

ЕЛЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. И.А. БУНИНА



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.01.04 Реклама в конвергентных медиа**

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

**Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в социальной сфере**

**Квалификация (степень): бакалавр**

**Форма обучения: очно-заочная**

**Институт: филологии**

**Кафедра: философии и социальных наук**

	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
Курс		3	
Семестр/триместр		7	

Лекции		-	
Лабораторные занятия		-	
Практические (семинарские) занятия		16	
Консультации		2	
Форма(ы) промежуточной аттестации		Экзамен 0,3	
Контроль		9	
Иные формы работы		-	
Самостоятельная работа		152,7	

**Всего часов: 180**

**Трудоемкость: 5 зачетных единиц.**

Разработчик(и) рабочей программы: доктор философских наук, профессор А.В. Усачев

## I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

**Цель изучения дисциплины:** формирование способности применять современные коммуникативные технологии для академического и профессионального взаимодействия; для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности

### **Задачи изучения дисциплины:**

особенности политических, экономических факторов и этических норм, регулирующих развитие деловых медиа на глобальном, национальном и региональном уровнях;

- использовать коммуникативные технологии для поиска, обмена информацией и установления профессиональных контактов;
- использовать выявленные тенденции развития деловых медиа региона, страны и мира при принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью;
- анализировать, создавать и редактировать профессионально-ориентированные тексты в сфере деловой журналистики;
- разработки коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования системы деловых медиа, правовых и этических норм ее регулирования;
- создания медиатекстов, медиапродуктов, и коммуникационных продуктов с учетом прогнозирования возможных эффектов в деловом сегменте медиасферы.

**Место дисциплины в структуре ОПОП:** реализуется в рамках вариативной части (части, формируемой участниками образовательных отношений) блока Б1. Дисциплины (модули).

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине:**

Код компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<b>ПКС-1</b> Способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и	Знать: технологии медиарилейшнз (отношения со СМИ); технологии копирайтинга; технологии организации специальных мероприятий; основные инструменты внутренних коммуникаций; основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов.	<b>Знает:</b> - принципы, на основе которых происходит общение со СМИ, методики организации мероприятий в сфере ПР; - основы синхронизации внутренней и внешней коммуникативной ситуации; - различные способы формирования медийных текстов для внутреннего использования и внешнего применения.

презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	<p><b>Уметь:</b> создавать рекламные тексты и тексты по связям с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; создать основы для сценариев специальных событий и мероприятий в рекламной кампании или кампании по связям с общественностью.</p>	<p><b>Умеет:</b> - реагировать на специфику целевой аудитории; - создавать рекламные тексты для печатных и электронных СМИ; - анализировать отечественный и зарубежный опыт работы в области рекламы; - создавать сценарии проведения PR-компаний и различных мероприятий по популяризации продукта основного предприятия; - вести диалог со средствами массовой информации, строить его по принципам рыночной экономики.</p>
	<p><b>Владеть:</b> навыками подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.</p>	<p><b>Владеет:</b> - принципами распространения рекламной продукции; - технологиями создания рекламного продукта; - сравнивать работу рекламных служб разных предприятий и бизнес-объединениями.</p>

## II. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся

с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу

*Очная форма обучения не реализуется*

### Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего	Аудиторные занятия			Сам. раб.
			ЛК	ПЗ	ЛБ	
1.	<b>Раздел 1. Реклама в конвергентных медиа.</b>	<b>168,7</b>		<b>16</b>		<b>152,7</b>
2.	Тема 1. Средства массовой информации как системный объект	22		2		20
3.	Тема 2. Влияние аудитории на систему СМИ. Предметно-тематическая универсализация и специализация СМИ	22		2		20
4.	Тема 3. Функции как фактор дифференциации системы СМИ	22		2		20
5.	Тема 4. Редакционный процесс и коммуникативные функции субъектов социальной деятельности	22		2		20

6.	Тема 5. Влияние информационных и коммуникационных технологий на систему СМИ	22		2		20
7.	Тема 6. Характер трансформации системы СМИ в условиях рынка	22		2		20
8.	Тема 7. Организация и выпуск корпоративных изданий в учреждениях культуры Типология средств массовой информации	22		2		20
9.	Тема 8. Тенденции развития системы СМИ в условиях общественной трансформации	14,7		2		12,7
10.	Контроль	9				
11.	Консультация	2				
12..	Форма отчетности	0,3				
13.	<i>Итого за 7 триместр</i>	<i>180</i>		<i>16</i>		<i>152,7</i>
14.	<b>ИТОГО:</b>	<b>180</b>		<b>16</b>		<b>152,7</b>

**Заочная форма обучения не реализуется**

### **III. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Текущая аттестация проводится в форме теста, реферата.

#### **Типовой вариант теста**

1. Проект - это...

*Выберите один правильный ответ*

- а) деятельность по созданию изделия или модели изделия;
- б) творческая деятельность, направленная на достижение определённой цели, решение какой-либо проблемы;
- в) результат какой-либо деятельности-проектирования;

2Проектирование называется...

*Выберите один правильный ответ*

- а) процесс определения архитектуры, компонентов, интерфейсов и других характеристик системы или её части;
- б) деятельность по созданию материального образа разрабатываемого объекта;
- в) подготовка комплекта проектной документации, а так же сам процесс создания проекта.

3Проектная деятельность – это...

*Выберите один правильный ответ*

- а) это познавательная, учебная, исследовательская и творческая деятельность;
- б) деятельность по созданию нового нужного изделия, новой услуги.
- в) овладение оперативными знаниями;

4Творческая деятельность, направленная на достижение цели будет успешна, если мы будем придерживаться определенных правил.

*Выберите несколько верных ответов*

- а)Имеет начало и конец во времени;
- б)Работать можно столько, сколько нужно, что бы достичь результата;
- в)Решать проблемы нужно быстро, но качественно;
- г)Решать проблемы нужно опираясь на свой опыт;
- д) В процессе работы отвечать на вопросы, поставленные учителем;

5Где брать идеи для своих творческих проектов?

*Выберите несколько верных ответов*

- а) из учебника;
- б) списать у друга;
- в) в ГДЗ;
- г) в сети Интернет;
- д) спросить у учителя;
- е) из дополнительной литературы.

6Творческий проект можно выполнять:

*Выберите несколько верных ответов.*

- а) только индивидуально;
- б) только в группе;
- в) индивидуально;
- г) коллективно;
- д) только в группе;
- е) только коллективно.

7. Установите, к какому этапу работы над творческим проектом относятся перечисленные виды деятельности.

А

Разработка конструкции

Подбор материалов и инструментов

Организация рабочего места

Изготовление изделия

Подсчёт затрат на изготовление изделия

Б

Технологический

Контроль качества изделия

Испытания изделия

Анализ изделия

Защита проекта

В

Заключительный

Выбор темы

Обоснование потребности

Формулировка требований

Разработка вариантов изделия

Выбор лучшего варианта изделия

Ответ: А-\_\_\_\_\_, Б-\_\_\_\_\_, В-\_\_\_\_\_.

8. Установите последовательность этапов работы над творческим проектом.

а) аналитический этап;

б) подготовительный;

в) технологический.

Ответ: 1 -\_\_\_\_\_, 2 -\_\_\_\_\_, 3 -\_\_\_\_\_.

9. Установите последовательность нашей деятельности в процессе работы над проектом.

а) исправлять ошибки;

б) выдвигать идеи и выполнять эскизы;

в) подбирать материалы и инструменты;

г) подсчитывать затраты;

д) оценивать свою работу;

е) организовывать своё рабочее место;

ж) изготавливать вещи и готовить блюда своими руками

10. План мероприятий, направленный на создание уникального продукта или услуги в определённый промежуток времени

*Выберите один правильный ответ*

а) Исследование

б) Проект

в) Гипотеза

### **Примерная тематика рефератов**

1. Пражурналистские явления.

2. Типология рекламы в печатных СМИ.

3. Жанровая система рекламы в печатных СМИ

4. Структура современной редакции.

5. Жанровая система телевизионных СМИ.

6. Аналитические жанры рекламы.

7. Художественно-публицистические жанры.

8. Нивелировка жанра в современной практике PR.

9. Новые веяния в теории журналистских жанров.

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в форме экзамена, с использованием следующих оценочных материалов

### **Вопросы к экзамену (7 триместр, очно-заочная форма обучения)**

1. Дайте определение проекта. Какие существуют типы проектов по сферам деятельности?

2. Перечислите признаки, присущие проектам.

3. Дайте общую классификацию проектов. Раскройте содержание каждого типа

проектов.

4. Что такое жизненный цикл проекта? Перечислите фазы проекта.
5. Каково содержание основных фаз инвестиционного проекта?
6. Какова роль участников проекта: инициатора, заказчика, инвестора, проектного менеджера?
7. Какова роль участников проекта?
8. Дайте понятие управления проектом. В чем состоят функции управления проектом?
9. Раскройте организационные структуры управления проектом: функциональную и матричную.
10. Раскройте организационные структуры управления проектом: проектно-целевую, внешнего и внутреннего управления.
11. В чем состоит структуризация проекта и каковы его составляющие?
12. В чем заключается разница между функциональным, динамичным и предметным подходами к управлению проектом?
13. Какие существуют основные методы управления проектами, их предназначение и сущность?
14. Что такое сетевой метод планирования и управления (СПУ)?
15. Раскройте основные понятия и определения СПУ.
16. Каковы интересы участников проекта и как осуществлять их учет в процессе управления?
17. Что такое структуризация проекта и его составляющие?
18. Каковы основные методы управления проектами, их предназначение и сущность?
19. Перечислите ресурсы, используемые при управлении проектом.
20. Какие существуют подсистемы управления проектом, их особенности?
21. Дайте понятие процесса. Виды процессов при управлении проектом.
22. Как осуществляется оценка жизнеспособности проекта: коммерческая, бюджетная эффективность?
23. Как осуществляется оценка жизнеспособности проекта: социально-экономическая эффективность? Общественная значимость проекта.
24. Что такое экспертиза проекта? Раскройте методы экспертизы, разновидности экспертизы. Оценочные значения результатов экспертизы.
25. Как производится оценка эффективности проекта: виды эффектов и их показатели?
26. Разъясните основные критерии оценки эффективности проекта по его цели, стратегии и политике.
27. В чем заключаются назначение, содержание и этапы контроля реализации проекта?
28. Какие существуют элементы контроля и основные методы осуществления в ходе реализации проекта?
29. Какие применяются методы снижения рисков при реализации проекта?
30. Какие организационные формы работы над проектом существуют в настоящее время?

## **IV. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **5.1. Основная литература**

1. Олешко, Е.В. Конвергентная журналистика: профессиональная культура субъектов информационной деятельности / Е.В. Олешко ; ред. Б.Н. Лозовский. – 3-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2017. – 129 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482239> (дата обращения: 01.09.2020)

### **5.2. Дополнительная литература**

1. Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / А.Г. Качкаева, С.А. Шомова, А.А. Мирошниченко, Е.Г. Лапина-Кратасюк ; под общ. ред. А.Г. Качкаевой, С.А. Шомовой. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 417 с. : схем. – (Учебники Высшей школы экономики). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471761> (дата обращения: 01.09.2020). – ISBN 978-5-7598-1189-3 (в пер.). — ISBN 978-5-7598-1663-8 (эл.). – Текст : электронный.

2. Смелова, В.Г. Я — исследователь: программа конвергентного образования: методические рекомендации по организации и проведению учебных занятий : [16+] / В.Г. Смелова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 316 с. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=566887> (дата обращения: 01.09.2020). – ISBN 978-5-4499-0379-2. – DOI 10.23681/566887. – Текст : электронный.

3. Китчен, Ф. Паблик рилейшнз : учебное пособие / Ф. Китчен ; пер. Е.Э. Лалаян. – Москва : Юнити, 2015. – 454 с. : схем., табл. – (Зарубежный учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114546> (дата обращения: 01.09.2020). – ISBN 5-238-00603-9. – Текст : электронный.

## **V. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

<b>№ пп</b>	<b>Ссылка на информационный ресурс</b>	<b>Наименование разработки в электронной форме</b>	<b>Доступность</b>
1.	<a href="http://www.advertology.ru">http://www.advertology.ru</a>	Тематический портал «Адвертолоджи – наука о рекламе», посвященный в первую очередь рекламе, а также маркетингу и PR. Статьи доступны всем	Свободный доступ



		посетителям и, по преимуществу, касаются практических вопросов.	
2.	<a href="http://www.marketer.ru">http://www.marketer.ru</a>	Сайт «Маркетер» – подборка информационных и аналитических материалов по вопросам рекламы и маркетинга в Интернете. Содержит более 2 тысяч статей. Также на сайте функционируют форумы.	Свободный доступ
3.	<a href="https://www.sostav.ru">https://www.sostav.ru</a>	Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе и PR	Свободный доступ

## VI. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

1.	<a href="http://www.biblioclub.ru">http://www.biblioclub.ru</a>	Электронно-библиотечная система (ЭБС) Университетская библиотека онлайн	Регистрация через любой университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет
2.	<a href="http://www.garant.ru">www.garant.ru</a>	Информационно-правовой портал	Свободный доступ
3.	<a href="http://www.elibrary.ru">www.elibrary.ru</a>	Российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования	Свободный доступ
4.	<a href="http://www.consultant.ru">www.consultant.ru</a>	Российская компьютерная справочно-правовая система	Свободный доступ

## VII. ЛИЦЕНЗИОННОЕ И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При реализации учебной дисциплины применяется следующее лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Windows;
- Microsoft Office;
- LibreOffice и др.

## VIII. ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные занятия проводятся в аудиториях, укомплектованных специализированной мебелью, в том числе стационарными или переносными техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Самостоятельная работа проводится в кабинетах, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.