуникационных кампаний и мероприятий конкретной медиакоммуникационной системы в сфере рекламы и связей с общественностью.</p> |

2. Место модуля в структуре образовательной программы

Модуль относится к модулям Блока 1 (Б1.О.06) и изучается на 1 курсе, в 1,2 и 3 триместрах.

Полученные в процессе изучения модуля Теория и практика рекламы и связей с общественностью знания, умения и навыки могут быть использованы для дальнейшего изучения таких модулей, как: «Маркетинг», «Копирайтинг», «Разработка коммуникационного продукта».

3. Объем модуля

| Вид учебной работы | Всего, академических часов |
|--|----------------------------------|
| | Заочная форма обучения |
| Общая трудоемкость модуля (зачетных единиц/ академических часов) | 17/612 |
| Контактная работа с преподавателем: | 42 |
| <i>1.занятия лекционного типа, в т.ч.</i> | 10 |
| <i>1.1. занятия лекционного типа 1 триместра</i> | 10 |
| <i>1.2.занятия лекционного типа 2 триместра</i> | 0 |
| <i>1.3 занятия лекционного типа 3 триместра</i> | 0 |
| 2. занятия семинарского типа, в т.ч. | 32 |
| 2.1. семинары, практические занятия | 32 |
| <i>2.1.1 практические занятия 1 триместра</i> | 0 |
| <i>2.1.2. практические занятия 2 триместра</i> | 0 |
| <i>2.1.3. практические занятия 3 триместра</i> | 32 |
| 2.2. лабораторные работы | 0 |
| <i>2.2.1. лабораторные работы 1 триместра</i> | нет |
| <i>2.2.2. лабораторные работы 2 триместра</i> | 9 |
| <i>2.2.3. лабораторные работы 3 триместра</i> | - |
| курсовое проектирование (КР или КП) | 561 |
| контроль | <i>170</i> |
| другие виды контактной работы | <i>216</i> |
| Самостоятельная работа | <i>175</i> |
| <i>самостоятельная работа 1 триместра</i> | 17/612 |
| <i>самостоятельная работа 2 триместра</i> | 42 |
| <i>самостоятельная работа 3 триместра</i> | 10 |

| | |
|---|---------------------------------------|
| Вид учебной работы | Всего, академических часов |
| | Заочная форма обучения |
| Форма текущего контроля (решение ситуационных задач, тестирование) | Работы по освоению компетенций |
| Форма промежуточной аттестации (экзамен) | Итоговое тестирование |

4. Содержание модуля

4.1. Разделы модуля и виды занятий

| № п/п | Наименование раздела модуля | Занятия лекционного типа, акад. часы | Занятия семинарского типа, академ. часы | | Самостоятельная работа, акад. часы | Формируемые компетенции/ индикаторы |
|----------|--|---|--|------------------------|---------------------------------------|--|
| | | | Семинары и/или практические занятия | Лабораторные работы | | |
| 1. | Раздел 1. «Теория и практика рекламы и связей с общественностью» | 4 | 16 | 0 | 170 | ОПК-3/ ОПК-3.1 |
| 2. | Раздел 2. «Отечественная и мировая культура, нормы регулирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира» | 4 | 8 | 0 | 216 | ОПК-3 / ОПК-3.2 |
| | Раздел 3. «Планирование и реализация коммуникационных кампаний и мероприятий» | 2 | 8 | 0 | 175 | ОПК-1/ ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-5/ ОПК-5.1 ОПК-5.2 |
| 3. | Итого | 10 | 32 | 0 | 561 | |

4.2. Занятия лекционного типа

| № раздела модуля /триместр | Наименование темы и краткое содержание занятия | Объем, акад. часы | Инновационная форма |
|----------------------------|--|-------------------|---------------------|
| | Раздел 1. «Теория и практика рекламы и связей с общественностью» | | |
| 1/1 | Введение. Понятие рекламы в сфере отечественного и мирового культурного процесса. Появление виды особенности: печатной рекламы, телевизионной рекламы, радио рекламы, наружной рекламы, интернет рекламы. | 2 | Тестирование |
| 1/1 | Рабочие мероприятия в системе в связях с общественностью: выставки, ярмарки, аукционы. Управление PR- деятельностью: Планирование PR деятельности, PR-программа. Черный PR. Антикризисный PR. | 2 | Тестирование |
| | ИТОГО по разделу 1, в т.ч. <i>1 триместр</i> | 4 4 | |
| | Раздел 2. «Отечественная и мировая культура, нормы регулирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира» | | |
| 2/2 | Культура и искусство: понятие, классификация, функции.. Искусство Древнего мира, Средневековья, Возрождения, Нового времени, Современное искусство. Художественные стили: характерные особенности и произведения искусства. Понятия медиапродукты и медиа тексты. | 2 | Тестирование |
| 2/2 | Основные понятия регулирования рекламного рынка. История и источники правового регулирования рекламной деятельности в России. Общие требования к рекламе. Специальные требования к отдельным видам рекламы. Регламентирование и регулирование рекламной деятельности. Контроль и саморегулирование в рекламной деятельности. Тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования. | 2 | Тестирование |
| | ИТОГО по разделу 2, в т.ч. <i>2 триместр</i> | 4 4 | |

| | | | |
|-----|--|---------------------------|--------------|
| | Раздел 3. «Планирование и реализация коммуникационных кампаний и мероприятий» | | |
| 3/3 | Модели воздействия на потребителя. AIDA. DAGMAR. ACCA. APPROVAL. DIBABA. Планирование и реализация коммуникационных кампаний и мероприятий. Лексические образные средства. Лексика и словообразование как ресурс рекламного и PR-текста. | 2 | Тестирование |
| | ИТОГО по разделу 3, в т.ч. 3 триместр | 2 2 | |
| | ИТОГО по модулю, в т.ч. <i>1 триместр</i> <i>2 триместр</i> <i>3 триместр</i> | 10 10 0 0 | |

4.3. Занятия семинарского типа.

4.3.1. Семинары, практические занятия.

| № раздела модуля /триместр | Наименование темы и краткое содержание занятия | Объем, акад. часы | Примечание |
|----------------------------|---|-------------------|----------------------------|
| | Раздел 1. «Теория и практика рекламы и связей с общественностью» | | |
| 1/1 | Решение ситуационных задач на тему "Древность и средневековье, новое и новейшее время". | 2 | Решение ситуационных задач |
| 1/1 | Решение ситуационных задач на тему "Печатная реклама". | 2 | Решение ситуационных задач |
| 1/1 | Решение ситуационных задач на тему "Телевизионная реклама, виды структура". | 2 | Решение ситуационных задач |
| 1/1 | Выполнения задания на тему "Особенности восприятия телевизионной рекламы". | 2 | Решение ситуационных задач |

| | | | |
|-----|--|-----------------|----------------------------|
| 1/1 | Решение ситуационных задач на тему "Радио реклама, виды , структура особенности". | 2 | Решение ситуационных задач |
| 1/1 | Решение ситуационных задач на тему "Наружная реклама, виды , структура особенности". | 2 | Решение ситуационных задач |
| 1/1 | Решение ситуационных задач на тему "Интернет реклама, виды , структура особенности". | 2 | Решение ситуационных задач |
| 1/1 | Решение ситуационных задач на тему "Выставки, ярмарки, конференции". Решение ситуационных задач "PR, инструменты PR-инструменты, Черный PR, вред или польза. Антикризисный PR". | 2 | Решение ситуационных задач |
| | ИТОГО по разделу 1, в т.ч. <i>1 триместр</i> | 16 16 | |
| | Раздел 2. «Отечественная и мировая культура, нормы регулирования медиакommunikационных систем региона, страны и мира» | | |
| 2/2 | Решение ситуационных задач на тему "Искусство: понятие, классификация, функции". Разбор ситуации по теме "Культура и цивилизация". | 2 | Решение ситуационных задач |
| 2/2 | Решение ситуационных задач на тему "Художник и художественность". Разбор ситуации по теме "Художественный вкус, художественный метод, художественные стили". Понятие «Медиатексты». | 2 | Решение ситуационных задач |
| 2/2 | Решение ситуационных задач на тему «документы по правовому регулированию рекламной деятельности. Оценка медиакommunikационных систем и мероприятий используя правовые, экономические и политические регулирующие факторы и нормы.» | 2 | Решение ситуационных задач |
| 2/2 | Решение ситуационных задач на тему «Найти и привести примеры специальных требований к отдельным видам рекламы. Провести анализ на тему "Саморегулирование в сфере рекламы и Тенденции развитие медиакommunikационных систем». | 2 | Решение ситуационных задач |

| | | | |
|------|--|---------------|----------------------------|
| | ИТОГО по разделу 2, в т.ч. <i>2 триместр</i> | 8 8 | |
| | Раздел 3. «Планирование и реализация коммуникационных кампаний и мероприятий» | | |
| 3/3 | Решение ситуационных задач на тему "Психологические особенности создания рекламного продукта" | 2 | Решение ситуационных задач |
| 3/ 3 | Решение ситуационной задачи по теме «AIDA, DAGMAR, ACCA, DIBABA» | 2 | Решение ситуационных задач |
| 3/ 3 | Решение ситуационных задач на тему "Понятия коммуникационных кампаний и мероприятий" Этапы разработки коммуникационной кампании. Расчет бюджета. | 2 | Решение ситуационных задач |
| 3/3 | Решение ситуационных задач на тему "Что такое УТП?" Особенности подачи УТП для товара новинки и товара старичка. Современные технологии для проведения коммуникационных кампаний | 2 | Решение ситуационных задач |
| | ИТОГО по разделу 3, в т.ч. <i>3 триместр</i> | 8 8 | |
| | ИТОГО по модулю, в т.ч. | 32 | |

4.3.2. Лабораторные работы.

Учебным планом не предусмотрены.

4.4. Самостоятельная работа обучающихся

| № раздела модуля /триместр | Перечень вопросов для самостоятельного изучения | Объем, акад. часы | Форма контроля |
|----------------------------|--|-------------------|----------------|
| | Раздел 1. «Теория и практика рекламы и связей с | | |

| | | | |
|-----|---|------------|-------------------------|
| 1/1 | Изучение материала и примеров по теме: Понятие рекламы в сфере отечественного и мирового культурного процесса | 17 | Ответы на вопросы теста |
| 1/1 | Изучение материала и примеров по теме: Этапы развития теории и практики рекламы. Древность и средневековье. | 17 | Ответы на вопросы теста |
| 1/1 | Изучение материала и примеров по теме: Этапы развития теории и практики рекламы. Новое и новейшее время. | 17 | Ответы на вопросы теста |
| 1/1 | Изучение материала и примеров по теме: Появление печатной рекламы. Разновидности, виды, формы. | 17 | Ответы на вопросы теста |
| 1/1 | Изучение материала и примеров по теме: Телевизионная реклама. Виды. Структура и особенности рынка. Ведущие сейлхаусы. Региональная | 17 | Ответы на вопросы теста |
| 1/1 | Изучение материала и примеров по теме: Радио реклама. Виды, структура, особенности. | 17 | Ответы на вопросы теста |
| 1/1 | Изучение материала и примеров по теме: Наружная реклама. Виды. Структура и особенности рынка. Основные игроки. Практика | 17 | Ответы на вопросы теста |
| 1/1 | Изучение материала и примеров по теме: Интернет реклама. Виды. Структура и особенности рынка. | 17 | Ответы на вопросы теста |
| 1/1 | Изучение материала и примеров по теме: Рабочие мероприятия в системе в связях с общественностью: выставки, ярмарки, аукционы, прессконференция презентация прием, клубный вечер, деловой завтрак, церемония открытия, день открытых дверей, «круглые столы» и семинары. | 17 | Ответы на вопросы теста |
| 1/1 | Изучение материала и примеров по теме: Управление PR- деятельностью: Планирование PR деятельности, PR-программа. Черный PR. Антикризисный PR. | 17 | Ответы на вопросы теста |
| | ИТОГО по разделу 1, в т.ч. | 170 | |
| | <i>1 триместр</i> | 170 | |
| | Раздел 2. «Отечественная и мировая культура, нормы регулирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира» | | |

| | | | |
|-----|--|-------------------|-------------------------|
| 2/2 | Изучение материала и примеров по теме: Культура и цивилизация: понятие и сущность. Искусство: понятие, классификация, функции | 18 | Ответы на вопросы теста |
| 2/2 | Изучение материала и примеров по теме: Искусство: понятие, классификация, функции. Понятия | 18 | Ответы на вопросы теста |
| 2/2 | Изучение материала и примеров по теме: Искусство Древнего мира, Средневековья и Возрождения. | 20 | Ответы на вопросы теста |
| 2/2 | Изучение материала и примеров по теме: Искусство Нового времени. Современное искусство | 25 | Ответы на вопросы теста |
| 2/2 | Изучение материала и примеров по теме: Художественные стили: характерные особенности и | 25 | Ответы на вопросы теста |
| 2/2 | Изучение материала и примеров по теме: Понятия медиапродукты и медиа | 25 | Ответы на вопросы теста |
| 2/2 | Изучение материала и примеров по теме: Основные понятия регулирования рекламного рынка | 25 | Ответы на вопросы теста |
| 2/2 | Изучение материала и примеров по теме: История и источники правового регулирования рекламной деятельности в России. | 20 | Ответы на вопросы теста |
| 2/2 | Изучение материала и примеров по теме: Общие требования к рекламе. Специальные требования к отдельным видам рекламы. Регламентирование рекламной деятельности. Регулирование | 20 | Ответы на вопросы теста |
| 2/2 | Изучение материала и примеров по теме: Контроль и саморегулирование в рекламной деятельности. Тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм | 20 | Ответы на вопросы теста |
| | ИТОГО по разделу 2, в т.ч. <i>2 триместр</i> | 216 216 | |
| | Раздел 3. «Планирование и реализация коммуникационных кампаний и мероприятий» | | |

| | | | |
|-----|--|---------------------------------|-------------------------|
| 3/3 | Изучение материала и примеров по теме: Модели воздействия на потребителя. AIDA. DAGMAR. ACCA. APPROVAL. DIBABA. | 35 | Ответы на вопросы теста |
| 3/3 | Изучение материала и примеров по теме: Планирование и реализация коммуникационных кампаний и мероприятий. Лексические образные средства. | 35 | Ответы на вопросы теста |
| 3/3 | Изучение материала и примеров по теме: Лексика и словообразование как ресурс рекламного и PR-текста. | 35 | Ответы на вопросы теста |
| 3/3 | Изучение материала и примеров по теме: Нестандартные подходы к проведению коммуникационных кампаний и мероприятий. | 35 | Ответы на вопросы теста |
| 3/3 | Изучение материала и примеров по теме: Современные технологии при проведении коммуникационных кампаний и мероприятий. | 35 | Ответы на вопросы теста |
| | ИТОГО по разделу 3, в т.ч. <i>летняя сессия</i> | 175 | |
| | ИТОГО по модулю, в т.ч. <i>1 триместр</i> <i>2 триместр</i> <i>3 триместр</i> | 561 170 216 175 | |

4.5. Курсовое проектирование

В рамках изучения модуля «Теория и практика рекламы и связей с общественностью» выполнение курсовой работы (курсового проекта) не предусмотрено учебным планом.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по модулю

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы по модулю и требования по выполнению изложены в СТП СПбГТИ 048-2009. КС УКВД. «Виды учебных занятий. Самостоятельная планируемая работа студентов. Общие требования к организации и проведению» и размещены в электронной информационно-образовательной среде СПбГТИ(ТУ) <https://technolog.bibliotech.ru/Account/OpenID>

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Своевременное выполнение обучающимся мероприятий текущего контроля позволяет превысить (достигнуть) пороговый уровень («удовлетворительно») освоения предусмотренных элементов компетенций. Текущий контроль по учебному модулю проводится в форме опроса устных опросов, учебных групповых дискуссий, решения ситуационных задач, докладов с презентациями, отчетов по лабораторным работам. Результаты учебного модуля считаются достигнутыми, если для всех элементов компетенций превышен (достигнут) пороговый уровень освоения компетенции на данном этапе.

Промежуточная аттестация по учебному модулю проводится в форме итогового тестирования и защиты курсовой работы.

Итоговый тест предусматривают выборочную проверку освоения предусмотренных элементов компетенций и комплектуются вопросами (заданиями).

При сдаче промежуточной аттестации, обучающийся получает 30 вопросов из перечня вопросов, время работы студента с итоговым тестом - 90 мин.

Тест содержит вопросы по всем компетенциям, освоение которых необходимо подтвердить.

Ниже приводится пример варианта тестовых вопросов.

(ОПК-1)

1. Основной жанр PR-текста, несущий предназначенную для прессы актуальную оперативную информацию о событии, касающемся базисного субъекта PR:

- а) Пресс-кит
- б) Ньюслеттер
- в) Пресс-релиз
- г) Пресс-ревью

(ОПК-3)

1. Культура- это?

- а) Созданная людьми природная среда с определенным набором способов и форм обитания, обладающая способностью к изменению и развитию
- б) созданная людьми неприродная среда, с определенным набором способов и форм обитания, обладающая способностью к изменению и развитию
- в) Созданная людьми природная среда с определенным набором способов и форм обитания, не обладающая способностью к изменению и развитию

(ОПК-5)

1. Форма и содержание рекламы обязательно должны соответствовать требованиям государственного регулирования и морально-этическим нормам.

- а) да;

б) нет.

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения модуля

1. Электронные учебные издания

2. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 233 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9889-4. **(ЭБС Юрайт)**

3. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 197 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08991-2. **(ЭБС Юрайт)**

4. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для академического бакалавриата / Л. Н. Федотова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 391 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-8299-2. **(ЭБС Юрайт)**

5. Щепилова, Г. Г. Реклама : учебник для академического бакалавриата / Г. Г. Щепилова, К. В. Щепилов. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 381 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01220-0. **(ЭБС Юрайт)**

6. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 462 с. — (Серия : Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-02457-9. **(ЭБС Юрайт)**

7. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 502 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08548-8. **(ЭБС Юрайт)**

8 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения модуля

Официальный сайт СПбГТИ(ТУ) – <http://technolog.edu.ru>

Размещены:

- учебный план
- РПМ
- учебно-методические материалы

Электронно-библиотечные системы

Электронная библиотека СПбГТИ(ТУ) (на базе ЭБС «БиблиоТех»). Принадлежность – собственная СПбГТИ(ТУ). Договор на передачу права (простой неисключительной лицензии) на использования результата интеллектуальной деятельности ООО «БиблиоТех» ГК№0372100046511000114_135922 от 30.08.2011. Адрес сайта – <http://bibl.lti-gti.ru/>

Электронная библиотечная система «Юрайт». Принадлежность – сторонняя. Договор № 130 (ЕП) 2020 от 01.12.2018. Адрес сайта – <https://urait.ru>

E-library.ru – научная электронная библиотека. Принадлежность – сторонняя. Договор № SU-676/2021 от 02.12.2020. Адрес сайта – <http://elibrary.ru>

Информационные справочные системы

Справочная правовая система (СПС) в виде электронного банка правовых материалов «Гарант». Принадлежность – сторонняя. Договор №УЗ-14/12 от 28.08.2012. Адрес сайта – www.garant.ru

Справочно-поисковая система «Консультант-Плюс». Принадлежность – сторонняя. Договор об информационной поддержке от 01.01.2009. Адрес сайта – www.consultant.ru

Рекомендуемые интернет-ресурсы

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

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» – <http://window.edu.ru>

Библиотека электронных ресурсов Исторического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова – <http://www.hist.msu.ru/ER/index.html>

Хронос. Всемирная история в Интернете – <http://www.hrono.ru/>

Военная литература – <http://militera.lib.ru/>

Сервер органов государственной власти – <http://www.gov.ru>

Федеральный правовой портал «Юридическая Россия» – <http://www.law.edu.ru>

Государственная система распространения правовых актов – <http://www.pravo.msk.rsnet.ru>

Российская национальная библиотека – www.nlr.ru

9 Методические указания для обучающихся по освоению модуля

Методическая модель преподавания модуля основана на применении активных методов обучения. Принципами организации учебного процесса являются:

- выбор методов преподавания в зависимости от различных факторов, влияющих на организацию учебного процесса;
- объединение нескольких методов в единый преподавательский модуль в целях повышения эффективности процесса обучения;
- приведение примеров применения изучаемого теоретического материала к реальным практическим ситуациям;
- активное участие обучающихся в учебном процессе;
- подготовка обучающимися учебно-исследовательских работ по темам, связанным с формируемыми в рамках модуля компетенциями.

Все виды занятий по модулю проводятся в соответствии с требованиями следующих СТП:

- СТП СПбГТИ 040-2002. КС УКДВ. Виды учебных занятий. Лекция. Общие требования;
- СТП СПбГТИ 018-2014. КС УКДВ. Виды учебных занятий. Семинары и практические занятия. Общие требования к организации и проведению.
- СТП СПбГТИ 048-2009. КС УКВД. Виды учебных занятий. Самостоятельная планируемая работа студентов. Общие требования к организации и проведению.
- СТП СПбГТИ 016-2015. КС УКДВ. Порядок организации и проведения зачетов и экзаменов.

Лекции, прослушанные студентами, дают систематизированные основы научных знаний и являются первым этапом теоретической подготовки. Они могут проводиться как в классической форме, так и с применением инновационных, интерактивных методов.

Практические занятия проводятся в форме семинаров. Целью их проведения является углубленное рассмотрение и закрепление материала, полученного на лекциях и в процессе самостоятельной работы над учебной и научной литературой. Семинары посвящаются обсуждению важнейших тем в форме устного опроса или групповой дискуссии, на них же осуществляется текущий контроль знаний.

Самостоятельная работа – совокупность всей самостоятельной деятельности обучающихся, как в отсутствие преподавателя, так и в контакте с ним. В ходе самостоятельной работы студент учится использовать различные источники информации (в частности – при написании эссе). Для более качественного освоения материала преподаватель предоставляет студентам сведения о методических указаниях, учебной и научной литературе и интернет-ресурсах по разделам модуля. Если в ходе изучения темы возникнут какие-либо трудности, которые сам студент не может преодолеть, ему необходимо обратиться к ведущему курс преподавателю.

Основными условиями правильной организации учебного процесса для обучающихся является: плановость в организации учебной работы; серьезное отношение к изучению материала; постоянный самоконтроль.

10 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по модулю

10.1 Информационные технологии

В учебном процессе по данному модулю предусмотрено использование информационных технологий:

- чтение лекций с использованием слайд-презентаций;
- взаимодействие с обучающимися посредством электронной информационно-образовательной среды (ЭИОС СПбГТИ(ТУ)).

10.2 Программнообеспечение

Microsoft Office 2010 (Microsoft Word, Microsoft PowerPoint).

Операционная система Microsoft Windows 7 Professional.

«1С: Предприятие», версия 8 (1С: Бухгалтерия предприятия)

10.3 Информационные справочные системы

Справочная правовая система (СПС) в виде электронного банка правовых материалов «Гарант». Договор №УЗ-14/12 от 28.08.2012. Адрес сайта – www.garant.ru

Справочно-поисковая система «Консультант-Плюс». Принадлежность – сторонняя. Договор об информационной поддержке от 01.01.2009. Адрес сайта – www.consultant.ru

11 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по модулю

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Специальные помещения укомплектованы учебной мебелью, в том числе мебелью для преподавания модуля, учебной доской, и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (мультимедийный проектор, экран, компьютеры, звуковые колонки).

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Электронно-библиотечные системы и электронная информационно-образовательная среда, а также информационно-справочные системы обеспечивают одновременный доступ не менее 25 процентов обучающихся.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями обеспечиваются электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Для обеспечения оперативного информирования и обеспечения необходимой учебной и методической информацией создан интернет портал – gtifem.ru. В рамках данного проекта реализована возможность социальной коммуникации между студентами и преподавателями, организован доступ к учебной литературе, к обсуждению и реализации разного рода проектов не только в рамках учебного процесса, но и в социально-общественной жизни студентов.

12 Особенности освоения модуля инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья

Специальные условия обучения и направления работы с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья) определены на основании:

– Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

– Федерального закона от 24.11.1995 № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации»;

– приказа Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

– методических рекомендаций по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса, утвержденных Минобрнауки России 08.04.2014 № АК-44/05вн.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями учебный процесс осуществляется в соответствии с Положением об организации учебного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья СПбГТИ(ТУ), утвержденным ректором 28.08.2014 г.

Под специальными условиями для получения образования обучающихся с ограниченными возможностями здоровья понимаются условия обучения, воспитания и развития таких обучающихся, включающие в себя использование при необходимости адаптированных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего необходимую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания вуза и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ обучающихся с ограниченными возможностями здоровья.

Обучение в рамках учебного модуля обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется институтом с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Обучение по учебному модулю обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах.

В целях доступности обучения по модулю обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

– наличие альтернативной версии официального сайта института в сети «Интернет» для слабовидящих;

– весь необходимый для изучения материал, согласно учебному плану (в том числе, для обучающихся по индивидуальным учебным планам) предоставляется в электронном виде на диске.

– индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

– присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;

– обеспечение возможности выпуска альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

– обеспечение доступа обучающегося, являющегося слепым и использующего собаку-проводника, к зданию института.

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

– наличие микрофонов и звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования (аудиоколонки);

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, материально-технические условия должны обеспечивать возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения организации, а также пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и других приспособлений).

Перед началом обучения могут проводиться консультативные занятия, позволяющие обучающимся с ограниченными возможностями адаптироваться к учебному процессу.

В процессе ведения учебного модуля профессорско-преподавательскому составу рекомендуется использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи обучающимся с ограниченными возможностями здоровья в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создании комфортного психологического климата в учебной группе.

Особенности проведения текущей и промежуточной аттестации по модулю для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья устанавливаются с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и другое). При необходимости предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.