



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»



УТВЕРЖДАЮ
Директор ИГО
И.Н. Санникова

20.02.2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

СОЦИОЛОГИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Направление подготовки (специальность)
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль/специализация) программы
Коммуникации в цифровой среде

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения
заочная

Институт/ факультет	Институт гуманитарного образования
Кафедра	Русского языка, общего языкознания и массовой коммуникации
Курс	3

Магнитогорск
2024 год

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой коммуникации
30.01.2024, протокол № 6

Зав. кафедрой _____ Л.Н. Чурилина

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИГО
20.02.2024 г. протокол № 7

Председатель _____ Л.Н. Санникова

Рабочая программа составлена:

доцент кафедры РЯОЯиМК, канд. филол. наук
_____ Л.М. Максимова

Рецензент:

старший научный сотрудник Научно-исследовательской Словарной лаборатории
НИИ ИЛФ ФГБОУ ВО "МГТУ им. Г.И. Лосова", канд. филол. наук
_____ Л.А. Осипова

Лист актуализации рабочей программы

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2025 - 2026 учебном году на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Л.Н. Чурилина

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2026 - 2027 учебном году на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Л.Н. Чурилина

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2027 - 2028 учебном году на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Л.Н. Чурилина

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2028 - 2029 учебном году на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Л.Н. Чурилина

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2029 - 2030 учебном году на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Л.Н. Чурилина

1 Цели освоения дисциплины (модуля)

- развить способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;
- развить способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;
- развить способность 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

2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Социология рекламной деятельности входит в часть учебного плана формируемую участниками образовательных отношений образовательной программы.

Для изучения дисциплины необходимы знания (умения, владения), сформированные в результате изучения дисциплин/ практик:

Информационные технологии в СМИ

История и актуальные проблемы масс-медиа

Основы теории коммуникации

Социология массовых коммуникаций

Знания (умения, владения), полученные при изучении данной дисциплины будут необходимы для изучения дисциплин/практик:

Стратегия digital-продвижения

Психология и этика массовых коммуникаций

Разработки и реализация PR-стратегии

Проектная деятельность

Основы медиапланирования

Коммуникативные тактики и стратегии

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) и планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины (модуля) «Социология рекламной деятельности» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
УК-5.1	Анализирует современное состояние общества на основе знания исторической ретроспективы и основ социального анализа
УК-5.2	Интерпретирует проблемы современности с позиций этики и философских знаний
УК-5.3	Демонстрирует понимание общего и особенного в развитии цивилизаций, религиозно-культурных отличий и ценностей локальных культур
ПК-4	Способность участвовать в разработке концепции продвижения продукции СМИ, в формировании коммуникационных целей и маркетинговых стратегий
ПК-4.1	Решает поставленные задачи в области поиска информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ
ПК-4.2	Использует современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе и интернет-технологии, для продвижения

	продукции СМИ
--	---------------

4. Структура, объём и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц 108 акад. часов, в том числе:

- контактная работа – 8,6 акад. часов;
- аудиторная – 6 акад. часов;
- внеаудиторная – 2,6 акад. часов;
- самостоятельная работа – 90,7 акад. часов;
- в форме практической подготовки – 0 акад. час;
- подготовка к экзамену – 8,7 акад. час

Форма аттестации - экзамен

Раздел/ тема дисциплины	Курс	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа студента	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код компетенции
		Лек.	лаб. зан.	практ. зан.				
1. Раздел 1								
1.1 Социология МК как отраслевое направление социологической науки	3	2		2	6	Составление конспекта. Составление плана ответа на вопросы для самопроверки. Написание эссе. Разработка глоссария.	Проверка конспекта. Проверка ответов на вопросы для самопроверки. Проверка эссе. Проверка глоссария.	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, ПК-4.1, ПК-4.2
1.2 Возникновение и пути развития социологии рекламы					13	Составление конспекта. Составление плана ответа на вопросы для самопроверки. Написание эссе. Разработка глоссария.	Проверка конспекта. Проверка ответов на вопросы для самопроверки. Проверка эссе. Проверка глоссария.	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, ПК-4.1, ПК-4.2
Итого по разделу		2		2	19			
2. Раздел 3								
2.1 Социологические исследования в рекламе и PR	3			2	20	Составление конспекта. Составление плана ответа на вопросы для самопроверки. Написание эссе. Разработка глоссария.	Проверка конспекта. Проверка ответов на вопросы для самопроверки. Проверка эссе. Проверка глоссария.	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, ПК-4.1, ПК-4.2

2.2 Анализ успешных и неуспешных социологических кампаний в рекламе				20,7	Составление конспекта. Составление плана ответа на вопросы для самопроверки. Написание эссе. Разработка глоссария.	Проверка конспекта. Проверка ответов на вопросы для самопроверки. Проверка эссе. Проверка глоссария.	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, ПК-4.1, ПК-4.2
Итого по разделу				2	40,7		
3. Раздел 2							
3.1 Количественные и качественные социологические методы в рекламе и PR	3			20	Составление конспекта. Составление плана ответа на вопросы для самопроверки. Написание эссе. Разработка глоссария.	Проверка конспекта. Проверка ответов на вопросы для самопроверки. Проверка эссе. Проверка глоссария.	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, ПК-4.1, ПК-4.2
3.2 Социологическое обеспечение PR-рекламной деятельности в масс-медиа				11	Составление конспекта. Составление плана ответа на вопросы для самопроверки. Написание эссе. Разработка глоссария.	Проверка конспекта. Проверка ответов на вопросы для самопроверки. Проверка эссе. Проверка глоссария.	УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, ПК-4.1, ПК-4.2
Итого по разделу				31			
Итого за семестр		2		4	90,7	экзамен	
Итого по дисциплине		2		4	90,7	экзамен	

5 Образовательные технологии

Для формирования компетенции и реализации предусмотренных видов учебной работы в учебном процессе используются следующие технологии.

В процессе изучения дисциплины используются следующие образовательные и информационные технологии:

Информационная лекция – последовательное изложение материала в дисциплинарной логике, осуществляемое преимущественно вербальными средствами (монолог преподавателя).

Проблемная лекция – изложение материала, предполагающее постановку проблемных и дискуссионных вопросов, освещение различных научных подходов, авторские комментарии, связанные с различными моделями интерпретации изучаемого материала.

Лекция-визуализация – изложение содержания сопровождается презентацией (демонстрацией учебных материалов, представленных в различных знаковых системах, в т.ч. иллюстративных, графических, аудио- и видеоматериалов).

На практических занятиях используются:

- разбор конкретных ситуаций;
- исследовательский метод;
- работа в команде;
- тренинги (навыковые);

В самостоятельной работе используются:

Конспектирование лекций – служит средством развития умственных способностей человека (мобилизует внимание, активизирует восприятие, мышление), вырабатывает умение в короткой и сжатой форме излагать мысли, развивает навыки литературного изложения, повышает культуру речи.

Поисковый метод – обеспечивает вовлечение учащихся в процесс самостоятельного приобретения знаний, сбора и исследования информации.

Исследовательский метод – организация поисковой, познавательной деятельности учащихся путем постановки учителем познавательных и практических задач, требующих самостоятельного творческого решения.

Обучение в электронной образовательной среде с использованием Интернет-ресурсов (IT-методы).

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Представлено в приложении 1.

7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Представлены в приложении 2.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) Основная литература:

1. Тюплина, И. А. Социология массовой коммуникации : учебно-методическое пособие / И. А. Тюплина ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2016. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/20985> (дата обращения: 05.10.2023). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

2. Гостенина, В.И. Социология массовой коммуникации : учебник/ В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. — 2-е изд., перераб. — Москва : Альфа-М ; ИНФРА-М, 2013. - 336 с. (Бакалавриат). - ISBN 978-5-98281-338-1 (Альфа-М) ; ISBN 978-5-16-006569-4 (ИНФРА-М). - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniyum.com/document?id=201647>

б) Дополнительная литература:

1. Пищугина, О. С. Социология рекламной деятельности : учебно-методическое пособие / О. С. Пищугина, О. А. Питько ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2017. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/1594> (дата обращения: 05.09.2023). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

2. Распутина, С. П. Социология : учебное пособие / С. П. Распутина, И. А. Тюплина ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2016. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/1505> (дата обращения: 07.09.2023). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM

в) Методические указания:

Методические указания представлены в Приложении 3 к РПД

г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Программное обеспечение

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
7Zip	свободно распространяемое	бессрочно
Браузер Yandex	свободно распространяемое	бессрочно

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Название курса	Ссылка
Поисковая система Академия Google (Google Scholar)	URL: https://scholar.google.ru/
Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)	URL: https://elibrary.ru/project_risc.asp
Электронная база периодических изданий East View Information Services, ООО «ИВИС»	https://dlib.eastview.com/
Электронные ресурсы библиотеки МГТУ им. Г.И. Носова	https://host.megaprolib.net/MP0109/Web

9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа Оснащение: Доска, мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации.

Учебные аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Оснащение: Доска, мультимедийный проектор, экран.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся. Оснащение: Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.

Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Оснащение: Стеллажи для хранения учебно-наглядных пособий и учебно-методической документации.

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

По дисциплине предусмотрена аудиторная и внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся.

I. Составление конспекта

Методические указания: Конспект – это краткая письменная запись содержания статьи, книги, лекции, предназначенные для последующего восстановления информации с различной степенью полноты.

В конспект включаются не только основные положения, но и доводы, их обосновывающие, конкретные факты и примеры, но без их подробного описания.

Конспектирование может осуществляться тремя способами:

- цитирование (полное или частичное) основных положений текста;
- передача основных мыслей текста «своими словами»;
- смешанный вариант.

Все варианты предполагают использование сокращений.

При написании конспекта рекомендуется следующая последовательность:

проанализировать содержание каждого фрагмента текста, выделяя относительно самостоятельные по смыслу;

выделить из каждой части основную информацию, убрав избыточную;

записать всю важную для последующего восстановления информацию своими словами или цитируя, используя сокращения.

II. Составление плана ответа на вопросы для самопроверки.

Методические указания: в процессе составления плана ответы на вопросы необходимо использовать конспект лекции, ЭОРы. Необходимо кратко формулировать основные мысли, положения изучаемого материала. Приступая к освоению записи в виде плана ответов, полезно в самом тексте отмечать места, наиболее четко формулирующие основную мысль, которую автор доказывает. Задание закрепляет и систематизирует знания.

Вопросы для самопроверки:

1. Рекламные коммуникации до XX в.
2. Информационное общество и маркетинговые коммуникации.
3. Рекламные коммуникации в период постмодерна
4. Реклама и постинформационная среда.
5. Рекламные коммуникации в СССР.
6. Реклама в постсоветский период.
7. Символический интеракционизм при анализе рекламных коммуникаций.
8. Бихевиоризм, как методологическое основание манипулирования массовым сознанием.
9. Институциональный подход о нормативно и социально закреплённых формах осуществления рекламных коммуникаций.
10. Структурно-функциональный анализ о выявлении взаимодействия рекламных коммуникаций.
11. Ролевая концепция о сегментировании и позиционировании рекламных коммуникаций.
12. Системный подход как методологическое основание рассмотрения концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций.
13. Ситуационный подход о связи внутреннего и внешнего имиджа организации с меняющимися обстоятельствами внешней среды.
14. Фрейдистская концепция личности при проектировании рекламного продукта.

15. Использование в рекламных коммуникациях концепции нейро-лингвистического программирования.
16. Прикладная социология в проведении рекламных исследований.
17. Классификации рекламы.
18. Социальная организация и корпоративная культура рекламного агентства. Структура и функции.
19. Структура, функции и работа рекламного отдела фирмы.
20. Типы рынков. Особенности рекламирования в различных типах рынков.
21. Реклама в комплексе маркетинга. Продукт, цена, место, продвижение.
22. Рекламные стратегии в зависимости от плотности рынка. Основные концептуальные модели рекламы.
23. Реклама в интегрированных маркетинговых коммуникациях.
24. Социальная реклама. Цели, особенности, формы.
25. Социология политической рекламы. Цели, особенности, формы.
26. Социология коммерческой рекламы. Цели, особенности, формы.
27. Социокультурные и психологические факторы потребительского поведения.
28. Гендерные особенности рекламирования.
29. Возраст целевых аудиторий и его влияние на рекламу.
30. Молодежная реклама.

III. Написание эссе

Методические указания: Эссе студента - это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем.

ЭССЕ (франц. *essai* – попытка, проба, очерк), литературная форма, небольшой прозаический текст, выражающий подчеркнуто индивидуальную точку зрения автора.

Задачей эссе, в отличие от рассказа, является информация или объяснение, а не простое изображение или пересказ какой-либо жизненной ситуации. Эссе достигает своей цели с помощью прямого авторского высказывания, для чего не требуется создания ни вымышленных персонажей, ни связующего их сюжета. Только факты, суждения, выводы и умозаключения по результатам экскурсии и проведенного выездного практического занятия в банке.

Эссе выражает индивидуальные впечатления и соображения автора по конкретному поводу или предмету и не претендует на исчерпывающую или определяющую трактовку темы. В отношении объема и функции граничит, с одной стороны, с научной статьёй и, с другой — с очерком. Эссеистическому стилю свойственны образность, подвижность ассоциаций, афористичность, свобода мышления, установка на откровенность и разговорную интонацию.

Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. Писать эссе чрезвычайно полезно, поскольку это позволяет автору научиться четко и грамотно формулировать мысли, структурировать информацию, использовать основные категории анализа, выделять причинно-следственные связи, иллюстрировать понятия соответствующими примерами, аргументировать свои выводы; овладеть научным стилем речи.

IV. Разработка глоссария

Методические указания: Глоссарий – толковый словарь понятий и терминов, употребляемых в изучаемой дисциплине или разделе. Для составления глоссария по заданной теме нужно найти информацию с разных источников (сеть Internet, энциклопедии,

практические пособия, учебная литература), изучить ее и составить в рукописном варианте или пользуясь текстовым процессором.

Общие требования:

1. Глоссарий состоит из слов, соответствующих тематике задания.
2. Используемые слова должны быть именами существительными в именительном падеже единственного числа.
3. Допускается использование иностранных слов, если они подходят теме.
4. Не допускаются аббревиатуры, сокращения.
5. Все тексты должны быть написаны разборчиво, желательно отпечатаны.

Структура глоссария:

1. 1 лист – титульный;
2. 2 – 5 лист – толковый словарь терминов;
3. 6 лист – список используемой литературы

Критериями оценок результатов внеаудиторной самостоятельной работы студента являются:

- уровень освоения студентами учебного материала;
- умения студента активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;
- обоснованность и четкость изложения ответа;
- оформление материала в соответствии с требованиями;
- умение ориентироваться в потоке информации, выделять главное;
- умение четко сформулировать проблему, предложив ее решение, критически оценить решение и его последствия;
- умение показать, проанализировать альтернативные возможности, варианты действий;
- умение сформировать свою позицию, оценку и аргументировать ее.

Оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов

Критериями оценок результатов самостоятельной работы студента являются:

1. уровень освоения студентами учебного материала;
2. умения студента использовать теоретические знания при выполнении практических задач;
3. сформированность профессиональных компетенций;
4. умения студента активно использовать электронные образовательные ресурсы;
5. находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;
6. обоснованность и четкость изложения ответа;
7. оформление материала в соответствии с требованиями;
8. умение ориентироваться в потоке информации, выделять главное;
9. умение четко сформулировать проблему, предложив ее решение, критически - оценить решение и его последствия;
10. умение показать, проанализировать альтернативные возможности, варианты действий;
11. умение сформировать свою позицию, оценку и аргументировать ее.
12. умение правильно решать профессионально ориентированные ситуации, со ссылкой на соответствующие нормативные документы.

Удовлетворительно оценивается самостоятельная работа студента, соответствующая следующим критериям:

1. Студент свободно применяет знания на практике;

2. Правильно решает профессионально ориентированные ситуации, со ссылкой на соответствующие нормативные документы.

1. Не допускает ошибок в воспроизведении изученного материала;
2. Студент выделяет главные положения в изученном материале и не затрудняется в ответах на видоизмененные вопросы;
3. Студент усваивает весь объем программного материала;
4. Материал оформлен аккуратно в соответствии с требованиями.

Неудовлетворительно оценивается самостоятельная работа студента, соответствующая следующим критериям:

1. У студента имеются отдельные представления об изучаемом материале, но все же большая часть не усвоена;
2. Студент не решил профессионально ориентированные ситуации;
3. Не справился с выполнением практических заданий.

Приложение 2

Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация имеет целью определить степень достижения запланированных результатов обучения по дисциплине. Проводится в форме зачета.

а) Планируемые результаты обучения и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации:

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах		
УК-5.1.	Анализирует современное состояние общества на основе знания исторической ретроспективы и основ социального анализа	Перечень теоретических вопросов к зачету: 1. Рекламные коммуникации до XX в. 2. Информационное общество и маркетинговые коммуникации. 3. Рекламные коммуникации в период постмодерна Примерные практические задания для зачета: 1. Элементами линейной цепи коммуникации являются: А. Кодирование, передача сигнала, канал (передаточный механизм), прием и декодирование, обратная связь, помехи и барьеры. Б. Преобразование сигнала в форму, обеспечивающую оптимальную передачу сигнала по определенному каналу коммуникации. В. Устное обращение, телефонная и интерактивная (двухсторонняя телесвязь), собрания, митинги, шествия и др. Г. Передача прием и декодирование сигнала.

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		2. Охарактеризуйте эти элементы. Пример комплексного задания по курсу: Разработайте план социологического исследования аудитории печатных СМИ
УК-5.2	Интерпретирует проблемы современности с позиций этики и философских знаний	Перечень теоретических вопросов к зачету: 1. Реклама и постинформационная среда. 2. Рекламные коммуникации в СССР. 3. Реклама в постсоветский период. Примерные практические задания для зачета: 1. Какое из суждений о массовой информации является наиболее правильным? А. Массовая информация — это политическая информация, которая раздражает — простое население, поскольку в средствах массовой информации сплошная ложь. Б. Потоки информации, циркулирующие в обществе и обслуживающие различные социальные организации представляют собой массовую информацию. В. Массовая информация является видом социальной информации, которым пользуется послушная масса людей. Г. Массовая информация универсальна по своему содержанию, ее адресат представляет собой систему «с открытыми границами». Или иначе массовая информация является видом социальной информации, которым пользуется большая по величине масса людей как на этапе производства, так и на этапах распространения и потребления. Пример письменного комплексного задания по курсу: Разработайте план социологического исследования аудитории телевизионных СМИ
УК-5.3.	Демонстрирует понимание общего и особенного в развитии цивилизаций, религиозно-культурных отличий и ценностей локальных культур	Перечень теоретических вопросов к зачету: 1. Символический интеракционизм при анализе рекламных коммуникаций. 2. Бихевиоризм, как методологическое основание манипулирования массовым сознанием. 3. Институциональный подход о нормативно и социально закрепленных

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		формах осуществления рекламных коммуникаций. Примерные практические задания для зачета: Фирменный стиль и его доминанты. Задание предусматривает создание креатив-брифа для рекламы заданного товара и рекламного обращения исходя из него. Требования к выполнению задания: Задание выполняется письменно и представляет собой создание креатив-брифа и проекта рекламного обращения по заданным критериям (параметрам).
ПК-4: Способность участвовать в разработке концепции продвижения продукции СМИ, в формировании коммуникационных целей и маркетинговых стратегий		
ПК-4.1	Решает поставленные задачи в области поиска информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ	Перечень теоретических вопросов к зачету: 1. Структурно-функциональный анализ о выявлении взаимодействия рекламных коммуникаций. 2. Ролевая концепция о сегментировании и позиционировании рекламных коммуникаций. 3. Системный подход как методологическое основание рассмотрения концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций. Пример практического задания: «Нарративное интервью». В качестве практического задания каждый участник тренинга должен самостоятельно разработать гайд и провести нарративное интервью. Пример комплексного задания Разработайте программу социологического исследования аудитории интернет-СМИ
ПК-4.2	Использует современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе и интернет-технологии, для продвижения продукции СМИ	Перечень теоретических вопросов к зачету: 1. Ситуационный подход о связи внутреннего и внешнего имиджа организации с меняющимися обстоятельствами внешней среды. 2. Фрейдистская концепция личности при проектировании рекламного продукта.

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		3. Использование в рекламных коммуникациях концепции нейро-лингвистического программирования. Примерные практические задания для зачета: 1. Какую роль играет информация в коммуникативной системе? А. Поскольку структура знаний намного сложнее структуры информации не имеет смысла говорить о роли информации в коммуникативной системе. Б. По своему содержанию социальная информация является совокупностью знаний о состоянии и взаимодействии различных институтов общества и воздействия общественного сознания на общественную практику. В. Информация, как комплекс сведений, необходимых для успешного функционирования коммуникативной системы, является основным обязательным элементом любой коммуникативной системы. Г. Социальная информация - это актуальная для общества и находящаяся в обращении часть знания. Она включает в себя сведения, отражающие объективную и субъективную социальную реальность о процессах, мотивах, чувствах, настроениях, фактах, основанных на интересах и потребностях различных социальных групп. 2. Межличностная форма коммуникации: А. Менее формализована, чем массовые коммуникации, содержание и форма определяется исходя из функций массовой коммуникации. Б. В некоторых случаях формализована в своих проявлениях. В. Исключает ролевые функции сторон в общении. Г. Играет главную роль в формировании и социализации личности. в противовес массовым формам носит более стандартный, рациональный и инструментальный характер. Пример комплексного задания по курсу: Разработайте программу социологического исследования аудитории релевантных сообществ в социальных сетях

б) Порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания:

Примерная структура и содержание пункта:

Промежуточная аттестация по дисциплине включает теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень усвоения обучающимися знаний, проводится в форме зачета. Зачет по данной дисциплине проводится в устной форме и включает 1 теоретический вопрос. При подготовке к устному зачету обучающийся ведет записи на листе подготовки к ответу, который затем сдает преподавателю, проводящему зачет. С целью выяснения глубины знаний можно задавать обучающимся не более 2-3 дополнительных вопросов в рамках тем. Показатели и критерии оценивания зачета:

– **на оценку «зачтено»** – студент должен показать высокий уровень знаний не только на уровне воспроизведения и объяснения информации, но и интеллектуальные навыки решения проблем и задач, нахождения уникальных ответов к проблемам, оценки и вынесения критических суждений;

– **на оценку «не зачтено»** – студент не может показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.

Методические указания

В процессе выполнения самостоятельной работы студенты должны научиться воспринимать сведения на слух, фиксировать информацию в виде записей в тетрадях, работать с письменными текстами, самостоятельно извлекая из них полезные сведения и оформляя их в виде тезисов, конспектов, систематизировать информацию в виде заполнения таблиц, составления схем. Важно научиться выделять главные мысли в лекции преподавателя либо в письменном тексте; анализировать явления; определять свою позицию к полученным на занятиях сведениям, четко формулировать ее; аргументировать свою точку зрения: высказывать оценочные суждения; осуществлять самоанализ. Необходимо учиться владеть устной и письменной речью; вести диалог; участвовать в дискуссии; раскрывать содержание изучаемой проблемы в монологической речи; выступать с сообщениями и докладами.

Конспект лекции. Смысл присутствия студента на лекции заключается во включении его в активный процесс слушания, понимания и осмысления материала, подготовленного преподавателем. Этому способствует конспективная запись полученной информации, с помощью которой в дальнейшем можно восстановить основное содержание прослушанной лекции.

Для успешного выполнения этой работы советуем:

- подготовить отдельные тетради для каждого предмета. Запись в них лучше вести на одной стороне листа, чтобы позднее на чистой странице записать дополнения, уточнения, замечания, а также собственные мысли. С помощью разноцветных ручек или фломастеров можно будет выделить заголовки, разделы, термины и т.д.
- не записывать подряд все, что говорит лектор. Старайтесь вначале выслушать и понять материал, а затем уже зафиксировать его, не упуская основных положений и выводов. Сохраняйте логику изложения. Обратите внимание на необходимость точной записи определений и понятий.
- оставить место на странице свободным, если не успели осмыслить и записать часть информации. По окончании занятия с помощью однокурсников, преподавателя или учебника вы сможете восстановить упущенное.
- уделять внимание грамотному оформлению записей. Научитесь графически ясно и удобно располагать текст: вычленять абзацы, подчеркивать главные мысли, ключевые слова, помешать выводы в рамки и т.д. Немаловажное значение имеет и четкая структура лекции, в которую входит план, логически выстроенная конструкция освещения каждого пункта плана с аргументами и доказательствами, разъяснениями и примерами, а также список литературы по теме.
- научиться писать разборчиво и быстро. Чтобы в дальнейшем не тратить время на расшифровку собственных записей, следите за аккуратностью почерка, не экономьте бумагу за счет уплотнения текста. Конспектируя, пользуйтесь общепринятыми

сокращениями слов и условными знаками, если есть необходимость, то придумайте собственные сокращения.

- уметь быстро и четко переносить в тетрадь графические рисунки и таблицы. Для этих целей приготовьте прозрачную линейку, карандаш и резинку. Старайтесь как можно точнее скопировать изображение с доски. Если наглядный материал трудно воспроизводим в условиях лекции, то сделайте его словесное описание с обобщающими выводами.

- просмотреть свои записи после окончания лекции. Подчеркните и отметьте разными цветами фломастера важные моменты в записях. Исправьте неточности, внесите необходимые дополнения. Не тратьте время на переписывание конспекта, если он оказался не совсем удачным. Совершенствуйтесь, записывая последующие лекции.

Подготовка к экзамену. Готовиться нужно заранее и в несколько этапов. Для этого:

- Просматривайте конспекты лекций сразу после занятий. Это поможет разобраться с непонятными моментами лекции и возникшими вопросами, пока еще лекция свежа в памяти.
- Бегло просматривайте конспекты до начала следующего занятия. Это позволит «освежить» предыдущую лекцию и подготовиться к восприятию нового материала.
- Каждую неделю отводите время для повторения пройденного материала.

Непосредственно при подготовке:

- Упорядочьте свои конспекты, записи, задания.
- Прикиньте время, необходимое вам для повторения каждой части (блока) материала, выносимого на экзамен.
- Составьте расписание с учетом скорости повторения материала, для чего
- Разделите вопросы для экзамена на знакомые (по лекционному курсу, семинарам, конспектированию), которые потребуют лишь повторения и новые, которые придется осваивать самостоятельно. Начните с тем хорошо вам известных и закрепите их с помощью конспекта и учебника. Затем пополните свой теоретический багаж новыми знаниями, обязательно воспользовавшись рекомендованной литературой.
- Правильно используйте консультации, которые проводит преподаватель. Приходите на них с заранее проработанными самостоятельно вопросами. Вы можете получить разъяснение по поводу сложных, не до конца понятых тем, но не рассчитывайте во время консультации на исчерпывающую информацию по содержанию всего курса.