

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Серяков Владимир Дмитриевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 02.03.2024 11:11:29  
Уникальный программный идентификатор:  
a8a5e969b08c5e57b011bba6b38ed24f6da2f41a

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ИНСТИТУТ СОВРЕМЕННОГО  
ОБРАЗОВАНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Кафедра рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ

Ректор



В.Д. Серяков

«25» августа 2023 г.

**Рабочая программа учебной дисциплины (модуля)**

**ОСНОВЫ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

(наименование учебной дисциплины (модуля))

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

(код и направление подготовки/специальности)

направленность (профиль): реклама и связи с общественностью в  
коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Формы обучения: очная, очно-заочная, заочная

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля)  
рассмотрена и утверждена на заседании кафедры  
«22» августа 2023 г., протокол № 1

Заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью

 /И.В. Шаркова/  
подпись, учёная степень, учёное звание, ФИО

**Москва 2023**

## **1. НАИМЕНОВАНИЕ И ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).**

Учебная дисциплина «Основы проектной деятельности» изучается обучающимися, осваивающими образовательную программу «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 (ФГОС ВО 3++).

«Основы проектной деятельности» является одной из профессиональных дисциплин, которая готовит выпускника к проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью. Данная дисциплина является прикладной и направлена на усвоение профессиональных умений и навыков, позволяющих полноценно выполнять обязанности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

### **Цели дисциплины:**

- отработка навыков научно-исследовательской, аналитической и проектной работы.

- выделение основных этапов создания проекта
- представления о научных методах, используемых при создании проекта
- изучение способов анализа и обобщения полученной информации;
- получение представления об обще логических методах и научных подходах;
- получение представления о процедуре защиты индивидуального проекта

### **Задачи дисциплины:**

- проанализировать основные закономерности и тенденции развития проектной деятельности в рекламе и связях с общественностью;

- изучить культурно-исторические и коммуникативные основы разработки и реализации проектов в области рекламы и связей с общественностью;

- проанализировать опыт реализации коммуникативных проектов в России и за рубежом.

- овладеть основными методами разработки коммуникативных проектов.

Изучение учебной дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению деятельности по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и осуществлению управления информационными ресурсами в соответствии с профессиональными стандартами:

«Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н и выполнению обобщенной трудовой функции - организация продвижения продукции СМИ (код В);

«Специалист по информационным ресурсам», утвержден приказом Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 июля 2022 г. № 420н и выполнению обобщенной трудовой функции - управление информационными ресурсами (код С).

## **2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.**

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен овладеть следующими компетенциями:

**УК-2** Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

**ОПК-7** Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности;

**ПК-1** Способен участвовать в осуществлении проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами.

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения		Код результата обучения
<b>УК-2</b> Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	<b>Знать</b>	круг задач в рамках поставленной цели в коммуникационном проекте;	УК-2 – 31
		оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений в проекте;	УК-2 – 32
	<b>Уметь</b>	определять круг задач в рамках поставленной цели в проекте;	УК-2 – У1
		предлагать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений в проекте;	УК-2 – У2
	<b>Владеть</b>	навыками определять круг задач в рамках поставленной цели	УК-2 – В1
		навыками выбирать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений в проекте.	УК-2 – В2
<b>ОПК-7</b> Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<b>Знать</b>	возможные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в результате реализации проекта;	ОПК-7 – 31
		принципы создания социальной ответственности в процессе реализации проекта;	ОПК-7 – 32
	<b>Уметь</b>	прогнозировать эффекты своей профессиональной деятельности в проектной деятельности;	ОПК-7 – У1
		оценивать последствия своей профессиональной деятельности в процессе реализации проекта;	ОПК-7 – У2
	<b>Владеть</b>	навыками учета эффективности своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности в проектной деятельности	ОПК-7 – В1
		навыками применения принципов социальной ответственности в своей профессиональной деятельности в процессе реализации проекта;	ОПК-7 – В2
<b>ПК-1</b> Способен участвовать в осуществлении проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	<b>Знать</b>	типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-1 – 31
		культурно-исторические и коммуникативные основы разработки и реализации проектов в области рекламы и связей с общественностью;	ПК-1 – 32
	<b>Уметь</b>	готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	ПК-1 – У1
		применять научные методы, используемые при создании проекта	ПК-1 – У2
	<b>Владеть</b>	навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта в проекте.	ПК-1 – В1
		основными методами разработки коммуникативных проектов.	ПК-1 – В2

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

Б1.О.30 Основы проектной деятельности является дисциплиной обязательной части Блока 1 учебного плана, изучается студентами третьего курса в шестом семестре и четвертого курса в седьмом семестре очной формы обучения (полный срок обучения).

### 3.1. Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Освоение дисциплины основывается на знаниях, умениях и навыках, приобретенных при изучении дисциплин: «Организация и проведение рекламных и PR кампаний в бизнесе», «Связи с общественностью в кризисных ситуациях», «Основы брендинга», «Введение в современную коммуникацию», «Методы научных исследований».

### 3.2. Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Результаты освоения дисциплины "Основы проектной деятельности" являются базой для освоения следующих дисциплин: «Медиаанализ и медиапланирование», «Основы управления общественным мнением», «Технологии рекламы и связи с общественностью в бизнесе», «Инновационные технологии в рекламе и связях с общественностью в бизнесе», «Реклама и связи с общественностью в системе интернет-коммуникаций», «Проектная практика», «Преддипломная практика», «Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена», «Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы».

Развитие у обучающихся навыков управления проектом и командной работы, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается чтением лекций, проведением семинарских занятий, содержание которых разработано на основе результатов научных исследований, проводимых Институтом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

## 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ.

Дисциплина предполагает изучение 7 тем.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачётных единиц (216 часов).

№	Форма обучения	семестр	Общая трудоемкость		В том числе контактная работа с преподавателем				сам. работа	вид контроля
			в з.е.	в часах	всего	лекции	семинары, ПЗ	кур.раб/контр. раб		
1	Очная	6	3	108	54	20	34		54	Зачет
		7	3	108	54	20	34	2	54	Зачет с оценкой
2	Очно-заочная	7	3	108	38	12	26		70	Зачет
		8	3	108	38	12	26	2	70	Зачет с оценкой
3	Заочная	6	2	72	8	2	6		64	
		7	3	108	16	4	12		92	Зачет
		8	1	36	6			2	30	Зачет с оценкой

Практическая подготовка обучающихся при реализации дисциплины осуществляется путем проведения практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по программе бакалавриата.

Практическая подготовка обучающихся при реализации дисциплины организуется в модельных условиях (оборудованных полностью или частично) на кафедре и в подразделениях института.

## Очная форма обучения

Наименование разделов и тем	Всего учебных занятий (час)	всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем: (час)			контроль	Самостоятельная работа (час)	Код результата обучения
			занятия лекционного типа	занятия семинарского (практического) типа	курсовое проектирование			
<b>6 семестр</b>								
ТЕМА 1. Базовые понятия управления проектной деятельностью	14	8	4	4			6	УК-2 – 31 УК-2 – 32 УК-2 – У-1 УК-2 – У-2 УК-2 – В-1 УК-2 – В-2
ТЕМА 2. Основные принципы разработки коммуникационных проектов и основные этапы	30	16	6	10			14	УК-2 – 31 УК-2 – 32 УК-2 – У-1 УК-2 – У-2 УК-2 – В-1 УК-2 – В-2
ТЕМА 3. Ресурсная база для управления коммуникационными проектами и оценка эффективности	26	14	4	10			12	ПК-1 – 31 ПК-1 – У1 ПК-1 – В1
ТЕМА 4. Экспертная оценка как необходимый элемент управления проектами и управление рисками	28	12	6	6			16	ПК-1 – 31 ПК-1 – У1 ПК-1 – В1
<b>Зачет</b>	<b>10</b>	<b>4</b>				<b>4</b>	<b>6</b>	
<b>Всего за семестр</b>	<b>108</b>	<b>54</b>	<b>20</b>	<b>30</b>		<b>4</b>	<b>54</b>	
<b>7 семестр</b>								
ТЕМА 5. Управление работами по проекту	40	20	8	12			20	ПК-1 – 31 ПК-1 – У1 ПК-1 – В1
ТЕМА 6. Анализ зарубежного и отечественного опыта управления проектами	24	12	4	8			12	ОПК-7 – 31 ОПК-7 – 32 ОПК-7 – У1 ОПК-7 – У2 ОПК-7 – У3 ОПК-7 – В1
ТЕМА 7. Социальное проектирование в рекламе и связях с общественностью	28	16	8	8			12	ОПК-7 – 31 ОПК-7 – 32 ОПК-7 – У1 ОПК-7 – У2 ОПК-7 – У3 ОПК-7 – В1
<b>Курсовая работа</b>	<b>6</b>	<b>2</b>				<b>2</b>	<b>4</b>	
<b>Зачет с оценкой</b>	<b>10</b>	<b>4</b>				<b>4</b>	<b>6</b>	
<b>Всего за семестр</b>	<b>108</b>	<b>54</b>	<b>20</b>	<b>28</b>		<b>6</b>	<b>54</b>	
<b>Итого</b>	<b>216</b>	<b>108</b>	<b>40</b>	<b>58</b>		<b>10</b>	<b>108</b>	

### Очно-заочная форма обучения

Наименование разделов и тем	Всего учебных занятий (час)	всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем: (час)			контроль	Самостоятельная работа (час)	Код результата обучения
			занятия лекционного типа	занятия семинарского (практического) типа	курсовое проектирование			
<b>7 семестр</b>								
ТЕМА 1. Базовые понятия управления проектной деятельностью	14	4	2	2			10	УК-2 – 31 УК-2 – 32 УК-2 – У-1 УК-2 – У-2 УК-2 – В-1 УК-2 – В-2
ТЕМА 2. Основные принципы разработки коммуникационных проектов и основные этапы	30	12	4	8			18	УК-2 – 31 УК-2 – 32 УК-2 – У-1 УК-2 – У-2 УК-2 – В-1 УК-2 – В-2
ТЕМА 3. Ресурсная база для управления коммуникационными проектами и оценка эффективности	26	10	4	6			16	ПК-1 – 31 ПК-1 – У1 ПК-1 – В1
ТЕМА 4. Экспертная оценка как необходимый элемент управления проектами и управление рисками	28	8	2	6			20	ПК-1 – 31 ПК-1 – У1 ПК-1 – В1
<b>Зачет</b>	<b>10</b>	<b>4</b>				<b>4</b>	<b>6</b>	
<b>Всего за семестр</b>	<b>108</b>	<b>38</b>	<b>12</b>	<b>22</b>		<b>4</b>	<b>70</b>	
<b>8 семестр</b>								
ТЕМА 5. Управление работами по проекту	40	14	4	10			26	ПК-1 – 31 ПК-1 – У1 ПК-1 – В1
ТЕМА 6. Анализ зарубежного и отечественного опыта управления проектами	24	8	4	4			16	ОПК-7 – 31 ОПК-7 – 32 ОПК-7 – У1 ОПК-7 – У2 ОПК-7 – У3 ОПК-7 – В1
ТЕМА 7. Социальное проектирование в рекламе и связях с общественностью	28	10	4	6			18	ОПК-7 – 31 ОПК-7 – 32 ОПК-7 – У1 ОПК-7 – У2 ОПК-7 – У3 ОПК-7 – В1
<b>Курсовая работа</b>	<b>6</b>	<b>2</b>				<b>2</b>	<b>4</b>	
<b>Зачет с оценкой</b>	<b>10</b>	<b>4</b>				<b>4</b>	<b>6</b>	
<b>Всего за семестр</b>	<b>108</b>	<b>38</b>	<b>12</b>	<b>20</b>		<b>6</b>	<b>70</b>	
<b>Итого</b>	<b>216</b>	<b>76</b>	<b>24</b>	<b>42</b>		<b>10</b>	<b>140</b>	

## Заочная форма обучения

Наименование разделов и тем	Всего учебных занятий (час)	всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем: (час)			контроль	Самостоятельная работа (час)	Код результата обучения
			занятия лекционного типа	занятия семинарского (практического) типа	курсовое проектирование			
<b>6 семестр</b>								
ТЕМА 1. Базовые понятия управления проектной деятельностью	72	8	2	6			64	УК-2 – 31 УК-2 – 32 УК-2 – У-1 УК-2 – У-2 УК-2 – В-1 УК-2 – В-2
ТЕМА 2. Основные принципы разработки коммуникационных проектов и основные этапы								УК-2 – 31 УК-2 – 32 УК-2 – У-1 УК-2 – У-2 УК-2 – В-1 УК-2 – В-2
ТЕМА 3. Ресурсная база для управления коммуникационными проектами и оценка эффективности								ПК-1 – 31 ПК-1 – У1 ПК-1 – В1
ТЕМА 4. Экспертная оценка как необходимый элемент управления проектами и управление рисками								ПК-1 – 31 ПК-1 – У1 ПК-1 – В1
<b>Всего за семестр</b>	<b>72</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>6</b>			<b>64</b>	
<b>7 семестр</b>								
ТЕМА 5. Управление работами по проекту	72	12	4	8			60	ПК-1 – 31 ПК-1 – У1 ПК-1 – В1
ТЕМА 6. Анализ зарубежного и отечественного опыта управления проектами								ОПК-7 – 31 ОПК-7 – 32 ОПК-7 – У1 ОПК-7 – У2 ОПК-7 – У3 ОПК-7 – В1
ТЕМА 7. Социальное проектирование в рекламе и связях с общественностью								ОПК-7 – 31 ОПК-7 – 32 ОПК-7 – У1 ОПК-7 – У2 ОПК-7 – У3 ОПК-7 – В1
<b>Зачет</b>	<b>36</b>	<b>4</b>					<b>4</b>	<b>32</b>
<b>Всего за семестр</b>	<b>108</b>	<b>16</b>	<b>4</b>	<b>8</b>			<b>4</b>	<b>92</b>
<b>8 семестр</b>								
<b>Курсовая работа</b>	<b>30</b>	<b>4</b>					<b>4</b>	<b>26</b>
<b>Зачет с оценкой</b>	<b>6</b>	<b>2</b>					<b>2</b>	<b>4</b>
<b>Всего за семестр</b>	<b>36</b>	<b>6</b>					<b>6</b>	<b>30</b>
<b>Итого</b>	<b>216</b>	<b>30</b>	<b>6</b>	<b>14</b>			<b>10</b>	<b>186</b>

### 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ).

### **Тема 1. Базовые понятия управления проектной деятельностью**

Проект и его определение. Концепция проекта, его роль в системе управления. Классификация типов проектов. Понятие «жизненного цикла проекта». Цели и стратегия проекта. Связь между разработкой проекта и его осуществлением. Основные концепции управления проектами. Особенности проектной деятельности в рекламе и связях с общественностью.

### **Тема 2. Основные принципы разработки коммуникационных проектов и основные этапы**

Моделирование структуры проекта. Принципы проектирования коммуникативных проектов. Модульные технологии в разработке проектов. Каскадное проектирование. Основные принципы разработки проекта (преемственность, эффективность, интенсивность, надежность, жизнеспособность, простота, управляемость, осмысленность, участие). Условия эффективности проекта. Специфика рекламных проектов. Специфика PR-проектов. Интегративный характер коммуникативных проектов в области рекламы и PR.

### **Тема 3. Ресурсная база для управления коммуникационными проектами и оценка эффективности**

Виды ресурсов, необходимых для разработки и реализации коммуникативных проектов. Распределение финансовых, материальных, человеческих и временных ресурсов между стадиями проекта. Изменение количества ресурсов в зависимости от хода реализации проекта.

### **Тема 4. Экспертная оценка как необходимый элемент управления проектами и управление рисками**

Задачи экспертизы. Многокомпонентные проекты: анализ отделяемых компонентов. Социальная экспертиза проекта. Институциональная экспертиза проекта. Анализ рисков проекта. Управление рисками: основные понятия.

### **Тема 5. Управление работами по проекту**

Понятие офиса проекта. Принципы организации работы проектных команд. Проектная документация (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт. Организация, обеспечение средств и методов по реализации проектов

### **Тема 6. Анализ зарубежного и отечественного опыта управления проектами**

Анализ успешных коммуникативных проектов, реализованных на мировом рынке (по выбору студентов).

Анализ успешных коммуникативных проектов, реализованных на российском рынке (по выбору студентов).

### **Тема 7. Социальное проектирование в рекламе и связях с общественностью**

Роль коммуникационных проектов в продвижении инноваций и в развитии экономики и общества. Религиозные, социальные и культурные коммуникативные проекты как двигатели общественного развития.

## **5.1. Планы семинарских, практических, лабораторных занятий**

### **Тема. Базовые понятия управления проектной деятельностью.**

1. Значение проектной деятельности. Проектирование как условие эффективного менеджмента.

2. Особенности проектной деятельности в рекламе и PR.

3. Понятие коммуникативного проекта, его особенности.

4. Сферы применения коммуникативных проектов.

### **Тема. Роль и место исследований в проектной деятельности.**

1. Виды исследований.

2. Цели и задачи исследований.
3. Место и значение исследований в проектной деятельности.
4. Решение кейсов.

**Тема. Разработка коммуникационного проекта.**

1. Выбор объекта и предмета.
2. Анализ проблематики.
3. Определение целей и задач.
4. Разработка концептуальных решений проекта.
5. Разработка тактических решений, выбор форм и методов реализации.

**Тема. Ресурсная база и регулирование коммуникативных проектов Оценка эффективности проектов.**

1. Законодательное регулирование деятельности в сфере рекламы и PR. Учет требований регуляторов и надзорных органов.
2. Саморегулирование в профессиональной сфере.
3. Методики оценки эффективности проектов.
4. Качественная оценка риска PR-проектов. Методы количественной оценки риска.

**Тема. Разработка коммуникативного проекта(продолжение)**

1. Ресурсное планирование проекта
2. Методы контроля проекта
3. Определение ожидаемых результатов и методики оценки эффективности проекта.

**Тема. Экспертная оценка как необходимый элемент управления проектами и управление рисками**

1. Социальная экспертиза проекта.
2. Институциональная экспертиза проекта.
3. Экологическая экспертиза проекта.

**Тема. Разработка коммуникационного проекта (продолжение)**

Социальная экспертиза проекта

1. Цели и задачи экспертизы.
2. Определение круга экспертов.
3. Разработка концепции взаимодействия с экспертами.

**Тема. Управление работами по проекту.**

1. Понятие офиса проекта
2. Принципы организации работы проектных команд
3. Проектная документация (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт).
4. Организация, обеспечение средств и методов по реализации проектов

**Тема. Управление работами по проекту.**

1. Менеджмент качества проекта.
2. Управление коммуникациями.
3. Информационные системы управления проектами.
4. Управление проектом в кризисной ситуации

**Тема. Социальное проектирование в рекламе и связях с общественностью.**

1. Социальная роль коммерческих проектов.
2. Особенности социального проектирования.
3. Виды социальных проектов, критерии их классификации.
4. Решение кейсов.

**6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).**

Одним из основных видов деятельности студента является самостоятельная работа, которая включает в себя изучение лекционного материала, учебников и учебных пособий, первоисточников, подготовку сообщений на основе анализа, выступления на групповых занятиях, выполнение практических заданий, решений кейсов. Методика самостоятельной работы предварительно разъясняется преподавателем и в последующем может уточняться с учетом индивидуальных особенностей студентов. Время и место самостоятельной работы выбираются студентами по своему усмотрению с учетом рекомендаций преподавателя. Самостоятельную работу над дисциплиной следует начинать с изучения программы, которая содержит основные требования к знаниям, умениям и навыкам обучаемых. Обязательно следует вспомнить рекомендации преподавателя, данные в ходе установочных занятий. Затем – приступить к изучению отдельных разделов и тем в порядке, предусмотренном программой. Получив представление об основном содержании раздела, темы, необходимо изучить материал с помощью учебника. Целесообразно составить краткий конспект или схему, отображающую смысл и связи основных понятий данного раздела и включенных в него тем. Затем полезно изучить существующую практику решения аналогичных случаев (кейсов). При желании можно предложить самостоятельный вариант решения. Обязательно следует записывать возникшие вопросы, на которые не удалось ответить самостоятельно.

Для более полной реализации цели, поставленной при изучении тем самостоятельно, студентам необходимы сведения об особенностях организации самостоятельной работы; требованиям, предъявляемым к ней; а также возможным формам и содержанию контроля и качества выполняемой самостоятельной работы. Самостоятельная работа студента в рамках действующего учебного плана по реализуемым образовательным программам различных форм обучения предполагает самостоятельную работу по данной учебной дисциплине, включенной в учебный план. Объем самостоятельной работы (в часах) по рассматриваемой учебной дисциплине определен учебным планом.

В ходе самостоятельной работы студент должен:

- освоить теоретический материал по изучаемой дисциплине (отдельные темы, отдельные вопросы тем, отдельные положения и т. д.);
- применить полученные знания и навыки для выполнения практических заданий.

Студент, приступающий к изучению данной учебной дисциплины, получает информацию обо всех формах самостоятельной работы по курсу с выделением обязательной самостоятельной работы и контролируемой самостоятельной работы, в том числе по выбору. Задания для самостоятельной работы студента должны быть четко сформулированы, разграничены по темам изучаемой дисциплины, и их объем должен быть определен часами, отведенными в учебной программе.

Самостоятельная работа студентов должна включать:

- подготовку к аудиторным занятиям (лекциям, лабораторно-практическим);
- поиск (подбор) и изучение литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- самостоятельную работу над отдельными темами учебной дисциплины в соответствии с тематическим планом;
- домашнее задание, предусматривающее завершение практических аудиторных работ;
- подготовку к зачету или экзамену;
- работу в студенческих научных обществах, кружках, семинарах и т.д.;
- участие в научной и научно-методической работе кафедры, факультета;
- участие в научных и научно-практических конференциях, семинарах.

## 6.1. Задания для углубления и закрепления приобретенных знаний

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
<b>УК-2</b> Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2 – 31	<p style="text-align: center;"><b>Перечень вопросов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие и цель, задачи бизнес-планирования.</li> <li>2. Функции бизнес-планирования</li> <li>3. Основные этапы бизнес-планирования.</li> <li>4. Технология разработки бизнес-плана.</li> <li>5. Бизнес-план, технико-экономическое обоснование создания и функционирования рекламного предприятия.</li> <li>6. Разделы бизнес-плана.</li> <li>7. Планирование основных фондов рекламного предприятия.</li> <li>8. Транзакционные издержки в структуре себестоимости работ и услуг рекламного предприятия.</li> <li>9. Организация непрерывности обучения и системы повышения квалификации сотрудников РА.</li> </ol>
	УК-2 – 32	<p style="text-align: center;"><b>Перечень вопросов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Резюме бизнес-плана. Общая характеристика организации, отрасли, продукции.</li> <li>2. Презентация бизнес-плана потенциальным инвесторам.</li> <li>3. Содержание работ по реализации бизнес-плана.</li> <li>4. Стадии реализации бизнес-плана.</li> <li>5. Управление реализацией бизнес-плана.</li> <li>6. Понятие и характеристики рекламного проекта.</li> <li>7. Система управления рекламным проектом.</li> <li>8. Оценка параметров работ.</li> </ol>
<b>ОПК-7</b> Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7 – 31	<p style="text-align: center;"><b>Перечень вопросов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Представления о проектировании в различных видах трудовой деятельности.</li> <li>2. Проект как способ управления, способ ритмизации процессов, происходящих в реальной практике.</li> <li>3. Термины, связанные с понятием «проектирование»: «проектная деятельность», «проектная культура», «культура проектирования», «проект», «метод проектов», «проектировочная деятельность».</li> <li>4. История проектирования.</li> <li>5. История появления в культуре и практике широкого использования термина «проект».</li> <li>6. Характеристика проектирования. Теоретические аспекты проектирования.</li> <li>7. Происхождение термина «проектирование», специфическая деятельность, результатом которой является научно-теоретически и практически обоснованное определение вариантов прогнозируемого и планового развития новых процессов и явлений.</li> </ol>
	ОПК-7 – 32	<p style="text-align: center;"><b>Перечень вопросов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проектирование и творчество.</li> <li>2. Связь проектной деятельности и творчества.</li> <li>3. Проектная деятельность и моделирование.</li> <li>4. Определение понятий.</li> <li>5. Выделение существенных характеристик. Моделирование ситуации. Типы моделирования</li> <li>7. Проектный треугольник или «тройное ограничение проекта». Ограничения по ресурсам и рискам.</li> <li>8. Ресурсы проекта. Продолжительность и ресурсы проекта. Классификация ресурсов, их планирование и управление ими. Процессы управления ресурсами. Основные принципы планирования ресурсов проекта. Ресурсные конфликты и их разрешение.</li> </ol>
<b>ПК-1</b> Способен участвовать в осуществлении	ПК-1 – 31	<p style="text-align: center;"><b>Перечень вопросов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие «риск». Основные термины, раскрывающие сущность риска.</li> <li>2. Проектные риски. Классификация рисков проекта.</li> <li>3. Этапы управления риском. Идентификация рисков проекта.</li> </ol>

проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами		<p>4. Оценка рисков проекта. Качественный анализ рисков. Количественный анализ рисков.</p> <p>5. Разработка мероприятий реагирования на риски. Использование информационных технологий для управления рисками в проекте.</p> <p>6. Типологические признаки: доминирующая в проекте деятельность; предметно-содержательная область; способ общения в процессе проектной деятельности; характер координации проекта; характер контактов; количество участников проекта; продолжительность проекта.</p> <p>7. Классификация проектов: по уровню, масштабам изменений, широте охвата, по сфере деятельности, по требованиям к качеству и способам его обеспечения, по совокупности проектов, по уровню участников, по характеру целевой задачи, по объекту инвестиционной деятельности, по главной причине возникновения проекта и т.д.</p>
	ПК-1 – 32	<p align="center"><b>Перечень вопросов</b></p> <p>1. Общие подходы к структурированию проекта. Этапы работы над проектом. Подготовительный этап: выбор темы, постановка целей и задач будущего проекта. Выбор темы. Определение степени значимости темы проекта.</p> <p>2. Требования к выбору и формулировке темы. Актуальность и практическая значимость исследования. Определение целей и задач. Типичные способы определения цели. Эффективность целеполагания.</p> <p>3. Понятие «Гипотеза». Процесс построения гипотезы. Формулирование гипотезы. Доказательство и опровержение гипотезы.</p> <p>4. Планирование: подбор необходимых материалов, определение способов сбора и анализа информации. Виды опроса. Анкетный опрос. Интервьюирование. Тестирование. Беседа.</p> <p>5. Основной этап: обсуждение методических аспектов</p>

## 6.2. Задания, направленные на формирование профессиональных умений

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание																																												
<b>УК-2</b> Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2 – У1	<p align="center"><b>Практические задания</b></p> <p>Задание 1. Определить вид (форму) акций, наиболее эффективных с точки зрения продвижения данного предмета социально-культурной коммуникации к целевой группе</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Предмет коммуникации</th> <th>Вид (форма) акции</th> <th>Целевая группа</th> <th>Маркетинговые задачи</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Ценность</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Норма</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Проблема</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Имидж</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Образ</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Имя, репутация</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Стиль жизни</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Организация</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Услуга</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Бренд</td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>	Предмет коммуникации	Вид (форма) акции	Целевая группа	Маркетинговые задачи	Ценность				Норма				Проблема				Имидж				Образ				Имя, репутация				Стиль жизни				Организация				Услуга				Бренд			
	Предмет коммуникации	Вид (форма) акции	Целевая группа	Маркетинговые задачи																																										
Ценность																																														
Норма																																														
Проблема																																														
Имидж																																														
Образ																																														
Имя, репутация																																														
Стиль жизни																																														
Организация																																														
Услуга																																														
Бренд																																														
УК-2 – У2	<p align="center"><b>Практические задания</b></p> <p>Задание 1. В каждом из предложенных ниже блоков:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Установить причинно-следственную связь между проблемами;</li> <li>2) Определить аудиторию проекта (социальную категорию – носителя проблем);</li> <li>3) Сформулировать цель и задачи проекта;</li> </ol>																																													

		<p>4) Обосновать замысел проектного решения.</p> <p><i>1-й блок</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Экспансия (с помощью СМИ) молодежных кумиров, персонифицирующих асоциальный образ жизни и систему ценностей.</li> <li>2. Субъективно высокая значимость личностных проблем.</li> <li>3. Кризис смысла жизни в подростковом возрасте.</li> <li>4. Отсутствие условия для самореализации и признания со стороны значимого социального окружения.</li> <li>5. Утрата молодым поколением романтических идеалов и ценностей любви, дружбы, служения, справедливости.</li> <li>6. Невостребованность духовных лидеров отечественной истории, способных оптимизировать сегодняшнее состояние общественного сознания.</li> <li>7. Деформация морально-нравственного облика значительной части молодежи.</li> </ol> <p><i>2-й блок</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Социальная и личностная незащищенность личности.</li> <li>2. Неудовлетворенность социальным статусом (чувство личностной несостоятельности, собственной ненужности).</li> <li>3. Невостребованность личностного потенциала.</li> <li>4. Неуверенность в завтрашнем дне.</li> <li>5. Потеря авторитета, невозможность влиять на других.</li> <li>6. Кризис ценностей и смысла жизни в связи с утратой социального статуса.</li> <li>7. Неудовлетворенность сферой межличностных отношений (сужение сферы социальных контактов и круга общения).</li> </ol> <p><i>3-й блок</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Отсутствие понимания, эмоциональной поддержки, чуткости, внимания со стороны родителей, взрослых, значимого окружения.</li> <li>2. Одиночество, отсутствие круга друзей, общения.</li> <li>3. Непризнание ближайшим окружением.</li> <li>4. Низкая самооценка, неуверенность в себе, ощущение личностной несостоятельности (комплекс неполноценности).</li> <li>5. Отверженность, аутсайдерство (низкий социальный статус).</li> <li>6. Отсутствие условий для признания и самоутверждения в системе социальных коммуникаций.</li> </ol> <p><i>4-й блок</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Невозможность отождествить себя с определенной культурно-этнической, профессиональной, социальной, духовной общностью.</li> <li>2. Усиление конфликтности между субкультурами различных возрастных и социальных групп населения (конфликт ценностей).</li> <li>3. Негативные этнические стереотипы и национальные предрассудки.</li> <li>4. Рост социальной и межэтнической напряженности.</li> <li>5. Отсутствие условий для национально-культурной идентичности представителей групп национальных меньшинств и лиц некоренной национальности.</li> <li>6. Взаимонепонимание и неприятие этнокультурных различий, провоцирующие межнациональные конфликты, усиливающие социальную напряженность.</li> <li>7. Неуважение культурных ценностей и святынь других народов, этносов.</li> <li>8. Комплекс национально-культурной неполноценности.</li> <li>9. Национально-культурная неадаптированность, формирующая чувства временщика, снижающая общие параметры жизнедеятельности.</li> </ol>
<p><b>ОПК-7</b> Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональн</p>	<p>ОПК-7 – У1</p>	<p style="text-align: center;"><b>Практические задания</b></p> <p>Задание 1. Ранжировать и позиционировать предложенные ниже проблемы (обосновать в каждой группе три наиболее значимые проблемы, определить их носителя, а также те социальные силы, которые могут быть заинтересованы в их решении).</p> <p>После выполнения задания – доклады команд с последующей дискуссией.</p>

<p>ой деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>		<p align="center"><b>Проблемы сохранения историко-культурного наследия</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Нигилизм по отношению к историческому прошлому.</li> <li>2. Утрата исторической преемственности духовной самобытности российской культуры.</li> <li>3. Отсутствие интереса к культурному наследию, равнодушие к истории «малой Родины», к национальным формам культурного творчества.</li> <li>4. Утрата историко-культурного своеобразия и уникальности территорий.</li> <li>5. Отсутствие преемственности в передаче культурных традиций (ценностей, норм, ремесел, обрядов, праздников, бытовых форм культуры).</li> <li>6. Разрушение системы патриотического воспитания.</li> <li>7. Утрата традиций и ценностей служения Родине, Отечеству.</li> </ol> <p align="center"><b>Социальные проблемы населения</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Социально-культурная неадаптированность, вызванная разрушением привычной социально-психологической среды существования.</li> <li>2. Утрата смысла жизни, духовный кризис у значительной части населения (пожилые, интеллигенция, безработные и т.д.)</li> <li>3. Рост социальной напряженности и усиление конфликтности среди населения (между различными возрастными, социальными и этническими группами населения).</li> <li>4. Отсутствие условий и перспектив для профессионального, самоопределения (для лиц, вынужденных сменить сферу деятельности – безработные, бывшие военнослужащие, для инвалидов, молодежи – в связи с коммерциализацией образования).</li> <li>5. Профессиональная дезориентация подростков и молодежи (деформация мотивов получения образования – престиж, статус, диплом; смещение интереса в сферу обслуживания, посреднической деятельности и т.д.).</li> <li>6. Криминализация населения, рост преступности.</li> </ol> <p align="center"><b>Проблемы нравственного воспитания</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дефицит милосердия (рост агрессивности, ожесточенности по отношению к другому человеку, равнодушие к инвалидам, больным, одиноким лицам, нуждающимся в защите и помощи).</li> <li>2. Разрушение духовно-нравственного климата семьи (увеличение количества разводов, жестокость родителей, взаимонепонимание «отцов» и «детей», утрата чувства долга по отношению к своим родителям и увеличение числа престарелых людей, сдаваемых своими детьми на попечение государства, и т.д.)</li> <li>3. Снижение культуры взаимоотношений (хамство, грубость).</li> <li>4. Незрелость качеств и способностей к сопереживанию, сочувствию (особенно у подростков).</li> <li>5. Утрата молодым поколением романтических идеалов и ценностей любви, служения, справедливости.</li> <li>6. Экспансия (средствами массовой информации) молодежных кумиров, несущих антисоциальный образ жизни и систему ценностей.</li> <li>7. Утрата ценности труда как смысла жизни, способа самореализации и социального призвания</li> </ol>					
	<p>ОПК-7 – У2</p>	<p align="center"><b>Практические задания</b></p> <p>Задание 1. 1-й этап: Выполнить контент-анализ нескольких статей, посвященных одной группе проблем (задание выполняется индивидуально).</p> <p align="center">Схема контент-анализа:</p> <table border="1" data-bbox="624 1877 1433 2056"> <thead> <tr> <th data-bbox="624 1877 788 2056">Содержание проблем и их причинно-следственная связь</th> <th data-bbox="788 1877 948 2056">Носитель и субъект восприятия</th> <th data-bbox="948 1877 1107 2056">Вид проблем (по элементам ситуации)</th> <th data-bbox="1107 1877 1267 2056">Область проблематика</th> <th data-bbox="1267 1877 1433 2056">Проектное решение (или ресурсы)</th> </tr> </thead> </table>	Содержание проблем и их причинно-следственная связь	Носитель и субъект восприятия	Вид проблем (по элементам ситуации)	Область проблематика	Проектное решение (или ресурсы)
Содержание проблем и их причинно-следственная связь	Носитель и субъект восприятия	Вид проблем (по элементам ситуации)	Область проблематика	Проектное решение (или ресурсы)			

		1	2	3	4	5
		2-й этап: Обосновать вариант проектного решения наиболее актуальных проблем по следующей структуре				
		Содержание проблем, их актуальность, причинно-следственная связь				
		Позиционирование проблемы (носитель и субъект восприятия)				
		Аудитория проекта				
		Цели и задачи				
		Идея проекта (3 мысел)				
		Партнеры и социальные силы поддержки (заинтересованные в реализации)				
		Источники финансирования				
<b>ПК-1</b> Способен участвовать в осуществлении проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	ПК-1 – У1	<b>Практические задания</b>				
	ПК-1 – У2	<b>Практические задания</b>				
		Задание 1. Сформулировать проблему (социальную, личностную, проблему функционирования фирмы) и определить наиболее оптимальные способы ее решения (включая предмет маркетинговой коммуникации, технологии, формы коммуникации фирмы с целевой аудиторией - возможным источником проблем и ресурсов).				
		Проблема	Предмет маркетинговой коммуникации	Проектные технологии	Форма коммуникации	
		1.				
		2. и т.д.				
		Задание 1. Проанализировать смысловую основу рекламных слоганов и определить, какие ценности используются проектировщиками в качестве культурно-символического ресурса предмета рекламной коммуникации.				

### 6.3. Задания, направленные на формирование профессиональных навыков

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание															
<b>УК-2</b> Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2 – В1	<b>Практические задания</b>															
		Задание 1. Разработать программу маркетингового обеспечения акции (международного семинара «Арт-терапия»).															
		1. Ознакомиться с «Информацией для разработки...».															
		2. Разработать программу маркетингового обеспечения семинара, решающую следующие задачи:															
		- информирование и семинаре (формирование аудитории семинара);															
		- привлечение дополнительных источников финансирования Центра;															
		- кадровое обеспечение программы (привлечение потенциальных исполнителей программ реабилитации);															
		- создание круга партнеров (организация социального партнерства);															
		- формирование благоприятного имиджа инициатора программы и реабилитационного Центра.															
		Структура программы:															
		<table border="1"> <tr> <td>Целевые и контактные группы</td> <td>Предмет маркетинговой коммуникации (МК)</td> <td>Основания для позиционирования</td> <td>Форма МК</td> <td>Содержание МК</td> </tr> <tr> <td>1.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>2. и т.д.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	Целевые и контактные группы	Предмет маркетинговой коммуникации (МК)	Основания для позиционирования	Форма МК	Содержание МК	1.					2. и т.д.				
Целевые и контактные группы	Предмет маркетинговой коммуникации (МК)	Основания для позиционирования	Форма МК	Содержание МК													
1.																	
2. и т.д.																	
		<b>Информация для разработки программы маркетингового обеспечения международного семинара «Арт-терапия»</b>															
		Благотворительный Центр комплексной реабилитации инвалидов															

	<p>«Кедр-Коневец» создан в результате совместной инициативы Благотворительного фонда социальной реабилитации и помощи инвалидам «Кедр» и Коневского Рождество-Богородичного монастыря.</p> <p>Основные реабилитационные и адаптационные программы Центр осуществляет на базу «Работного дома» Коневского Рождество-Богородичного монастыря. Монастырь расположен на острове Коневец в Ладожском озере в 120 км от Санкт-Петербурга и является историко-культурным и архитектурным памятником России.</p> <p>Социальная и личностная эффективность программы Центра обеспечиваются: уникальным сочетанием экологических, ландшафтных, социально-психологических и духовных факторов, способствующих комплексной духовной реабилитации, социальной адаптации и творческой самореализации инвалида; большим выбором методов народной медицины и безмедикаментозного лечения; использованием реабилитирующего и развивающего потенциала народных художественных технологий, ремесел и промыслов.</p> <p>Сущность концепции состоит в утверждении духовной реабилитации инвалидов как доминирующего условия успешности всей системы мероприятий адаптационного и реабилитационного характера. Основу духовной реабилитации составляет идея необходимости отождествления человека, испытывающего жизненные трудности в связи с определенными физическими и психическими нарушениями, с персонифицированным духовно-нравственным идеалом – образом личности, жизненный путь которой полон трагизма и в то же время великого смысла. Идентификация с таким образом является залогом внутренней целостности и душевного здоровья человека, тем необходимым условием, которое поможет инвалиду принять свою жизненную судьбу как предназначение и призвание, данное и заданное свыше.</p> <p>Приоритетные направления деятельности Центра: 1. Комплексная реабилитация лиц с ограниченными возможностями (включая духовную, медицинскую, физкультурно-оздоровительную, психологическую, художественно-творческую реабилитацию, трудотерапию). 2. Социально-психологическая адаптация и социальная поддержка инвалидов. 3. Профессиональная ориентация и обучение. 4. Организация (или участие) городских, областных, региональных и международных акций и программ. 5. Проведение городских, областных, региональных, федеральных и международных конференция, школ, семинаров и других форм совершенствования научных и методических основ реабилитационной и адаптационной работы.</p> <p>Одним из направлений деятельности Центра является проведение международного семинара «Арт-терапия», который проходит на базе Коневского Рождество-Богородичного монастыря. В рамках семинара используются нетрадиционные методы душевной, медицинской и художественно-творческой реабилитации инвалидов. Дополнительными факторами привлекательности для иностранцев могут стать: возможность ознакомиться с культурным потенциалом Санкт-Петербурга, историческими традициями Коневского Рождество-Богородичного монастыря, ландшафтная привлекательность острова Коневец, на котором расположен Центр.</p> <p>В программе семинара: освоение методов социальной реабилитации, адаптации и профессионального самоопределения инвалидов на основе использования наукоемких технологий, систем дистанционного обучения инвалидов, техники душевной реабилитации лиц с ограниченными возможностями; овладение приемами социализации и реабилитации детей-инвалидов через образование и различные формы внеобразовательной социокультурной практики, в том числе и средствами культуры и искусства; изучение способов художественно-творческой реабилитации инвалидов (традиционные технологии церковно-канонического характера, гончарное и золототшвейное дело, техники создания изделий из бересты, бисера и др.); обмен опытом в области нетрадиционных методов медицинской реабилитации лиц с ограниченными возможностями (коррекция</p>
--	--

	УК-2 – В2	<p>биоэнергетического потенциала человека, изотерапия и др).</p> <p style="text-align: center;"><b>Практические задания</b></p> <p>Задание 1. На основе установления причинно-следственной связи обосновать цель и задачи проекта, решающего обозначенные ниже проблемы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Несформированность профессиональной этики работников туристской отрасли.</li> <li>2. Утрата историко-культурного своеобразия и уникальности территорий российских регионов и снижение их туристской привлекательности.</li> <li>3. Низкая эффективность рекламной деятельности в решении задач, связанных с формированием образа СПб и России как страны, благоприятной для туризма.</li> <li>4. Неблагоприятная социально-политическая ситуация, отпугивающая зарубежных туристов (рост преступности, этические конфликты).</li> <li>5. Отсутствие у иностранцев информации и туристских ресурсов города (в частности, о нетрадиционных аспектах туристской привлекательности России и СПб).</li> <li>6. Отсутствие постоянных каналов и форм связи с зарубежными фирмами-партнерами.</li> <li>7. Отпугивающий туристов имидж города (и страны в целом) как криминальной столицы России.</li> <li>8. Несоответствие материальной базы туризма международным стандартам.</li> <li>9. Низкие темпы роста въездного туризма.</li> <li>10. Незрелость инфраструктуры спорта, туризма и отдыха (отсутствие туристских маршрутов, баз отдыха).</li> </ol>															
<p><b>ОПК-7</b> Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	ОПК-7 – В1	<p style="text-align: center;"><b>Практические задания</b></p> <p>Задание 1. Разработать проект рекламы молодежного спортивно-музыкального фестиваля «Казантип» по следующей текстуре:</p> <table border="1" data-bbox="624 1099 1465 1323"> <thead> <tr> <th data-bbox="624 1099 791 1256">Целевые и контактные группы</th> <th data-bbox="791 1099 959 1256">Предмет маркетинг в коммуникации (МК)</th> <th data-bbox="959 1099 1126 1256">Основания для позиционирования</th> <th data-bbox="1126 1099 1294 1256">Форма МК</th> <th data-bbox="1294 1099 1465 1256">Содержание МК</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="624 1256 791 1323">1.</td> <td data-bbox="791 1256 959 1323"></td> <td data-bbox="959 1256 1126 1323"></td> <td data-bbox="1126 1256 1294 1323"></td> <td data-bbox="1294 1256 1465 1323"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="624 1323 791 1368">2. и т.д.</td> <td data-bbox="791 1323 959 1368"></td> <td data-bbox="959 1323 1126 1368"></td> <td data-bbox="1126 1323 1294 1368"></td> <td data-bbox="1294 1323 1465 1368"></td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;"><b>Информация об акции.</b></p> <p>Казантип – мыс в Азовском море, недалеко от Керченского пролива. На мысе находится небольшой городок Щелкин, главной достопримечательностью которого является законсервированная АЭС. Вторая достопримечательность места – заброшенная солнечная электростанция с сотнями гигантских зеркал. Казантип открыли серферы – они приезжали на это пустое место и «седлали» волны. Затем возникла идея проекта – организовать летний молодежный спортивно-музыкальный фестиваль, т.е. скрестить серферов и ди-джеев. Спонсоров нашли под спортивные соревнования серферов.</p> <p>Содержание спортивно-музыкального фестиваля:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Танцевальные фестивали-вечеринки – проводятся каждую ночь на двух сценах: на пляже и в помещении. Строились как соревнования танцевальных лейбов: сегодня «Гараж» (проект «Европы плюс»), завтра «Рейв-монтаж» (проект питерских ди-джеев), данс-программа «Птюч» и т.д.</li> <li>- Фестиваль экстремальной музыки «Территория».</li> <li>- Проект «Реактор» - рейв-ночь в помещении атомного реактора (в чреве атомной станции), которое оформлено как адское логово самого дьявола. Входом в помещение служит узкая щель, внутри – башенный кран (с которого нередко падали и ломали себе кости танцующие). Посетивших «Реактор» иностранных журналистов это зрелище привело в шоковое состояние. Была опубликована статья в газете, в которой говорилось в том, что французские бизнесмены готовы вложить средства и устроить на базе брошенной казантипской солнечной электростанции</li> </ul>	Целевые и контактные группы	Предмет маркетинг в коммуникации (МК)	Основания для позиционирования	Форма МК	Содержание МК	1.					2. и т.д.				
Целевые и контактные группы	Предмет маркетинг в коммуникации (МК)	Основания для позиционирования	Форма МК	Содержание МК													
1.																	
2. и т.д.																	

		<p>беспрецедентное зеркально-лазерное танцевальное шоу, задействовав при этом там сотни гигантских зеркал.</p> <p style="text-align: center;"><b>Практические задания</b></p> <p>Задание 1. Тема: Технология обоснования нормативных параметров аудитории.</p> <p>1-е задание: Разработать нормативную модель личности («идеального» менеджера, политика, мужчины, женщины, и т.д.), включающую:</p> <p>а) базовые жизненные ценности;</p> <p>2-е задание: Определить персонифицирующие его символы (т.е. реальных личностей, исторических деятелей, героев художественной литературы, которые максимально полно воплощают и выражают этот идеал).</p> <p>3-е задание Обосновать оптимальную форму социально-культурной коммуникации и используемые в ней технологии, позволяющие осуществить экспансию данного идеала, т.е. расширить социальную базу его носителей.</p>																		
<p><b>ПК-1</b> Способен участвовать в осуществлении проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами</p>	<p>ПК-1 – В1</p>	<p style="text-align: center;"><b>Практические задания</b></p> <p>Задание 1. Разработка проекта рекламной кампании въездной тура «Русское Рождество в Санкт-Петербурге».</p> <p>Структура проекта рекламной кампании:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Анализ проблем и ресурсов организации (рекламодателя).</li> <li>2. Обоснование и характеристика целевых и контактных групп.</li> <li>3. Определение целей и задач рекламной кампании.</li> <li>4. Стратегия рекламной кампании:</li> </ol> <table border="1" data-bbox="627 920 1461 1106"> <thead> <tr> <th data-bbox="627 920 794 1106">Целевые и контактные группы</th> <th data-bbox="794 920 962 1106">Задачи</th> <th data-bbox="962 920 1129 1106">Предмет рекламной коммуникации</th> <th data-bbox="1129 920 1297 1106">Основания позиционирования</th> <th data-bbox="1297 920 1461 1106">Формы и средства рекламной коммуникации</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Обоснование основных рекламных мероприятий: <ol style="list-style-type: none"> <li>5.1. Проектное обоснование акции.</li> <li>5.2. Разработка сценария сюжетно-ролевой ситуации.</li> <li>5.3. Разработка макета рекламы, включая вербальную часть (слоган, рекламное сообщение) и визуальный раздел макета.</li> </ol> </li> <li>6. План рекламной кампании:</li> </ol> <table border="1" data-bbox="627 1290 1461 1507"> <thead> <tr> <th data-bbox="627 1290 836 1507">Формы рекламной коммуникации и их последовательность</th> <th data-bbox="836 1290 1045 1507">Время (дата, продолжительность)</th> <th data-bbox="1045 1290 1254 1507">Место размещения</th> <th data-bbox="1254 1290 1461 1507">Критерии и эффективность</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;"><b>Замысел пакета туров «русское гостеприимство».</b></p> <p>Основная идея пакета – раскрыть зарубежному туристу богатство русской культуры и природы, красоту души русского человека, опровергнуть сложившиеся стереотипы в отношении России, помочь понять ее историю и сегодняшний день.</p> <p>Турпакет «Русское гостеприимство» включает самые разнообразные туры, соответствующие интересам различных социальных и профессиональных групп. Например, «На мотолыжах по Золотому Кольцу», «Рождество-2000» (прием туристов в Санкт-Петербурге и в других городах и поселениях Северо-Запада, имеющих православные святыни), «Рыбалка на Волге», «Охота в Сибири», «Ночная жизнь Москвы», «Москва историческая», «Подводный туризм», экстремальные туры (Камчатка-Якутск-Хабаровск-Иркутск, «На Северный полюс») и др. В Санкт-Петербурге планируется организация туров, связанных с историей города, его искусством и архитектурой, театрами, белыми ночами, парками, праздничными традициями и т.д.</p> <p>Каждый тур проходит по специально разработанной программе, в которую входит посещение различных объектов города и окрестностей.</p>	Целевые и контактные группы	Задачи	Предмет рекламной коммуникации	Основания позиционирования	Формы и средства рекламной коммуникации						Формы рекламной коммуникации и их последовательность	Время (дата, продолжительность)	Место размещения	Критерии и эффективность				
Целевые и контактные группы	Задачи	Предмет рекламной коммуникации	Основания позиционирования	Формы и средства рекламной коммуникации																
Формы рекламной коммуникации и их последовательность	Время (дата, продолжительность)	Место размещения	Критерии и эффективность																	

	<p>Центральной частью туров русского гостеприимства является непосредственное знакомство с русским гостеприимством – встречи с петербуржцами в их собственных домах, где старые русские традиции сохранились и являются неотъемлемым атрибутом современного быта. Туристы будут приглашены с русские дома на семейные торжества, вечера русской кухни. Русские семьи предварительно тщательно отбираются, что исключает возникновение непредвиденных ситуаций.</p> <p>Каждый тур будет иметь вид свободной, но хорошо организованной программы. Фирма предлагает полное сервисное обслуживание – от оформления виз до организации встреч, транспортных услуг и переводчиков, приобретения билетов на выбранное мероприятие. Тур включает в себя экскурсионное обслуживание, размещение, услуги опытных англоязычных гидов, визиты в русские дома на вечера русской кухни и банкет в царском стиле. Гиды помогут туристам в решении их языковых трудностей, а фирма «Морской конек» возьмет на себя решение всех остальных проблем. Фирма обеспечивает размещение туристов в лучших отелях города.</p> <p>Индивидуальные туристы будут иметь свободный режим, по желанию в их распоряжение может быть предоставлен транспорт. В рамках культурной программы туристам будут предложены различные варианты проведения досуга, соответствующие их интересам, - можно будет посетить оперу, балет, концерт известной группы, фольклорные вечера и т.п. Туристам будет дана возможность совершать покупки в крупных магазинах города, посетить многочисленные рестораны и отдохнуть в ночных клубах и казино.</p> <p><b>Программа тура «Русское Рождество в Санкт-Петербурге»</b></p> <p>1-й день – 4 января. Прибытие в аэропорт Пулково. Здесь группу встречает представитель принимающей фирмы, который будет сопровождать группу все время ее пребывания в Санкт-Петербурге. В автобусе вы ознакомитесь с основными особенностями празднования Рождества в России и программой тура. В этот день экскурсии не будут предоставлены, но по пути от аэропорта до гостиницы гид даст путевую информацию о встречающихся достопримечательностях города.</p> <p>В гостинице вас будет встречать фольклорная группа с представлением «Хлеб-соль», по русскому обычаю. После размещения в отеле и обеда вы будете располагать свободным временем – вы сможете самостоятельно прогуляться по улицам города. Вечером мы вас приглашаем в ресторан отеля. Задача программы этого дня – не перегружать туристов обилием информации и впечатлений, а постепенно ввести их в атмосферу подготовки к празднику. По православным правилам празднование Рождества предваряется сорокадневным рождественским постом, который заканчивается к вечеру 6 января. Поэтому в меню первого ужина наряду с обычным набором блюд должны быть введены постные блюда. За ужином гид расскажет гостям о традициях православных постов, познакомит с монастырскими рецептами постных блюд. Этот материал может быть отпечатан и роздан туристам.</p> <p>2-й день – 5 января. В этот день для вас начинается основное знакомство с городом. После завтрака будет предложена экскурсия «Петровский Петербург» - это история о том, как начинался Петербург, о его создателе Петре I, о жизни горожан в начале XVIII века. Вы увидите первые строения города: домик Петра I, дворец его фаворита – Меншиковский дворец, Петропавловскую крепость. Отобедать вы сможете в ресторане «Аустерия» - в стиле петровского барокко, где еда будет приготовлена по рецептам XVIII века. После обеда вы совершите экскурсию по Невскому проспекту, которая завершится посещением службы в Александро-Невской Лавре, построенной также во времена Петра.</p> <p>Вечером вы будете приглашены в русскую семью на ужин – это прекрасная возможность обрести новых друзей и лучше понять русскую душу.</p> <p>3-й день – 6 января. Этот день – день приготовления к празднику. С утра продолжается пост (по строгим правилам православной церкви</p>
--	--

		<p>верующие не едят весь день – до первой звезды). После завтрака выезд в Царское Село – бывшую загородную резиденцию русских императоров, где вы побываете в великолепном Екатерининском дворце. После обеда, как принято в канун Рождества, время проводится в кругу друзей.</p> <p>Директор принимающей вас фирмы приглашает всех гостей провести сочельник и первую ночь святок с ним. Вы будете иметь возможность попробовать праздничную еду, приготовленную не в ресторане, а вашими новыми друзьями. Также вы ознакомитесь с русскими обычаями, играми, вы увидите, как гадают на святах, как пляшут «ряженые», как поют колядки, примете участие в празднике – будьте уверены, эту ночь вы не забудете.</p> <p>4-й день – 7 января. Начались святки – это наиболее веселое время русской зимы, время театральных представлений, маскарадов, балов до утра, зимних игр, катания на тройке и т.д.</p> <p>В этот день вы прокатитесь на русской тройке, а вечером по старой русской традиции на Рождество вы отправитесь в театр.</p> <p>5-й день – 8 января. День начнется автобусной экскурсией в Гатчину – ещё одно путешествие в прошлое. Заключительной частью экскурсии будет осмотр Гатчинского дворца Павла I, а также вы станете свидетелями реставрационного процесса Дома Набокова, автора «Лолиты».</p> <p>Обед в традиционном придорожном трактире с теплым русским хлебом, приготовленным в печи с помощью старинных рецептов.</p> <p>И, конечно, дом станционного смотрителя, один из наиболее интересных музеев в стране, 3-й музей книжного героя в мире (первый – музей Шерлока Холмса в Англии, второй – Тома Сойера в США): Семен Вырин – станционный смотритель – герой пушкинской новеллы, и сейчас вы его гости. Вы увидите почтовый домик, и множество интересных вещей откроются вашему взору, узнаете его историю. Вечером вы посидите рядом с русской печкой, поужинаете и услышите старые русские байки.</p> <p>6-й день - 9 января. После завтрака – экскурсия в Эрмитаж и прогулка по Дворцовой площади и Летнему саду, где расположен памятник писателю XIX века, сочинявшему басни, Крылову. В ресторане, одноименном одной из его басен («Демьянова уха») – обед; здесь вам предложат различные блюда из рыбы. После обеда свободное время до ужина в отеле – время приятного времяпрепровождения.</p> <p>7-й день – 10 января. Рождественские праздники в прежние времена были активным периодом триумфа нечистой силы. В Рождество она обретала особую силу. Рассказываются истории об интересных особенностях Санкт-Петербурга – наиболее мифологического города России. После завтрака – экскурсия «Приведение СПб» - о наиболее страшных местах и событиях в жизни города.</p> <p>Заканчивается день посещением Юсуповского дворца, где наиболее мистический герой России – Распутин – был убит. Во дворце же располагается ресторан – и ваше пребывание в Санкт-Петербурге на рождественских праздниках завершится изумительным «Царским обедом».</p>
	ПК-1 – В2	<p style="text-align: center;"><b>Практические задания</b></p> <p>Задание 1. Выстроить схему взаимосвязи проектных блоков, показывающую логику определения темы рекламной коммуникации: личные проблемы – ценности – аудитория – инициатор рекламной коммуникации – предмет коммуникации – тема РК – ресурсы. Сформулировать основные темы рекламных сообщений (в соответствии с базовыми ценностями целевых групп, представляющих основные жизненные стратегии).</p>

**7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).**

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения		ФОС для текущего контроля	ФОС для промежуточной аттестации
<b>УК-2</b> Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	<b>Знать</b>	круг задач в рамках поставленной цели в коммуникационном проекте УК-2 – 31	Примерный перечень вопросов	Темы курсовых работ. Перечень вопросов к зачету и зачету с оценкой.
		оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений в проекте УК-2 – 32		
	<b>Уметь</b>	определять круг задач в рамках поставленной цели в проекте УК-2 – У1	Практические задания	
		предлагать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений в проекте УК-2 – У2		
	<b>Владеть</b>	навыками определять круг задач в рамках поставленной цели УК-2 – В1	Практические задания	
		навыками выбирать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений в проекте. УК-2 – В2		
<b>ОПК-7</b> Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<b>Знать</b>	возможные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в результате реализации проекта; ОПК-7-31	Примерный перечень вопросов	Темы курсовых работ. Перечень вопросов к зачету и зачету с оценкой.
		принципы создания социальной ответственности в процессе реализации проекта; ОПК-7-32		
	<b>Уметь</b>	прогнозировать эффекты своей профессиональной деятельности в проектной деятельности; ОПК-7-3-У1	Практические задания	
		оценивать последствия своей профессиональной деятельности в процессе реализации проекта; ОПК-7-У2		
	<b>Владеть</b>	навыками учета эффективности своей профессиональной	Практические задания	

		деятельности, следуя принципам социальной ответственности в проектной деятельности ОПК-7-B1		
		навыками применения принципов социальной ответственности в своей профессиональной деятельности в процессе реализации проекта; ОПК-7-B2		
<b>ПК-1</b> Способен участвовать в осуществлении проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	<b>Знать</b>	типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-1-31	Примерный перечень вопросов	Темы курсовых работ. Перечень вопросов к зачету и зачету с оценкой.
		культурно-исторические и коммуникативные основы разработки и реализации проектов в области рекламы и связей с общественностью; ПК-1-32		
	<b>Уметь</b>	готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ПК-1-У1	Практические задания	
		применять научные методы, используемые при создании проекта ПК-1-У2		
	<b>Владеть</b>	навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта в проекте. ПК-1-B1	Практические задания	
		основными методами разработки коммуникативных проектов. ПК-1-B2		

**Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

Формируемая компетенция	Планируемые результаты обучения		Критерии оценивания результатов обучения			
			2	3	4	5
<b>УК-2</b> Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать	<b>Знать</b>	круг задач в рамках поставленной цели в коммуникационном проекте УК-2 – 31	Не знает	Частично знает	Знает	Отлично знает
		оптимальные способы решения задач, исходя из				

оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений		действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений в проекте УК-2 – 32				
	<b>Уметь</b>	определять круг задач в рамках поставленной цели в проекте УК-2 – У1	Не умеет	Частично умеет	Умеет	Свободно умеет
		предлагать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений в проекте УК-2 – У2				
<b>Владеть</b>	навыками определять круг задач в рамках поставленной цели УК-2 – В1	Не владеет	Частично владеет	Владеет	Свободно владеет	
	навыками выбирать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений в проекте. УК-2 – В2					
<b>ОПК-7</b> Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<b>Знать</b>	возможные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в результате реализации проекта; ОПК-7-31	Не знает	Частично знает	Знает	Отлично знает
		принципы создания социальной ответственности в процессе реализации проекта; ОПК-7-32				
	<b>Уметь</b>	прогнозировать эффекты своей профессиональной деятельности в проектной деятельности; ОПК-7-3-У1	Не умеет	Частично умеет	Умеет	Свободно умеет
оценивать последствия своей профессиональной деятельности в процессе реализации проекта; ОПК-7-У2						
<b>Владеть</b>	навыками учета эффективности своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности в проектной деятельности ОПК-7-В1	Не владеет	Частично владеет	Владеет	Свободно владеет	
	навыками применения принципов социальной ответственности в своей профессиональной					

		деятельности в процессе реализации проекта; ОПК-7-В2				
<b>ПК-1</b> Способен участвовать в осуществлении проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	<b>Знать</b>	типичные алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-1-31	Не знает	Частично знает	Знает	Отлично знает
		культурно-исторические и коммуникативные основы разработки и реализации проектов в области рекламы и связей с общественностью; ПК-1-32				
	<b>Уметь</b>	готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ПК-1-У1	Не умеет	Частично умеет	Умеет	Свободно умеет
		применять научные методы, используемые при создании проекта ПК-1-У2				
	<b>Владеть</b>	навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта в проекте. ПК-1-В1	Не владеет	Частично владеет	Владеет	Свободно владеет
		основными методами разработки коммуникативных проектов. ПК-1-В2				

## 7.1. ФОС для проведения текущего контроля.

### 7.1.1. Задания для оценки знаний

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2 – 31	<b>Примерный перечень вопросов</b> 1. Выделите особенности сбора и анализа информации при составлении бизнес-плана. 2. Особенности сохранения коммерческой тайны при разработке бизнес-плана. 3. Проведите оценку производственного потенциала рекламного бизнеса города. 4. Проведите анализ уровня заработной платы работников коммуникативной сферы.
	УК-2 – 32	<b>Примерный перечень вопросов</b> 1. Осуществите выбор целевых групп. 2. Определите номенклатуру работ и услуг рекламного агентства полного цикла. 3. Установление цен на услуги и работы рекламного предприятия. 4. Проведите анализ основных конкурентов PR-агентства крупного города.

		<p>5. Выделите факторы, учитываемые при прогнозировании поведения конкурентов</p> <p>6. Определите управляемые параметры рекламного проекта.</p> <p>7. Определите организационные формы реализации рекламного проекта.</p> <p>8. Опишите основные стадии планирования рекламного проекта.</p> <p>9. Определите взаимосвязи между работами в рекламном проекте.</p>
<p><b>ОПК-7</b> Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	ОПК-7 – 31	<p align="center"><b>Примерный перечень вопросов</b></p> <p>1. Общие подходы к структурированию проекта. Этапы работы над проектом. Подготовительный этап: выбор темы, постановка целей и задач будущего проекта. Выбор темы. Определение степени значимости темы проекта.</p> <p>2. Требования к выбору и формулировке темы. Актуальность и практическая значимость исследования. Определение целей и задач. Типичные способы определения цели. Эффективность целеполагания.</p> <p>3. Понятие «Гипотеза». Процесс построения гипотезы. Формулирование гипотезы. Доказательство и опровержение гипотезы.</p> <p>4. Планирование: подбор необходимых материалов, определение способов сбора и анализа информации. Виды опроса. Анкетный опрос. Интервьюирование. Тестирование. Беседа.</p> <p>5. Основной этап: обсуждение методических аспектов и организация работы, структурирование проекта, работа над проектом. Составление анкеты, подготовка вопросов к интервью, составление тестов</p>
	ОПК-7 – 32	<p align="center"><b>Примерный перечень вопросов</b></p> <p>1. Заключительный этап: подведение итогов, оформление результатов, презентация проекта. Формы продуктов проектной деятельности и презентация проекта. Критерии оценки проекта.</p> <p>2. Виды источников информации. Виды литературных источников информации: учебная литература (учебник, учебное пособие), справочно-информационная литература (энциклопедия, энциклопедический словарь, справочник, терминологический словарь, толковый словарь), научная литература (монография, сборник научных трудов, тезисы докладов, научные журналы, диссертации).</p> <p>3. Библиография и аннотация, виды аннотаций: справочные, рекомендательные, общие, специализированные, аналитические.</p> <p>4. Составление плана информационного текста. Формулирование пунктов плана. Основная часть плана, поиск источников и литературы, отбор фактического материала.</p> <p>5. Тезисы, виды тезисов, последовательность написания тезисов. Конспект, правила конспектирования.</p>
<p><b>ПК-1</b> Способен участвовать в осуществлении проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами</p>	ПК-1 – 31	<p align="center"><b>Примерный перечень вопросов</b></p> <p>1. Тезисы, виды тезисов, последовательность написания тезисов. Конспект, правила конспектирования.</p> <p>2. Методика работы со статистическими материалами.</p> <p>3. Способы наглядного представления статистических данных. Статистические таблицы. Правила построения таблиц в статистике. Структурный и содержательный анализ статистических таблиц.</p> <p>4. Статистические графики. Элементы статистического графика. Виды графиков.</p> <p>5. Цитирование: общие требования к цитируемому материалу; правила оформления цитат. Выписки из текста. Цитирование текста, пометки в тексте.</p>
	ПК-1 – 32	<p align="center"><b>Примерный перечень вопросов</b></p> <p>1. Методика работы со статистическими материалами. Способы наглядного представления статистических данных. Статистические таблицы. Правила построения таблиц в статистике. Структурный и содержательный анализ статистических таблиц. Статистические графики. Элементы статистического графика. Виды графиков.</p> <p>1. Цитирование: общие требования к цитируемому материалу; правила оформления цитат. Выписки из текста. Цитирование текста, пометки в тексте.</p>

### Критерии оценки выполнения задания

Оценка	Критерии оценивания
<b>Отлично</b>	Обучающийся полно и аргументировано отвечает на вопросы, обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, привести необходимые примеры, излагает материал последовательно и правильно
<b>Хорошо</b>	Обучающийся дает правильные ответы на вопросы, но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения
<b>Удовлетворительно</b>	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений заданных вопросов, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил, не умеет достаточно обосновать свои суждения и привести примеры, излагает материал непоследовательно и допускает ошибки
<b>Неудовлетворительно</b>	Обучающийся обнаруживает незнание ответа на вопросы, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал

### 7.1.2. Задания для оценки умений

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
<b>УК-2</b> Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2 – У1	<p style="text-align: center;"><b>Практические задания</b></p> Задание 1. Анализ телеакции «Российская благотворительность». Основные события телеакции (и их последовательность): 1. Документальные сюжеты с показом благотворительных акций, которые финансировались бизнесменами (с включением сцен признания и благодарности в адрес спонсорам со стороны зрителей и аудитории). 2. Цикл исторических передач о традициях российской благотворительности. 3. Информация об учреждении городского праздника «День мецената» и дате его проведения. 4. Показ по ТВ праздника «День мецената» (на котором центральным ритуалом было чествованием и награждение бизнесменов, принявших участие в финансировании социально-культурных программ). 5. Показ документальных сюжетов о фактах реального участия субъектов бизнеса в благотворительных акциях. Вопросы для анализа: 1. Определить (в группах) инициатора проведения акции (его проблемы и ресурсы). 2. Охарактеризовать аудиторию акции (определить целевые группы по различным основаниям, проанализировать их проблемы, потребности и интересы). 3. Определить вид акции (по соотношению целей). 4. Выявить предмет маркетинговой коммуникации. 5. Определить цели и задачи акции.
	УК-2 – У2	<p style="text-align: center;"><b>Практические задания</b></p> Задание 2. Анализ авторалли «Черепашьи бега». Предварительно группа знакомится с текстом проекта авторалли «Черепашьи бега» (см. описание проекта). Вопросы для анализа: 1. Определить проблемы и ресурсы инициатора проведения акции. 2. Определить вид акции (по соотношению целей). 3. Охарактеризовать состав аудитории акции (целевые и контактные группы, участники). 4. Предположить возможные мотивы финансирования со стороны спонсоров. 5. Сформулировать показатели и критерии эффективности

		<p>акции.</p> <p><b>Проект авторалли «Черепашьи бега»</b>  <b>Приглашение участнику автопробега «ЧЕРЕПАШЬИ БЕГА»:</b>  <b>Уважаемые участники!</b>  Мы рады, что вы откликнулись на наше предложение и хотите принять участие в этих увлекательных соревнованиях. Но прежде чем отправиться в путь, внимательно прочтите эту страничку.</p> <p>Весь маршрут, по которому вам предстоит проехать, разбит на четыре участка с тремя промежуточными финишами. Для того чтобы добраться до этих площадок, вы должны будете правильно отвечать на вопросы, которые вам будут предложены в маршрутных листах, и для ответа на которые вам потребуются знание города, наблюдательность и, конечно же, чувство юмора.</p> <p>Вы, разумеется, можете попытаться отгадать местоположение промежуточных финишей и поехать туда по кратчайшей дороге, что, впрочем, лишено всякого смысла, так как победу в нашем ралли одержит вовсе не тот, кто придет в финишу первым, а тот, кто привезет больше очков, набрать которые можно только на трассе.</p> <p>Однако не рекомендуем и слишком задерживаться в пути, так как при равном количестве набранных очков преимущество получит тот, кто затратит на дорогу меньше времени. К тому же вы должны приехать к финишу не позднее 16 часов.</p> <p>Теперь о том, как победить в нашем ралли.</p> <p>Прежде всего, правильно отвечайте на вопросы, которые будут не только указывать маршрут, но и приносить призовые очки. Помимо этого, каждая замеченная вами на трассе реклама, принадлежащая одной из фирм-спонсоров ралли, принесет вам дополнительные очки. Обратите внимание на специальное примечание, в котором поясняются условия этого конкурса. Наконец, пополнить свой очковый багаж можно будет также на каждой стоп-площадке, на которой вы должны будете сдать карту пройденного участка трассы с письменными ответами на поставленные вопросы, после чего вам дадут карту дальнейшего участка пути.</p> <p>Надеемся, что на финише ралли именно ваша сумма баллов окажется наибольшей, чего вам искренне желают фирмы-спонсоры ралли: «PHILIPS», «ADIDAS», «COCA-COLA», «ЕВРОПА-ПЛЮС».</p> <p>На финише для зрителей и участников автопробега состоится концерт с участием «звезд» эстрады.</p> <p>Ждем вас на старте на площади Победы 24 сентября с 8.00 до 11.15.</p> <p><b>Описание проекта</b>  Маршрут трассы включает четыре участка, проходящие по районам города.</p> <p>Сценарный маршрут первого участка ралли:  <b>Внимание!</b> Официальный маршрут трассы проложен в полном соответствии с указаниями дорожных знаков! В том случае, если избранное вами направление вынуждает нарушать правила уличного движения, - вы движетесь по ложному маршруту!</p> <p>На первый участок ралли вас приглашает компания «ФИЛИПС».</p> <p>Выехав со стартовой площадки, поверните на площадь Победы и отправляйтесь в путь по Московскому проспекту в сторону центра. Не забудьте помечать на выданном вам призовом листе точные адреса обнаруженных вами реклам фирм «Филипс», «Адидас», «Кока-кола», «Европа-плюс». Однако еще раз напоминаем вам, что это принесет очки только в случае, если данная реклама видна с официальной трассы ралли.</p> <p>Вы только что проехали первый от площади светофор. Подъезжая к светофорам, будьте внимательны, во-первых, потому, что вы находитесь за рулем, а во-вторых, потому что вам предстоит проехать, не сворачивая, ровно 12 светофоров.</p> <p>Примечание: Здесь и далее подсчет светофоров должен проводиться по принципу «один перекресток – один светофор». Зачехленные светофоры не учитываются.</p> <p>Чтобы вам не было скучно ехать, ответьте на вопросы,</p>
--	--	--

		<p>посвященные деятельности компании «Филипс»:</p> <p>Вопрос 1 (2 очка). Верите ли вы, что первым товаром, который первым выпустила компания «Филипс», была электрическая лампочка? (Да/Нет).</p> <p>Вопрос 2 (1 очко). Правда ли, что компания «Филипс» до сих пор производит утюги, нагрев которого производится не электричеством, а открытым пламенем? (Да/Нет).</p> <p>Вопрос 3 (1 очко). Правда ли, что название «Филипс» образовано из имени и фамилии ее отца-основателя – Филипп Ипсвич? (Да/Нет).</p> <p>Примечание: Ответы на эти и последующие призовые вопросы следует дать в письменной форме на призовом листе, который приложен к описанию маршрута.</p> <p>Если вы правильно считали светофоры, то после того как вы минуете двенадцатый, слева от вас окажется станция метро. Посмотрите на мост прямо перед вами и попытайтесь вспомнить, машины какой команды «Формулы-1» носят на своих бортах такую же рекламу?</p> <p>- Если это команда «Бенеттон» - на первом же перекрестке за мостом поверните направо и двигайтесь по маршруту: Рошинская улица – Витебский проспект – Заставская улица – Московский проспект - Московские ворота.</p> <p>- Если это «Уильямс» - езжайте прямо к Московским воротам по Московскому проспекту.</p> <p>- Если же вы считаете, что это команда АЗЛК – возвращайтесь на старт.</p> <p>Вы у Московских ворот. Ваш дальнейший маршрут будет зависеть от того, в честь победы над кем воздвигнут этот памятник.</p> <p>- Если над французами – поверните на Лиговский и двигайтесь до тех пор, пока не пересеките канал, двигаясь по Московскому проспекту.</p> <p>Ваша следующая за мостом цель - Технологический институт. Отправляйтесь туда кратчайшим маршрутом.</p> <p>Вы у Технологического института. Проверьте себя, правильным ли маршрутом вы пользовались. Если да, то примерно 3 минуты назад вы проехали мимо магазина фирмы «Адидас», указание точного адреса которого дает вам еще 3 очка (вопрос 4) Если нет – не отчаивайтесь. Возможно, вы ехали правильно, но просто были не слишком внимательны. В конце концов, вы сейчас точно на маршруте.</p> <p>От Технологического института по Московскому проспекту двигайтесь по Фонтанке.</p> <p>Вы на набережной. Пересеките Фонтанку. А теперь вспомните, какая отметка стоит на углу Московского проспекта и 9-й Красноармейской улицы.</p> <p>- Если «12» - отправляйтесь на площадь Ломоносова по маршруту: Московский проспект – Сенная площадь – Набережная канала Грибоедова – улица Ломоносова.</p> <p>- Если «21» - отправляйтесь туда же, но прямо по набережной.</p> <p>Пока вы едете, ответьте на следующий призовой вопрос.</p> <p>Вопрос 5(3 очка). В какой форме выстроено здание компании «Филипс»: а) огромного телевизора; б) старинного замка. (Далее в таком же формате описываются другие участки трассы.)</p>
<p><b>ОПК-7</b> Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>ОПК-7 – У1</p>	<p><b>Практические задания</b></p> <p>Задание 1. Ситуация для анализа. PR-акции сети магазинов для будущих мам «Наталис».</p> <p>- Магазин получил эксклюзивное право на поставку товаров новорожденному ребёнку Бриджит Бардо. В назначенный день к дому Бриджит, перед которым дежурили 200 фотографов со всего мира, фургон «Наталис» привёз одежду и мебель для её ребёнка. Марка «Наталис» стала известной всему миру.</p> <p>- «Наталис» на базе центральных магазинов создает центры родов по новой методике без боли, а информацию об этой методике распространяется в своих магазинах. Вся пресса заговорила об этом центре, были репортажи по телевидению. И женщины, ожидающие детей, стали приходить в магазин «Наталис», чтобы познакомиться с новшеством. Так создан новый имидж сети магазинов не только как</p>

		<p>торгующих центров, но и как проявляющих заботу и здоровье будущих матерей.</p> <p>- Была также организована сеть бесплатных школ для молодых родителей. Задача школ – оснастить молодых мам и пап методиками ухода за новорожденным. Школы имели большой успех и общественный резонанс.</p> <p>Обсудить следующие вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Какова аудитория этих акций?</li> <li>2. В чем состоит концептуальное отличие PR-акций от рекламных мероприятий?</li> <li>3. Какие технологии использованы в процессе проектирования и реализации данных PR-акций?</li> </ol>
	ОПК-7 – У2	<p style="text-align: center;"><b>Практические задания</b></p> <p>Задание 2. Ситуация для анализа.</p> <p>В СМИ прошла информация о том, что некоторые туристы, выезжающие в различные регионы Африки, заболевают странными болезнями вирусной природы. Общественность взволнована, спрос падает, фирма переживает кризис. Она решает провести ПК с тем, чтобы информировать потенциальных туристов о необходимости предварительной прививки.</p> <p>Вопросы для обсуждения:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. К какому виду можно отнести организованную турфирмой пресс-конференцию.</li> <li>2. В чем состоит основная ошибка турфирмы?</li> <li>3. Каков характер проблем, определяющих целесообразность проведения пресс-конференции как PR-акции?</li> <li>4. Каковы специфические ресурсы, необходимые и достаточные для проведения пресс-конференции с PR-целями?</li> <li>5. По каким критериям определяется аудитория пресс-конференции?</li> <li>6. Каковы цели и задачи ПК и чем они определяются?</li> <li>7. На основании чего определяется тема ПК?</li> <li>8. Каковы критерии выбора СМИ? Каковы возможные мотивы появления журналистов на ПК?</li> </ol> <p>Каковы основные результаты ПК.</p>
<p><b>ПК-1</b></p> <p>Способен участвовать в осуществлении проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами</p>	ПК-1 – У1	<p style="text-align: center;"><b>Практические задания</b></p> <p>Задание 1. Ситуация для анализа.</p> <p>Ознакомиться с PR-проектом Нью-Йоркской публичной библиотеки и ответить на следующие вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Каков в данном случае предмет маркетинговой коммуникации?</li> <li>2. Какие задачи и результаты не входят в компетенцию PR-технологий?</li> <li>3. Какая группа ресурсов, задействованная в проекте, не указана в соответствующем разделе?</li> </ol> <p>PR-проект Нью-Йоркской публичной библиотеки.</p> <p>Характеристика ситуации: в связи со столетним юбилеем библиотеки были проведены исследования среди представителей целевых аудиторий (местные читатели и иностранные туристы, преподаватели и студенты, школьники и исследователи, чиновники и частные жертвователи), в том числе двухгодичный опрос Института Гэллага, в результате которых выявлены следующие вызывающие беспокойство мнения: библиотека воспринималась как пассивное старинное хранилище книг, а не как инициатор нововведений в обслуживании читателей, предлагающих более 22 тыс. программ и выставок ежегодно; многие читатели не знали, что библиотека является частной некоммерческой организацией, а не государственным учреждением, и что библиотеке жизненно необходима финансовая поддержка со стороны государства и частных лиц. Финансово-экономические проблемы: ограниченный PR-бюджет и отсутствие средств на рекламу, маркетинг и продвижение.</p> <p>Ресурсы акции: юбилей библиотеки; потребность у значительной части организаций кампаний, празднующих свои юбилеи в это же время, принять участие в масштабной акции (например, Метрополитен-музей,</p>

		<p>американский музей естественной истории, штаб-квартира ООН).</p> <p>Цели акции:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Повысить уровень известности библиотеки среди целевых аудиторий, восстановить имидж и заложить основу для кампании по сбору средств.</li> <li>- Добиться подробного освещения деятельности библиотеки и празднования её столетнего юбилея в печатных и электронных СМИ.</li> <li>- Обеспечить всеобщую поддержку путем обращений о пожертвованиях в печатном и электронном виде, а также с помощью других инструментов маркетинга и продвижения, в том числе совместных проектов с теле- и радио-компаниями.</li> </ul> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Формирование благоприятного отношения к библиотеке у частных лиц для объявления осенью 1996 г. начала кампании по сбору 430 млн долл.</li> <li>- Создание чувства сопричастности библиотеке среди местных и федеральных властей, а также властей штата.</li> <li>- Закрепление библиотеки как инициатора нововведений и лидера в предоставлении читателям доступа к информационным потокам.</li> <li>- Позиционирование библиотеки, в частности её выставок, как первой достопримечательности для гостей Нью-Йорка.</li> <li>- Увеличение числа читателей 32 филиалов и посещений недавно созданного сайта библиотеки в Интернете.</li> </ul> <p>Содержание проекта:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Корректировка презентационных способов и средств (в частности, для оживления имиджа создавать новый логотип библиотеки и широко информировать об этом общественность).</li> <li>2. В отношениях с прессой были реализованы три инициативы: <ul style="list-style-type: none"> <li>- 17 мая на специальном мероприятии, во время которого приглашенные знаменитости объявили о планах на год столетия, была открыта специальная выставка и представлен новый сайт библиотеки в Интернете.</li> <li>- 14 ноября – презентация для журналистов, во время которой были представлены новый онлайн-каталог и информационная система.</li> <li>- 23 ноября – брифинг для прессы, в ходе которого отдельно была подчеркнута всевозрастающая роль исполнительских видов искусства для библиотеки и представлены последние приобретения.</li> </ul> </li> <li>3. 20 мая, в день празднования столетнего юбилея библиотеки, в каждом филиале библиотеки и в исследовательском центре прошли различные мероприятия. Всё завершилось музыкальным лазерным шоу на 5-й авеню, где перед десятитысячной толпой выступили лауреат Нобелевской премии Тони Моррисон (Toni Morrison), мэр Нью-Йорка Рудольф Джулиани (Rudolph Giuhani) и сенатор Дэниэл Патрик Мойнихэн (Deniel Patrick Moynihan).</li> <li>4. PR-служба библиотеки выпустила электронный мультимедийный интерактивный информационный пакет о библиотеке на CD-ROM. Он включал текст в электронном виде, фотографии, пресс-релизы, графики событий, смешные истории, мультипликационное и видеофильмы. К юбилею было распространено 700 информационных пакетов.</li> <li>5. Организация специальных промоушн-акций: <ul style="list-style-type: none"> <li>- бесплатная реклама в местных СМИ, в том числе в газетах, на городских автобусах и телефонных будках. Общее количество воздействий достигало 4 млн;</li> <li>- радиообращения и пожертвованиях, прочитанные Барбарой Уолтерс (Barbara Walters) и переданные сотни раз по 16 радиостанциям Нью-Йорка;</li> <li>- восемь телевизионных обращений о пожертвованиях, созданных информационным партнером (спонсором) празднования столетия библиотеки телеканалом NY1, местной новостной студией компании Time Warner, которые были переданы по телеканалам CNN, Learning Channel, Nickelodeon и NY1;</li> <li>- передача «Откройте вашу библиотеку», появившаяся более чем в</li> </ul> </li> </ol>
--	--	---

		<p>миллионе семей во всех пяти районах Нью-Йорка, подключенных к кабельному телевидению Time Warner;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- объявления о выставках в рекламных проспектах, распространяемых в сети городских супермаркетов;</li> <li>- ежечасные объявления на гигантском телеэкране, установленном на Таймс-сквер в день празднования столетия публичной библиотеки;</li> <li>- реклама в витринах магазинов Манхэттена (Bloomingdale's, Polo/Ralph Lauren, Lord&amp;Taylor, Brooks Brothers, Hermes и др.) и на небоскребе Эмпайр-стейт-билдинг.</li> </ul> <p>Результаты:</p> <p>Специальные акции, услуги, выставки и программы, посвященные столетию библиотеки, стали основной более чем для 1700 статей на восьми языках. Это означает увеличение освещения в прессе на 50% по сравнению с 1994 г.</p> <p>38 раз за 8 месяцев выходили материалы о библиотеке в общенациональном издании газеты New York Times. Церемония празднования столетия библиотеки была запечатлена на обложках 5 журналов, в том числе и издания New Yorker.</p> <p>Все нью-йоркские газеты опубликовали редакторские статьи в поддержку библиотеки.</p> <p>В общей сложности библиотека получила более 5 часов телевизионного эфира, включая 11-минутный заглавный сюжет в воскресной утренней программе на телеканале CBS – Sunday Morning, 5-минутный прямой эфир в программе NBS's Today, объявления о праздновании юбилея на всех радиостанциях Нью-Йорка и длительное освещение на канале NY1.</p> <p>20 тыс. гостей приняли участие в праздновании столетия библиотеки 20 мая.</p> <p>Более 200 тыс. человек со всего мира посетили выставки в библиотеке в 1995 г. Выставка «Какова цена свободы» стала местом приема лидеров иностранных государств четой Клинтонов.</p> <p>Более 1 млн раз посетители заходили на новый сайт библиотеки в Интернете в течение первых двух месяцев после запуска нового каталога и информационной системы.</p> <p>Взнос в 10 млн долл. на исполнительские виды искусств и анонимное пожертвование в 15 млн долл. на реставрацию большого читального зала старого здания.</p> <p>Посещаемость библиотеки возросла на 40%.</p>
ПК-1 – У2		<p style="text-align: center;"><b>Практические задания</b></p> <p>Задание 1. Разработать проект пресс-конференции</p> <p>Структура проекта ПК:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Характеристика инициатора ПК (реальная или вымышленная организация): <ol style="list-style-type: none"> <li>а) анализ проблем (они определяют мотивы ПК);</li> <li>б) характеристика ресурсов организации, включая при необходимости проектное обоснование события-провокации-действия, встроенного в смысловую среду организации и порождающего особый интерес журналистов. При этом эпатирующие события инициируются целенаправленно.</li> </ol> </li> <li>2. Цель и задачи ПК.</li> <li>3. Характеристика аудитории ПК (целевые, контактные группы, СМИ).</li> <li>4. Тема ПК.</li> <li>5. Основные идеи доклада («ключевые послания» в тезисной форме).</li> <li>6. Используемые вербальные приемы и средства.</li> <li>7. Сценарный план проведения.</li> </ol>

### Критерии оценки учебных действий обучающихся на практических занятиях

Оценка	Характеристики ответа студента
Отлично	Обучающийся самостоятельно и правильно решил учебно-профессиональную

	задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение.
<b>Хорошо</b>	Обучающийся самостоятельно и в основном правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение.
<b>Удовлетворительно</b>	Обучающийся в основном решил учебно-профессиональную задачу, допустил несущественные ошибки, слабо аргументировал свое решение.
<b>Неудовлетворительно</b>	Обучающийся не решил учебно-профессиональную задачу.

### 7.1.3. Задания для оценки владений, навыков

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание				
<b>УК-2</b> Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2 – В1	<p align="center"><b>Практические задания</b></p> <p>Задание 1 . Обосновать способы противодействия «грязным» технологиям</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Грязные технологии</th> <th>Способы и формы противодействия</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> 1. Популизм – создание и эксплуатация нереалистич. ожиданий (путем многомерных обманных обещания ...)  2.«Раздача слонов» - подкуп избирателя (подарки, продовольственные пакеты, кормежки – в ДК, общежитиях)  3.Провокация страха («Купи еды в последний раз...» - о коммунистах)  4.Вызов агрессии («Поздний звонок»)  5.Подрыв доверия (псевдо-социологический опрос по форме «Верите вы, что N...?»)  6.«Клонирование» - использование двойников.  7.Блокировка действий оппонента (объявление о знакомстве)  8.Организации демонстративной поддержки группами населения, негативно воспринимаемыми в обществе  9.Фальшивые рейтинги партий и лидеров.  10. «Забрасывание грязью» - подбор фактов и образов, которые дают жестко негативную окраску. </td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Грязные технологии	Способы и формы противодействия	1. Популизм – создание и эксплуатация нереалистич. ожиданий (путем многомерных обманных обещания ...) 2.«Раздача слонов» - подкуп избирателя (подарки, продовольственные пакеты, кормежки – в ДК, общежитиях) 3.Провокация страха («Купи еды в последний раз...» - о коммунистах) 4.Вызов агрессии («Поздний звонок») 5.Подрыв доверия (псевдо-социологический опрос по форме «Верите вы, что N...?») 6.«Клонирование» - использование двойников. 7.Блокировка действий оппонента (объявление о знакомстве) 8.Организации демонстративной поддержки группами населения, негативно воспринимаемыми в обществе 9.Фальшивые рейтинги партий и лидеров. 10. «Забрасывание грязью» - подбор фактов и образов, которые дают жестко негативную окраску.	
		Грязные технологии	Способы и формы противодействия			
1. Популизм – создание и эксплуатация нереалистич. ожиданий (путем многомерных обманных обещания ...) 2.«Раздача слонов» - подкуп избирателя (подарки, продовольственные пакеты, кормежки – в ДК, общежитиях) 3.Провокация страха («Купи еды в последний раз...» - о коммунистах) 4.Вызов агрессии («Поздний звонок») 5.Подрыв доверия (псевдо-социологический опрос по форме «Верите вы, что N...?») 6.«Клонирование» - использование двойников. 7.Блокировка действий оппонента (объявление о знакомстве) 8.Организации демонстративной поддержки группами населения, негативно воспринимаемыми в обществе 9.Фальшивые рейтинги партий и лидеров. 10. «Забрасывание грязью» - подбор фактов и образов, которые дают жестко негативную окраску.						
<p align="center"><b>Практические задания</b></p> <p>Задание 1. На основе установления причинно-следственной связи обосновать цель и задачи проекта, решающего обозначенные ниже проблемы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Несформированность профессиональной этики работников туристской отрасли.</li> <li>2. Утрата историко-культурного своеобразия и уникальности территорий российских регионов и снижение их туристской привлекательности.</li> <li>3. Низкая эффективность рекламной деятельности в решении задач, связанных с формированием образа СПб и России как страны, благоприятной для туризма.</li> <li>4. Неблагоприятная социально- политическая ситуация, отпугивающая зарубежных туристов (рост преступности, этические конфликты).</li> <li>5. Отсутствие у иностранцев информации и туристских ресурсов города (в частности, о нетрадиционных аспектах туристской привлекательности России и СПб).</li> <li>6. Отсутствие постоянных каналов и форм связи с зарубежными фирмами-партнерами.</li> <li>7. Отпугивающий туристов имидж города (и страны в целом) как</li> </ol>						

		<p>криминальной столицы России.</p> <p>8. Несоответствие материальной базы туризма международным стандартам.</p> <p>9. Низкие темпы роста въездного туризма.</p> <p>10. Неразвитость инфраструктуры спорта, туризма и отдыха (отсутствие туристских маршрутов, баз отдыха).</p>																														
<p><b>ОПК-7</b> Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	ОПК-7 – В1	<p align="center"><b>Практические задания</b></p> <p>Задание 1. Разработать «Уникальное политическое предложение» (УПП) кандидата в местные органы власти.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Основные сегменты</th> <th>УПП</th> <th>Ресурсы сегмента</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Всё население</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Пенсионеры</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Деятели культуры, искусства</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Наука</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Бизнес</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Учителя и врачи</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Женщины</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Армия</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Молодежь</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Основные сегменты	УПП	Ресурсы сегмента	Всё население			Пенсионеры			Деятели культуры, искусства			Наука			Бизнес			Учителя и врачи			Женщины			Армия			Молодежь		
	Основные сегменты	УПП	Ресурсы сегмента																													
Всё население																																
Пенсионеры																																
Деятели культуры, искусства																																
Наука																																
Бизнес																																
Учителя и врачи																																
Женщины																																
Армия																																
Молодежь																																
ОПК-7 – В2	<p align="center"><b>Практические задания</b></p> <p>Задание 1. Сформулировать проблему (социальную, личностную, проблему функционирования фирмы) и определить наиболее оптимальные способы ее решения (включая предмет маркетинговой коммуникации, технологии, формы коммуникации фирмы с целевой аудиторией - возможным источником проблем и ресурсов).</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Проблема</th> <th>Предмет маркетинговой коммуникации</th> <th>Проектные технологии</th> <th>Форма коммуникации</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1.</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>1. и тд.</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Проблема	Предмет маркетинговой коммуникации	Проектные технологии	Форма коммуникации	1.				1. и тд.																						
Проблема	Предмет маркетинговой коммуникации	Проектные технологии	Форма коммуникации																													
1.																																
1. и тд.																																
<p><b>ПК-1</b> Способен участвовать в осуществлении проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами</p>	ПК-1 – В1	<p align="center"><b>Практические задания</b></p> <p>Задание 1. Проектное обоснование праздника</p> <p>Структура проекта:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Обоснование вида праздника.</li> <li>Цели и задачи праздника (организаторов, учредителей, спонсоров): а) по отношению к населению, территории; б) по отношению к организатору (персоналу).</li> <li>Тема праздника (определяется проблемами и ресурсами инициатора).</li> <li>Аудитория праздника.</li> <li>Содержание праздничных событий (проектное обоснование основных событий)</li> </ol> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Содержание события (сюжет, тема, предмет, ресурсы, исполнители)</th> <th>Целевые группы</th> <th>Задачи</th> <th>Продолжительность</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> </tbody> </table> <ol style="list-style-type: none"> <li>План участия основных категорий аудитории праздника.</li> <li>Атрибутика праздника.</li> <li>Программа маркетингового обеспечения праздника.</li> </ol>	Содержание события (сюжет, тема, предмет, ресурсы, исполнители)	Целевые группы	Задачи	Продолжительность	1	2	3	4																						
		Содержание события (сюжет, тема, предмет, ресурсы, исполнители)	Целевые группы	Задачи	Продолжительность																											
1	2	3	4																													

	ПК-1 – В2	<b>Практические задания</b>
		<p>Задание 1. Тема: Технология обоснования нормативных параметров аудитории.</p> <p>1-е задание: Разработать нормативную модель личности («идеального» менеджера, политика, мужчины, женщины, и т.д.), включающую:</p> <p>а) базовые жизненные ценности;</p> <p>2-е задание: Определить персонифицирующие его символы (т.е. реальных личностей, исторических деятелей, героев художественной литературы, которые максимально полно воплощают и выражают этот идеал).</p> <p>3-е задание Обосновать оптимальную форму социально-культурной коммуникации и используемые в ней технологии, позволяющие осуществить экспансию данного идеала, т.е. расширить социальную базу его носителей.</p>

### Критерии оценки учебных действий обучающихся на практических занятиях

Оценка	Характеристики ответа студента
<b>Отлично</b>	Обучающийся самостоятельно и правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение.
<b>Хорошо</b>	Обучающийся самостоятельно и в основном правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение.
<b>Удовлетворительно</b>	Обучающийся в основном решил учебно-профессиональную задачу, допустил несущественные ошибки, слабо аргументировал свое решение.
<b>Неудовлетворительно</b>	Обучающийся не решил учебно-профессиональную задачу.

## 7.2. ФОС для проведения промежуточной аттестации.

### 7.2.1. Темы курсовых работ

УК-2 – 31, УК-2 – 32, УК-2 – У1, УК-2 – У2, УК-2 – В1, УК-2 – В2  
ОПК-7 – 31, ОПК-7 – 32, ОПК-7 – У1, ОПК-7 – У2, ОПК-7 – В1, ОПК-7 – В2  
ПК-1 – 31, ПК-1 – 32, ПК-1 – У1, ПК-1 – У2, ПК-1 – В1, ПК-1 – В2

1. Проектирование как условие эффективного менеджмента.
2. Особенности проектной деятельности в рекламе и PR.
3. Понятие коммуникативного проекта, его особенности.
4. Сферы применения коммуникативных проектов.
5. Место и значение исследований в проектной деятельности.
6. Выбор объекта и предмета.
7. Разработка тактических решений, выбор форм и методов реализации.
8. Законодательное регулирование деятельности в сфере рекламы и PR. Учет требований регуляторов и надзорных органов.
9. Саморегулирование в профессиональной сфере.
10. Методики оценки эффективности проектов.
11. Качественная оценка риска PR-проектов. Методы количественной оценки риска.
12. Ресурсное планирование проекта
13. Определение ожидаемых результатов и методики оценки эффективности проекта.
14. Социальная экспертиза проекта.
15. Институциональная экспертиза проекта.
16. Экологическая экспертиза проекта.
17. Социальная экспертиза проекта

18. Разработка концепции взаимодействия с экспертами.
19. Принципы организации работы проектных команд
20. Проектная документация (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт.
21. Организация, обеспечение средств и методов по реализации проектов
22. Информационные системы управления проектами.
23. Управление проектом в кризисной ситуации
24. Социальная роль коммерческих проектов.
25. Особенности социального проектирования.
26. Виды социальных проектов, критерии их классификации.

### Критерии оценки курсовой работы

Оценка	Характеристики ответа студента
<b>Отлично</b>	курсовая работа выполнена в полном объеме; используется основная литература по проблеме, работа отличается глубиной проработки всех разделов содержательной части, оформлена с соблюдением установленных правил; студент свободно владеет теоретическим материалом, безошибочно применяет его при решении задач, сформулированных в задании; на все вопросы дает правильные и обоснованные ответы, убедительно защищает свою точку зрения.
<b>Хорошо</b>	курсовая работа выполнена в полном объеме; работа отличается глубиной проработки всех разделов содержательной части, оформлена с соблюдением установленных правил; студент твердо владеет теоретическим материалом, может применять его самостоятельно или по указанию преподавателя; на большинство вопросов даны правильные ответы, защищает свою точку зрения достаточно обосновано.
<b>Удовлетворительно</b>	курсовая работа выполнена в основном правильно, но без достаточно глубокой проработки некоторых разделов; студент усвоил только основные разделы теоретического материала и по указанию преподавателя (без инициативы и самостоятельности) применяет его практически; на вопросы отвечает неуверенно или допускает ошибки, неуверенно защищает свою точку зрения.
<b>Неудовлетворительно</b>	курсовая работа представлена с существенными замечания к содержанию и оформлению; студент не может защитить свои решения, допускает грубые фактические ошибки при ответах на поставленные вопросы или вовсе не отвечает на них.

#### 7.2.2. Задания для оценки знаний к зачету

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
<b>УК-2</b> Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2 – 31 УК-4 – 32	<p style="text-align: center;"><b>Перечень вопросов</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дайте определение проекта. Какие существуют типы проектов по сферам деятельности?</li> <li>2. Перечислите признаки, присущие проектам.</li> <li>3. Дайте общую классификацию проектов. Раскройте содержание каждого типа проектов.</li> <li>4. Что такое жизненный цикл проекта? Перечислите фазы проекта.</li> <li>5. Каково содержание основных фаз инвестиционного проекта?</li> </ol>
<b>ОПК-7</b> Способен учитывать эффекты и	ОПК-7 – 31 ОПК-7 – 32	

последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности		
<b>ПК-1</b> Способен участвовать в осуществлении проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	ПК-1 – 31 ПК-1 – 32	<b>Перечень вопросов</b> 1. Какова роль участников проекта: инициатора, заказчика, инвестора, проект-менеджера? 2. Какова роль участников проекта? 3. Дайте понятие управления проектом. В чем состоят функции управления проектом? 4. Раскройте организационные структуры управления проектом: функциональную и матричную. 5. Раскройте организационные структуры управления проектом: проектно-целевую, внешнего и внутреннего управления.

### **7.2.3. Задания для оценки умений к зачету**

<b>Формируемая компетенция</b>	<b>Код результата обучения</b>	<b>Задание</b>
<b>УК-2</b> Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2 – У1 УК-4 – У2	<b>Перечень вопросов</b> 1. В чем состоит структуризация проекта и каковы его составляющие? 2. В чем заключается разница между функциональным, динамичным и предметным подходами к управлению проектом? 3. Какие существуют основные методы управления проектами, их предназначение и сущность? 4. Каковы интересы участников проекта и как осуществлять их учет в процессе управления? 5. Что такое структуризация проекта и его составляющие?
<b>ОПК-7</b> Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7 – У1 ОПК-7 – У2	
<b>ПК-1</b> Способен участвовать в осуществлении проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	ПК-1 – У1 ПК-1 – У2	<b>Перечень вопросов</b> 1. Каковы основные методы управления проектами, их предназначение и сущность? 2. Перечислите ресурсы, используемые при управлении проектом. 3. Какие существуют подсистемы управления проектом, их особенности? 4. Дайте понятие процесса. Виды процессов при управлении проектом. 5. Как осуществляется оценка жизнеспособности проекта: коммерческая, бюджетная эффективность?

#### 7.1.4. Задания для оценки владений, навыков к зачету

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание
<b>УК-2</b> Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2 – В1 УК-2 – В2	<p style="text-align: center;"><b>Перечень вопросов</b></p> 1. Как осуществляется оценка жизнеспособности проекта: социально-экономическая эффективность? Общественная значимость проекта. 2. Что такое экспертиза проекта? Раскройте методы экспертизы, разновидности экспертизы. Оценочные значения результатов экспертизы. 3. Как производится оценка эффективности проекта: виды эффектов и их показатели? 4. Разъясните основные критерии оценки эффективности проекта по его цели, стратегии и политике. 5. В чем заключаются назначение, содержание и этапы контроля реализации проекта? 6. Какие существуют элементы контроля и основные методы его осуществления в ходе реализации проекта? 7. Какие применяются методы снижения рисков при реализации проекта? 8. Какие организационные формы работы над проектом существуют в настоящее время? 9. Раскрыть понятие управления временем проекта. 10. Раскрыть понятие управления качеством проекта. 11. Характеристика проектных рисков и меры по их снижению.
<b>ОПК-7</b> Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7 – В1 ОПК-7 – В2	<p style="text-align: center;"><b>Перечень вопросов</b></p> 1. Какие существуют элементы контроля и основные методы его осуществления в ходе реализации проекта? 2. Какие применяются методы снижения рисков при реализации проекта? 3. Какие организационные формы работы над проектом существуют в настоящее время? 4. Раскрыть понятие управления временем проекта. 5. Раскрыть понятие управления качеством проекта. 6. Характеристика проектных рисков и меры по их снижению.
<b>ПК-1</b> Способен участвовать в осуществлении проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	ПК-1 – В1 ПК-1 – В2	<p style="text-align: center;"><b>Перечень вопросов</b></p> 1. Какие существуют элементы контроля и основные методы его осуществления в ходе реализации проекта? 2. Какие применяются методы снижения рисков при реализации проекта? 3. Какие организационные формы работы над проектом существуют в настоящее время? 4. Раскрыть понятие управления временем проекта. 5. Раскрыть понятие управления качеством проекта. 6. Характеристика проектных рисков и меры по их снижению.

#### **Уровни и критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины**

	Критерии оценивания	Итоговая оценка
Уровень 1. Недостаточный	Незнание значительной части программного материала, неумение даже с помощью преподавателя сформулировать правильные ответы на задаваемые вопросы, невыполнение практических заданий	Неудовлетворительно/незачтено
Уровень 2. Базовый	Знание только основного материала, допустимы неточности в ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Удовлетворительно/зачтено
Уровень 3. Повышенный	Твердые знания программного материала, допустимые несущественные неточности при	Хорошо/зачтено

	ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	
Уровень 4. Продвинутый	Глубокое освоение программного материала, логически стройное его изложение, умение связать теорию с возможностью ее применения на практике, свободное решение задач и обоснование принятого решения	Отлично/зачтено

### **7.2.2. Задания для оценки знаний к зачету с оценкой**

<b>Формируемая компетенция</b>	<b>Код результата обучения</b>	<b>Задание</b>
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2 – 31	<b>Перечень вопросов</b> 1. Тезисы, виды тезисов, последовательность написания тезисов. Конспект, правила конспектирования. 2. Методика работы со статистическими материалами. 3. Способы наглядного представления статистических данных.
	УК-4 – 32	<b>Перечень вопросов</b> 4. Статистические таблицы. Правила построения таблиц в статистике. Структурный и содержательный анализ статистических таблиц. 5. Статистические графики. Элементы статистического графика. Виды графиков.
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7 – 31	<b>Перечень вопросов</b> 1. Последовательность деятельности субъектов проектного обучения: определение темы, целей, исходного положения, формирование рабочих групп; планирование; принятие решений; выполнение; проверка и оценка результатов; защита проекта.
	ОПК-7 – 32	<b>Перечень вопросов</b> 2. Деятельность субъектов процесса проектирования на различных его этапах: определение темы, целей, исходного положения, формирование рабочих групп; планирование (анализ проблемы, постановка задач, уточнение информации, синтез идеи, планы); принятие решений («мозговой штурм», обсуждение альтернатив, выбор оптимального варианта).
ПК-1 Способен участвовать в осуществлении проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	ПК-1 – 31	<b>Перечень вопросов</b> 1. Деятельность субъектов процесса проектирования на различных его этапах: выполнение (работа по выполнению проекта); проверка и оценка результатов (анализ выполнения проекта, выяснение причин удач и неудач); защита проекта (коллективный анализ деятельности).
	ПК-1 – 32	<b>Перечень вопросов</b> 2. Общие требования к оформлению текста (ГОСТы по оформлению машинописных работ: выбор формата бумаги, оформление полей, знаков препинания, нумерации страниц, рубрикации способы выделения отдельных частей текста).

### **7.2.3. Задания для оценки умений к зачету с оценкой**

<b>Формируемая компетенция</b>	<b>Код результата обучения</b>	<b>Задание</b>
--------------------------------	--------------------------------	----------------

<b>УК-2</b> Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2 – У1 УК-4 – У2	<p style="text-align: center;"><b>Перечень вопросов</b></p> 1. Критерии оценивания выполненных проектов: аргументированность выбора темы, обоснование потребности, практическая направленность проекта и значимость выполненной работы; объём и полнота разработок, выполнение принятых этапов проектирования, самостоятельность, законченность, подготовленность к восприятию проекта другими людьми, материальное воплощение проекта; аргументированность предлагаемых решений, подходов, выводов, полнота библиографии, цитируемость; уровень творчества, оригинальность темы, подходов, найденных решений, предлагаемых аргументов; оригинальность материального воплощения и представления проекта; качество записки; качество изделия.
<b>ОПК-7</b> Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7 – У1 ОПК-7 – У2	<p style="text-align: center;"><b>Перечень вопросов</b></p> 2. Критерии оценивания защиты проекта: качество доклада; объём и глубина знаний по теме, эрудиция; культура речи, манера, использование наглядных средств, чувство времени, удержание внимания аудитории; ответы на вопросы (полнота, убедительность и убеждённость, аргументированность); деловые и волевые качества докладчика. Самоанализ достоинств и недостатков проекта, самооценка результатов. Требования к тезисам выступления на защите проекта, к презентации.
<b>ПК-1</b> Способен участвовать в осуществлении проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	ПК-1 – У1	<p style="text-align: center;"><b>Перечень вопросов</b></p> 1. Параметры внешней оценки проекта: значимость и актуальность выдвинутых проблем, адекватность их изучаемой тематике; корректность используемых методов исследования и методов обработки получаемых результатов; активность каждого участника проекта в соответствии с его индивидуальными возможностями; 2. Коллективный характер принимаемых решений; характер общения и взаимопомощи, взаимодополняемости участников проекта; необходимая и достаточная глубина проникновения в проблему, привлечение знаний из других областей; доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы;
	ПК-1 – У2	<p style="text-align: center;"><b>Перечень вопросов</b></p> 1. Эстетика оформления результатов выполненного проекта; умение отвечать на вопросы оппонентов, лаконичность и аргументированность ответов каждого члена группы. 2. Правила публичного выступления, рекомендации. Главные предпосылки успешного выступления. Как заканчивать выступление. Публичная защита проекта. Оценка проектов других авторов по критериям. 3. Понимание процесса коммерциализации. Переход от идеи к рынку: стадии «генерации идеи», «выращивания», «демонстрации», «продвижения», «стабильности».

#### **7.1.4. Задания для оценки владений, навыков к зачету с оценкой**

Формируемая компетенция	Код результата обучения	Задание	
<b>УК-2</b> Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих	УК-2 – В1	<b>Практические задания</b>	
		Задание 1 . Обосновать способы противодействия «грязным» технологиям	
		Грязные технологии	Способы и формы противодействия
		1. Популизм – создание и эксплуатация нереалистич. ожиданий (путем многомерных обманных обещания ...) 2. «Раздача слонов» - подкуп	

<p>правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>		<p>избирателя (подарки, продовольственные пакеты, кормежки – в ДК, общежитиях)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Провокация страха («Купи еды в последний раз...» - о коммунистах)</li> <li>4. Вызов агрессии («Поздний звонок»)</li> <li>5. Подрыв доверия (псевдо-социологический опрос по форме «Верите вы, что N...?») «Клонирование» - использование двойников.</li> <li>7. Блокировка действий оппонента (объявление о знакомстве)</li> <li>8. Организации демонстративной поддержки группами населения, негативно воспринимаемыми в обществе</li> <li>9. Фальшивые рейтинги партий и лидеров.</li> <li>10. «Забрасывание грязью» - подбор фактов и образов, которые дают жестко негативную окраску.</li> </ol>																			
	<p>УК-2 – В2</p>	<p style="text-align: center;"><b>Практические задания</b></p> <p>Задание 1. На основе установления причинно-следственной связи обосновать цель и задачи проекта, решающего обозначенные ниже проблемы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Несформированность профессиональной этики работников туристской отрасли.</li> <li>2. Утрата историко-культурного своеобразия и уникальности территорий российских регионов и снижение их туристской привлекательности.</li> <li>3. Низкая эффективность рекламной деятельности в решении задач, связанных с формированием образа СПб и России как страны, благоприятной для туризма.</li> <li>4. Неблагоприятная социально- политическая ситуация, отпугивающая зарубежных туристов (рост преступности, этические конфликты).</li> <li>5. Отсутствие у иностранцев информации и туристских ресурсов города (в частности, о нетрадиционных аспектах туристской привлекательности России и СПб).</li> <li>6. Отсутствие постоянных каналов и форм связи с зарубежными фирмами-партнерами.</li> <li>7. Отпугивающий туристов имидж города (и страны в целом) как криминальной столицы России.</li> <li>8. Несоответствие материальной базы туризма международным стандартам.</li> <li>9. Низкие темпы роста въездного туризма.</li> <li>10. Незрелость инфраструктуры спорта, туризма и отдыха (отсутствие туристских маршрутов, баз отдыха).</li> </ol>																			
<p><b>ОПК-7</b> Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной</p>	<p>ОПК-7 – В1</p>	<p style="text-align: center;"><b>Практические задания</b></p> <p>Задание 1. Разработать «Уникальное политическое предложение» (УПП) кандидата в местные органы власти.</p> <table border="1" data-bbox="639 1809 1455 2063"> <thead> <tr> <th>Основные сегменты</th> <th>УПП</th> <th>Ресурсы сегмента</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Всё население</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Пенсионеры</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Деятели культуры, искусства</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Наука</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Бизнес</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Основные сегменты	УПП	Ресурсы сегмента	Всё население			Пенсионеры			Деятели культуры, искусства			Наука			Бизнес		
Основные сегменты	УПП	Ресурсы сегмента																			
Всё население																					
Пенсионеры																					
Деятели культуры, искусства																					
Наука																					
Бизнес																					

ответственности		Учителя и врачи			
		Женщины			
		Армия			
		Молодежь			
	ОПК-7 – В2	Задание 1. Сформулировать проблему (социальную, личностную, проблему функционирования фирмы) и определить наиболее оптимальные способы ее решения (включая предмет маркетинговой коммуникации, технологии, формы коммуникации фирмы с целевой аудиторией - возможным источником проблем и ресурсов).			
		Проблема	Предмет маркетинговой коммуникации	Проектные технологии	Форма коммуникации
		1.			
		1. и тд.			
ПК-1 Способен участвовать в осуществлении проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	ПК-1 – В1	<b>Практические задания</b>			
		Задание 1. Проектное обоснование праздника Структура проекта: Обоснование вида праздника. Цели и задачи праздника (организаторов, учредителей, спонсоров): а) по отношению к населению, территории; б) по отношению к организатору (персоналу). Тема праздника (определяется проблемами и ресурсами инициатора). Аудитория праздника. Содержание праздничных событий (проектное обоснование основных событий)			
		Содержание события (сюжет, тема, предмет, ресурсы, исполнители)	Целевые группы	Задачи	Продолжительность
		1	2	3	4
		План участия основных категорий аудитории праздника. Атрибутика праздника. Программа маркетингового обеспечения праздника.			
	ПК-1 – В2	<b>Практические задания</b>			
		Задание 1. Тема: Технология обоснования нормативных параметров аудитории. 1-е задание: Разработать нормативную модель личности («идеального» менеджера, политика, мужчины, женщины, и т.д.), включающую: а) базовые жизненные ценности; 2-е задание: Определить персонифицирующие его символы (т.е. реальных личностей, исторических деятелей, героев художественной литературы, которые максимально полно воплощают и выражают этот идеал). 3-е задание Обосновать оптимальную форму социально-культурной коммуникации и используемые в ней технологии, позволяющие осуществить экспансию данного идеала, т.е. расширить социальную базу его носителей.			

### Уровни и критерии итоговой оценки результатов освоения дисциплины

	Критерии оценивания	Итоговая оценка
Уровень 1. Недостаточный	Незнание значительной части программного материала, неумение даже с помощью преподавателя сформулировать правильные ответы на задаваемые вопросы, невыполнение практических заданий	Неудовлетворительно/незачтено
Уровень 2.	Знание только основного материала, допустимы	Удовлетворительно/зачтено

Базовый	неточности в ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	
Уровень 3. Повышенный	Твердые знания программного материала, допустимые несущественные неточности при ответе на вопросы, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач	Хорошо/зачтено
Уровень 4. Продвинутой	Глубокое освоение программного материала, логически стройное его изложение, умение связать теорию с возможностью ее применения на практике, свободное решение задач и обоснование принятого решения	Отлично/зачтено

## 8. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).

### 8.1. Основная учебная литература:

1. Основы проектной деятельности : учебно-методическое пособие / сост. И. М. Дудина ; Яросл. гос. ун-т им. П. Г. Демидова. — Ярославль : ЯрГУ, 2019. — 28 с.
2. Основы проектной деятельности : учебное пособие для обучающихся в системе СПО / Б. Р. Мандель. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 293 с.
3. Ткаченко Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования : учебное пособие / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - М. : Юнити-Дана, 2017. - 336 с. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01568-2. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422

### 8.2. Дополнительная учебная литература:

1. Марков А.П. Проектирование маркетинговых коммуникаций. Рекламные технологии. Связи с общественностью. Спонсорская деятельность /А.П.Марков. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 543с. – (Высшее образование)
2. Марусева И.В. Дипломное проектирование в области PR и рекламы : учебное пособие / И.В. Марусева. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - Ч. 2. Практикум. - 751 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-3961-0. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=271838
3. Ковалевский, В. Организация рекламной деятельности : учебное пособие / В. Ковалевский, О. Калиева, Н. Лужнова ; Оренбургский государственный университет, Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы. – Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2012. – 122 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259222> (дата обращения: 18.10.2019). – Текст : электронный.

## 9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).

<a href="https://www.akarussia.ru/default.php">https://www.akarussia.ru/default.php</a>	Ассоциация Коммуникационных Агентств России
<a href="https://www.sostav.ru/">https://www.sostav.ru/</a>	Маркетинг. Реклама. PR
<a href="http://www.sovetnik.ru/">http://www.sovetnik.ru/</a>	Профессиональный PR-портал «Советник»
<a href="http://www.pr-news.spb.ru/">http://www.pr-news.spb.ru/</a>	Сайт информационно-аналитической газеты PR-news
<a href="https://trainet.org/">https://trainet.org/</a>	Виртуальный ресурсный центр для некоммерческих организаций
<a href="http://www.advertology.ru/">http://www.advertology.ru/</a>	Все о рекламе, маркетинге и PR

<a href="http://www.media-planning.ru/">http://www.media-planning.ru/</a>	Реклама и медиапланирование
<a href="http://www.ir-magazine.ru/home.html">http://www.ir-magazine.ru/home.html</a>	Сайт журнала «Индустрия рекламы»

## **10. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).**

Основными видами аудиторной работы обучающегося при изучении дисциплины являются лекции и семинарские занятия. Обучающийся не имеет права пропускать без уважительных причин аудиторные занятия, в противном случае он может быть не допущен к зачету/экзамену.

На лекциях даются и разъясняются основные понятия темы, связанные с ней теоретические и практические проблемы, рекомендации для самостоятельной работы. В ходе лекции обучающийся должен внимательно слушать и конспектировать лекционный материал.

Завершают изучение наиболее важных тем учебной дисциплины семинарские занятия. Они служат для контроля подготовленности обучающегося; закрепления изученного материала; развития умения и навыков подготовки докладов, сообщений по естественнонаучной проблематике; приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии.

Семинару предшествует самостоятельная работа обучающегося, связанная с освоением лекционного материала и материалов, изложенных в учебниках, учебных пособиях и в рекомендованной преподавателем тематической литературе. По согласованию с преподавателем или его заданию обучающийся может готовить рефераты по отдельным темам дисциплины. Примерные темы докладов, рефератов и вопросов для обсуждения приведены в настоящих рекомендациях.

### **10.1. Работа на лекции.**

Основу теоретического обучения обучающихся составляют лекции. Они дают систематизированные знания обучающимся о наиболее сложных и актуальных философских проблемах. На лекциях особое внимание уделяется не только усвоению обучающимися изучаемых проблем, но и стимулированию их активной познавательной деятельности, творческого мышления, развитию научного мировоззрения, профессионально-значимых свойств и качеств. Излагаемый материал может показаться обучающимся сложным, необычным, поскольку включает знания, почерпнутые преподавателем из различных отраслей науки, религии, истории, практики. Вот почему необходимо добросовестно и упорно работать на лекциях. Осуществляя учебные действия на лекционных занятиях, обучающиеся должны внимательно воспринимать действия преподавателя, запоминать складывающиеся образы, мыслить, добиваться понимания изучаемого предмета.

Обучающиеся должны аккуратно вести конспект. В случае непонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю. В процессе работы на лекции необходимо так же выполнять в конспектах модели изучаемого предмета (рисунки, схемы, чертежи и т.д.), которые использует преподаватель.

Обучающимся, изучающим курс, рекомендуется расширять, углублять, закреплять усвоенные знания во время самостоятельной работы, особенно при подготовке к семинарским занятиям, изучать и конспектировать не только обязательную, но и дополнительную литературу.

### **10.2. Работа с конспектом лекций.**

Просмотрите конспект сразу после занятий. Отметьте материал конспекта лекций, который вызывает затруднения для понимания. Попытайтесь найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не

удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь на текущей консультации или на ближайшей лекции за помощью к преподавателю.

Каждую неделю отводите время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам и тестам.

### **10.3. Выполнение практических работ.**

По наиболее сложным проблемам учебной дисциплины проводятся практические занятия. Их главной задачей является углубление и закрепление теоретических знаний у обучающихся.

Практическое занятие проводится в соответствии с планом. В плане указываются тема, время, место, цели и задачи занятия, тема доклада и реферативного сообщения, обсуждаемые вопросы. Дается список обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к занятию.

Подготовка обучающихся к занятию включает:

- заблаговременное ознакомление с планом занятия;
- изучение рекомендованной литературы и конспекта лекций;
- подготовку полных и глубоких ответов по каждому вопросу, выносимому для обсуждения;
- подготовку доклада, реферата по указанию преподавателя;

При проведении практических занятий уделяется особое внимание заданиям, предполагающим не только воспроизведение обучающимися знаний, но и направленных на развитие у них творческого мышления, научного мировоззрения. Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине помимо конспектов лекций, обучающимся необходимо научиться работать с обязательной и дополнительной литературой. Изучение, дисциплины предполагает отслеживание публикаций в периодических изданиях и работу с INTERNET.

Целесообразно готовиться к практическим занятиям за 1-2 недели до их начала, а именно: на основе изучения рекомендованной литературы выписать в контекст основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий. Обучающийся должен быть готов к контрольным опросам на каждом учебном занятии. Одобряется и поощряется инициативные выступления с докладами и рефератами по темам практических занятий.

### **10.4. Подготовка докладов, фиксированных выступлений и рефератов.**

При подготовке к докладу по теме, указанной преподавателем, обучающийся должен ознакомиться не только с основной, но и дополнительной литературой, а также с последними публикациями по этой тематике в сети Интернет. Необходимо подготовить текст доклада и иллюстративный материал в виде презентации. Доклад должен включать введение, основную часть и заключение. На доклад отводится 10-15 минут учебного времени. Он должен быть научным, конкретным, определенным, глубоко раскрывать проблему и пути ее решения.

Рекомендации к выполнению реферата:

1. Работа выполняется на одной стороне листа формата А 4.
2. Размер шрифта 14, межстрочный интервал (одинарный).
3. Объем работы должен составлять от 10 до 15 листов (вместе с приложениями).
4. Оставляемые по краям листа поля имеют следующие размеры:  
Слева - 30 мм; справа - 15 мм; сверху - 15 мм; снизу - 15 мм.
5. Содержание реферата:
  - *Титульный лист.*
  - *Содержание.*
  - *Введение.*

Введение должно включать в себя краткое обоснование актуальности темы реферата. В этой части необходимо также показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и какое может иметь практическое значение.

- *Основной материал.*
- *Заключение.*

Заключение - часть реферата, в которой формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выполнение поставленных во введении задач и целей. Заключение должно быть чётким, кратким, вытекающим из основной части.

- *Список литературы.*

6. Нумерация страниц проставляется в правом нижнем углу, начиная с введения (стр. 3). На титульном листе и содержании, номер страницы не ставится.

7. Названия разделов и подразделов в тексте должны точно соответствовать названиям, приведённым в содержании.

8. Таблицы помещаются по ходу изложения, должны иметь порядковый номер. (Например: Таблица 1, Рисунок 1, Схема 1 и т.д.).

9. В таблицах и в тексте следует укрупнять единицы измерения больших чисел в зависимости от необходимой точности.

10. Графики, рисунки, таблицы, схемы следуют после ссылки на них и располагаются симметрично относительно центра страницы.

11. В списке литературы указывается полное название источника, авторов, места издания, издательство, год выпуска и количество страниц.

### **10.5. Разработка электронной презентации.**

Распределение тем презентации между обучающимися и консультирование их по выполнению письменной работы осуществляется также как и по реферату. Приступая к подготовке письменной работы в виде электронной презентации необходимо исходить из целей презентации и условий ее прочтения, как правило, такую работу обучающиеся представляют преподавателю на проверку по электронной почте, что исключает возможность дополнительных комментариев и пояснений к представленному материалу.

По согласованию с преподавателем, материалы презентации обучающийся может представить на CD/DVD-диске (USB флэш-диске).

Электронные презентации выполняются в программе MS PowerPoint в виде слайдов в следующем порядке:

- титульный лист с заголовком темы и автором исполнения презентации;
- план презентации (5-6 пунктов -это максимум);
- основная часть (не более 10 слайдов);
- заключение (вывод);

Общие требования к стилевому оформлению презентации:

- дизайн должен быть простым и лаконичным;
- основная цель - читаемость, а не субъективная красота. При этом не надо впадать в другую крайность и писать на белых листах черными буквами – не у всех это получается стильно;

- цветовая гамма должна состоять не более чем из двух-трех цветов;

- всегда должно быть два типа слайдов: для титульных, планов и т.п. и для основного текста;

- размер шрифта должен быть: 24–54 пункта (заголовок), 18–36 пунктов (обычный текст);

- текст должен быть свернут до ключевых слов и фраз. Полные развернутые предложения на слайдах таких презентаций используются только при цитировании. При необходимости, в поле «Заметки к слайдам» можно привести краткие комментарии или пояснения.

- каждый слайд должен иметь заголовок;

- все слайды должны быть выдержаны в одном стиле;
- на каждом слайде должно быть не более трех иллюстраций;
- слайды должны быть пронумерованы с указанием общего количества слайдов;
- использовать встроенные эффекты анимации можно только, когда без этого не обойтись.

Обычно анимация используется для привлечения внимания слушателей (например, последовательное появление элементов диаграммы).

-списки на слайдах не должны включать более 5–7 элементов. Если элементов списка все-таки больше, их лучше расположить в две колонки. В таблицах не должно быть более четырех строк и четырех столбцов – в противном случае данные в таблице будут очень мелкими и трудно различимыми.

### **10.6. Методика работы с обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.**

В Институте созданы специальные условия для получения высшего образования по образовательным программам обучающимися с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).

Для перемещения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья созданы специальные условия для беспрепятственного доступа в учебные помещения и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

При получении образования обучающимся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература. Также имеется возможность предоставления услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ограниченными возможностями здоровья необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Получение доступного и качественного высшего образования лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечено путем создания в Институте комплекса необходимых условий обучения для данной категории обучающихся. Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте Института.

Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются и совершенствуются материально-технические условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, туалетные, другие помещения, условия их пребывания в указанных помещениях (наличие лифта, пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и др.).

Для адаптации к восприятию обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушенным слухом справочного, учебного материала, предусмотренного образовательной программой по выбранным направлениям подготовки, обеспечиваются следующие условия: для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске); внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание); разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих инвалидов и лиц с ОВЗ проводится за счет: использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения; регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений; обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере

необходимости.

Для адаптации к восприятию инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой Института по выбранной специальности, обеспечиваются следующие условия: ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий; в начале учебного года обучающиеся несколько раз проводятся по зданию Института для запоминания месторасположения кабинетов, помещений, которыми они будут пользоваться; педагог, его собеседники, присутствующие представляются обучающимся, каждый раз называется тот, к кому педагог обращается; действия, жесты, перемещения педагога коротко и ясно комментируются; печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается; обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений; предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ определяется преподавателем в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ с учетом его индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

#### **10.7. Методические рекомендации по оформлению курсовых работ.**

Курсовая работа имеет целью закрепление знаний, полученных при изучении дисциплины, на основе углубленной самостоятельной проработки научной и специальной литературы, критического анализа фактических данных по исследуемой проблеме. Тема работы выбирается обучающимся самостоятельно.

##### Общие требования:

Курсовая работа – это завершающий этап усвоения обучающимся соответствующей дисциплины или отдельного ее раздела. Она представляет собой научно-исследовательскую разработку по отдельной теме данной дисциплины.

Поэтому основными требованиями к ее содержанию является исследовательско-аналитический характер, конкретность, логичность, самостоятельность написания и качество оформления.

В результате написания курсовой работы, обучающийся должен показать:

- прочные теоретические знания по избранной теме;
- навыки получения, изучения и обработки (анализа) статистической и иной информации;
- способность к критической оценке и разностороннему рассмотрению затрагиваемых проблем функционирования объектов сервиса;
- умение увязывать вопросы теории с практикой функционирования объектов сервиса;
- умение качественного оформления курсовой работы.

Общий объем курсовой работы 25-30 страниц, оформленных 14 шрифтом TimeNewRoman через 1,5 интервала.

##### Требования к структурным элементам работы:

Структурными элементами курсовой работы являются:

- титульный лист (первая страница, не нумеруется);
- содержание (вторая страница, нумеруется, далее нумеруются все);
- введение;
- основная часть (две главы);
- заключение;

- список использованной литературы (не менее 12-15 источников);

- приложения.

Введение (1-2 страницы) содержит:

- актуальность темы (2-3 абзаца);

- цель работы;

- задачи работы (определяются целью работы);

- методическая и методологическая основы курсовой работы (основные теории, авторы);

- краткая характеристика работы (*Пример*: «Работа состоит из введения, двух глав, выводов и предложений, списка литературы, приложений. Общее количество страниц —25 (без учета приложений). Список литературы насчитывает 22 наименования. Количество рисунков—4, таблиц —5, приложений —3».);

- краткое описание глав работы (*Пример*: «Первая глава курсовой работы «Теоретические основы исследования и прогнозирования объектов системы сервисной деятельности» посвящена...»).

Главы курсовой работы:

- первая глава (12-14 страниц) - теоретический обзор исследуемой проблемы. При написании используются литературные источники. В тексте обязательно должны присутствовать ссылки на использованные источники (не менее 1-2 на страницу);

- вторая глава (12-14 страниц) - практические расчеты и текстовый материал пути, методы совершенствования и международный опыт по исследуемой проблеме.

Делаются на основе существующей статистической, аналитической информации, полученной из открытых источников или действующих предприятий сервисной деятельности;

- каждая глава должна оканчиваться выводом (*Пример*: «Исследовав виды услуг, можно сделать вывод о том, что...»).

Заключение (1-2 страницы):

- краткие итоги курсовой работы, содержащие выводы из всех глав (с соответствующей литературной правкой материала);

Список литературы:

- список литературы должен насчитывать 20-25 наименований.

Пример правильного оформления:

1. Попов Л. А. Козлов Д. А. *Методы прогнозирования в индустрии гостеприимства: Учебное пособие*. М.: Изд-во Рос. экон. акад., 2010.

2. Козлов Д.А. *Автоматизация гостиничного предприятия. Micros Fidelio Front Office 7.0: Учебное пособие*. М.: Изд-во Рос. экон. акад., 2009.

Приложения:

- в раздел приложений выносятся все таблицы, графики, схемы и прочие объекты, не уместающиеся на одной странице в тексте курсовой работы.

Требования к оформлению курсовой работы

Поля: левое —3 см., правое —1,5 см., нижнее и верхнее —по 2 см.

Нумерация страниц — справа, снизу. Текст работы печатается через 1,5 интервала TimesNewRoman 14 пунктов. Абзацный отступ — 1,25. Выравнивание — по ширине. Курсив, подчеркивание, жирный шрифт, цветной шрифт в тексте НЕ используются.

Названия глав пишутся посередине, жирным шрифтом. Главы нумеруются римскими цифрами: I, II.

Рисунки оформляются следующим образом:

- нумерация рисунков сквозная по всей работе;

- рисунок располагается по центру;

- отступ между рисунком и названием рисунка;

- название рисунка по центру.

Таблицы оформляются следующим образом:

- название таблицы по центру, жирный шрифт;
- нумерация таблиц сквозная по всей работе;
- прописывается название колонок, номера колонок.

**11. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ.**

При проведении лекционных занятий по дисциплине преподаватель использует аудиовизуальные, компьютерные и мультимедийные средства обучения Института, а также демонстрационные (презентации) и наглядно-иллюстрационные (в том числе раздаточные) материалы.

Практические занятия по данной дисциплине проводятся с использованием компьютерного и мультимедийного оборудования Института, при необходимости – с привлечением полезных Интернет-ресурсов и пакетов прикладных программ.

Лицензионное программно-информационное обеспечение	Microsoft Windows, Microsoft Office, Google Chrome, KasperskyEndpointSecurity
Современные профессиональные базы данных	1. Консультант+ 2. Справочная правовая система «ГАРАНТ».
Информационные справочные системы	1. Электронная библиотечная система (ЭБС) ООО «Современные цифровые технологии» 2. <a href="https://elibrary.ru">https://elibrary.ru</a> - Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (ресурсы открытого доступа) 3. <a href="https://www.rsl.ru">https://www.rsl.ru</a> - Российская Государственная Библиотека (ресурсы открытого доступа) 4. <a href="https://link.springer.com">https://link.springer.com</a> - Международная реферативная база данных научных изданий Springerlink (ресурсы открытого доступа) 5. <a href="https://zbmath.org">https://zbmath.org</a> - Международная реферативная база данных научных изданий zbMATH (ресурсы открытого доступа)

**12. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНЫХ АУДИТОРИЙ И ОБОРУДОВАНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).**

Учебные занятия по дисциплине проводятся в специализированной аудитории, оборудованной ПК, с возможностями показа презентаций. В процессе чтения лекций, проведения семинарских и практических занятий используются наглядные пособия, комплект слайдов, видеороликов.

Применение ТСО (аудио- и видеотехники, мультимедийных средств) обеспечивает максимальную наглядность, позволяет одновременно тренировать различные виды речевой деятельности, помогает корректировать речевые навыки, способствует развитию слуховой и зрительной памяти, а также усвоению и запоминанию образцов правильной речи, совершенствованию речевых навыков.

***Перечень оборудованных учебных аудиторий и специальных помещений***

№ 503 Кабинет управленческих дисциплин Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа - доска - стол преподавателя
---

<ul style="list-style-type: none"> <li>- кресло для преподавателя</li> <li>- трибуна</li> <li>- комплекты учебной мебели</li> <li>- демонстрационное оборудование – проектор и компьютер</li> <li>- учебно-наглядные пособия</li> </ul> <p>Программное обеспечение:  Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),  Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016).</p>
<p>№ 503 Кабинет управленческих дисциплин  Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- доска</li> <li>- стол преподавателя</li> <li>- кресло для преподавателя</li> <li>- трибуна</li> <li>- комплекты учебной мебели</li> <li>- демонстрационное оборудование – проектор и компьютер</li> <li>- учебно-наглядные пособия</li> </ul> <p>Программное обеспечение:  Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),  Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016).</p>
<p>№ 404, 511  Помещения для самостоятельной работы и курсового проектирования (выполнения курсовых работ)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- комплекты учебной мебели</li> <li>- компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду</li> </ul> <p>Программное обеспечение:  Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),  Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016),  Справочно-правовая система «Гарант» (Договор №14-ПЛДЗ/2023 от 01 декабря 2022 года).</p>
<p>№ 404  Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- комплекты учебной мебели;</li> <li>- компьютерная техника с подключением к сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду и электронно-библиотечную систему.</li> </ul> <p>Программное обеспечение:  Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),  Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016),  Справочно-правовая система «Гарант» (Договор №14-ПЛДЗ/2023 от 01 декабря 2022 года).</p>
<p>№ 401  Актовый зал для проведения научно-студенческих конференций и мероприятий</p>

- специализированные кресла для актовых залов
  - сцена
  - трибуна
  - экран
  - технические средства, служащие для представления информации большой аудитории
  - компьютер
  - демонстрационное оборудование и аудиосистема
  - микрофоны
- Программное обеспечение:  
Microsoft Windows (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  
Microsoft Office (Договор № 64434/МОС4501 от 04.09.2019),  
Google Chrome (Свободно распространяемое ПО),  
Kaspersky Endpoint Security (Договор №877/ЛН от 25.05.2016).

№ 515

- Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования
- стеллажи
  - учебное оборудование

**Разработчик: Шаркова И.В.**