

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет  
им. Н.И. Лобачевского»**

**Дзержинский филиал ННГУ**

---

**УТВЕРЖДЕНО**

решением Ученого совета ННГУ  
(протокол от «16» июня 2021 г. № 8)

**Рабочая программа дисциплины**

**ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ КОММУНИКАЦИОННЫХ  
КАМПАНИЙ**

---

*(наименование дисциплины (модуля))*

Уровень высшего образования

**БАКАЛАВРИАТ**

---

Направление подготовки / специальность

**42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

---

Направленность образовательной программы

**РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СИСТЕМЕ  
УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЕЙ**

---

Форма обучения

**ОЧНАЯ, ЗАОЧНАЯ**

---

Год набора: 2021

Дзержинск  
2021

## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.О.33 Организация и проведение коммуникационных кампаний относится к обязательной части Блока 1 по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиль: Реклама и связи с общественностью в системе управления компанией.

Дисциплина предназначена для освоения.

- студентами очной формы обучения - в 7 семестре,
- студентами заочной формы – в 8 семестре.

**Цель освоения дисциплины:** изучение технологий и инструментария создания и реализации PR проектов в различных организациях.

**Задачи дисциплины:**

- определение места и роли служб по связям с общественностью в различных учреждениях и организациях;
- формирование общекультурных и профессиональных компетенций.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	
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		<i><b>Знать</b> основные маркетинговые инструменты, требованиями к организации коммуникационных кампаний</i> <i><b>Уметь</b> оценивать и выбирать современные средства для организации коммуникационных кампаний</i> <i><b>Владеть</b> навыками составления рабочих планов и графиков коммуникативных кампаний и мероприятий</i>	Контрольные вопросы Тест
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде		<i><b>Уметь</b> создавать, организовывать взаимодействие в команде, управлять командой</i> <i><b>Знать</b> принципы и профессиональные стандарты современных коммуникаций</i> <i><b>Владеть</b> технологией управления различными видами коммуникационных кампаний</i>	Контрольные вопросы Реферат

<p><b>ОПК-2</b> Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p><b>ОПК-2.1.</b> Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p>	<p><b>Знать</b> - этические основы деловых коммуникаций <b>Уметь</b> - вести деловые переговоры, выступать публично <b>Владеть</b> – стратегиями ведения письменных коммуникаций</p>	<p>Контрольные вопросы Задания/задачи для оценки сформированности компетенции</p>
	<p><b>ОПК-2.2.</b> Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при со-здании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.</p>	<p><b>Знать</b> – тенденции развития общественных и государственных институтов <b>Уметь</b> – формировать персональный имидж руководителя, корпоративный имидж организации <b>Владеть</b> – навыком ведения деловых переговоров</p>	
<p><b>ОПК-4</b> Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p><b>ОПК-4.1.</b> Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p>	<p><b>Знать</b> - правовые и этические основы регулирования PR-деятельности <b>Уметь</b> - вести деловые переговоры, выступать публично <b>Владеть</b> - навыками работы с внешними организациями</p>	<p>Контрольные вопросы Задания/задачи для оценки сформированности компетенции</p>
	<p><b>ОПК-4.2.</b> Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p><b>Знать</b> – систему взаимодействия связей с общественностью СМИ <b>Уметь</b> – формировать персональный имидж руководителя, корпоративный имидж организации <b>Владеть</b> - навыком управления кризисной ситуацией</p>	<p>Контрольные вопросы Задания/задачи для оценки сформированности компетенции</p>

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная форма обучения	очно-заочная форма обучения	заочная форма обучения
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>2 ЗЕТ</b>		<b>2 ЗЕТ</b>
<b>Часов по учебному плану</b>	<b>72</b>		<b>72</b>
<b>в том числе</b>			
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>	<b>29</b>		<b>9</b>
- занятия лекционного типа	12		4
- занятия семинарского типа	16		4
- КСРИФ	1		1
<b>самостоятельная работа</b>	<b>43</b>		<b>59</b>
<b>Промежуточная аттестация – зачет</b>			<b>4</b>

### 3.2. Содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Всего (часы)			в том числе												Самостоятельная работа обучающегося, часы		
				Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы														
				из них														
	Занятия лекционного типа			Занятия семинарского типа			Занятия лабораторного типа			Всего								
Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	
Тема 1. Особенности организации кампаний по связям с общественностью	11	0	11	2		1	2		1				4	0	2	7		9
Тема 2. Направления работы PR-службы. Стратегические цели и задачи	11	0	12	2		1	2		1				4	0	2	7		10

Тема 3. Особенности PR в государственном управлении слоганов.	12	0	10	2			3					5	0	0	7		10
Тема 4. PR-кампании в коммерческой сфере и их особенности.	13	0	12	2		1	3		1			5	0	2	8		10
Тема 5. «Черный» PR и его использование.	12	0	10	2			3					5	0	0	7		10
Тема 6. Спинконтроль в PR-кампании	12	0	12	2		1	3		1			5	0	2	7		10
Контроль самостоятельной работы	1		1									1		1			
<b>Промежуточная аттестация - зачет</b>			4														
<b>Итого</b>	72	0	72	12	0	4	16	0	4	0	0	0	29	0	9	43	59

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках занятий семинарского типа.

Промежуточная аттестация проходит в традиционной форме (зачет).

#### **4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

Самостоятельная работа является важнейшим элементом в системе обучения студента, поскольку способствует самоорганизации, развитию навыка управления временем и самостоятельного решения задач. Основными формами самостоятельной работы студентов являются: подготовка к семинарским занятиям, составление конспекта, подготовка к выступлению на семинаре, подготовка доклада, написание контрольной работы (эссе), подготовка к тестированию, подготовка к ролевой игре.

Подготовка к семинарским занятиям. Данный тип самостоятельной работы предполагает освоение той литературы, которая указана в планах семинарских занятий. Освоение литературы происходит согласно сформулированным к семинарским занятиям вопросам, которые являются своего рода ориентирами при отборе из прочитанного главного.

Составление конспекта. Конспект представляет собой сжатое изложение основных идей, изложенных в учебной литературе. Задачей, стоящей перед студентом при написании конспекта, является формулирование собственных идей на основе прочитанного. Цитирование уместно лишь тогда, когда нужно привести слова автора, например, когда дается определение, приводятся цифры или факты, предлагается аргументация положений. Объем конспекта – 6-7

страниц. Обязательны поля. Ключевые слова желательно подчеркивать маркером. Таким образом должен быть подготовлен каждый вопрос семинарского занятия.

Подготовка к выступлению на семинаре. Выступление должно быть по существу затронутых вопросов. При этом важно ссылаться на источники и литературу, из которых заимствовался материал. Желательно прокомментировать заимствованное из прочитанной литературы, раскрыть его сильные стороны. Ответ должен быть емким и не превышать пяти минут. В заключении важно обобщить сказанное, используя речевые клише.

Подготовка доклада. Выступление с докладом на семинаре – одна из форм, давно и успешно апробированных преподавательской практикой. Она позволяет одновременно решить целый комплекс задач: прежде всего она позволяет студенту основательно изучить интересующий его вопрос; затем предоставляет возможность изложить материал в компактном и доступном виде; далее – привести в текст полемическую заостренность; наконец, приобрести начальные навыки презентации.

Доклад должен быть рассчитан на 10 минут выступления. Он должен содержать в себе три основные части: *вступление, основная часть, заключение*. Во вступлении необходимо обосновать важность и актуальность рассматриваемого вопроса. При этом нужно не забыть об ярких, запоминающихся примерах, фактах, цифрах, которые помогут заинтересовать публику, привлечь внимание слушателей. В основной части следует раскрыть тему доклада. Важным является сопровождение рассматриваемых положений своими комментариями. В заключении следует сделать краткие выводы.

Подготовка презентации. Доклад обучающегося может сопровождаться презентацией. Для подготовки презентации студенту необходимо выделить наиболее важные моменты сообщения и выстроить их в логической последовательности. Технически для подготовки презентации рекомендуется использовать программу Power Point. Особое внимание следует уделить принципам подготовки презентации: информационной наполненности слайдов, цветовому сопровождению материала и т.д. не стоит забывать о принципах публичного выступления и коммуникативных приемах.

Написание контрольной работы (эссе). ЭССЕ – прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендующее на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета. Требования к оформлению работы. Общий объем самостоятельной работы – до 6 страниц рукописного текста. В правом верхнем углу листа следует указать свою фамилию, номер группы, дату написания работы. Далее в центре листа написать тему эссе.

Подготовка к тестированию. При подготовке к тестированию необходимо обратить внимание на термины, понятия, имена выдающихся мыслителей.

Тест предполагает проверку знаний, полученных в ходе изучения конкретной темы. Для подготовки к нему целесообразно перечитать конспекты лекций и семинарских занятий, освоить всю информацию, включенную в учебно-методические пособия и учебники по конкретной теме. Время на подготовку к тесту – 2-4 часа.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в п. 5.2.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используется электронный курс «Организация и проведение коммуникационных кампаний», созданный в системе электронного обучения ННГУ - <https://e-learning.unn.ru>.

### Учебно-методические документы, регламентирующие самостоятельную работу

1. Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся при реализации образовательных программ высшего образования в ННГУ (Приказ от 29.12.2017 №630-ОД);
2. Положение о фонде оценочных средств, (Приказ от 10.06.2015 №247-ОД);
3. Положение об электронной информационно-образовательной среде ННГУ (Приказ от 20.11.2019 №601-ОД);
4. Положение о порядке организации и освоения факультативных и элективных дисциплин (модулей) в ННГУ (Приказ от 19.09.2017 № 427-ОД);
5. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов: учебно-метод. пособие/Е.И. Яковлева, А.В. Крымов, П.Ю. Иванов, Ю.В. Родионова, Е.В. Себина. – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2018. – 62 с.

## 5. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю), включающий:

### 5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	Шкала оценивания сформированности компетенций						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	Не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала.  Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений . Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения.  Имели место грубые	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи . Выполнены все задания, в полном объеме, но	Продemonстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами,	Продemonстрированы все основные умения,. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном

	я от ответа	ошибки.	но не в полном объеме.	полном объеме, но некоторые с недочетами.	некоторые с недочетами.	выполнены все задания в полном объеме.	объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки.  Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки  при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки  при решении стандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрированы навыки  при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

### Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	Превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно»
	Отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
	Очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
	Хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
	Удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не	Неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»



зачтено	Плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»
---------	-------	---

## 5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения.

### 5.2.1 Контрольные вопросы

#### Вопросы к зачету

<i>Вопросы</i>	<i>Код формируемой компетенции</i>
1. PR-кампания как стратегическая составляющая комплекса продвижения.	ОПК-2, ОПК-4
2. Этапы коммуникационной кампании.	ОПК-2, ОПК-4
3. SWOT-анализ как итог аналитического этапа. Концепция PR-кампании в виде гипотезы.	ОПК-2, ОПК-4
4. Креативное планирование PR-кампании. Ключевые послания. Методы поиска новых идей.	ОПК-2, ОПК-4
5. Основания для принятия решения о проведении PR-кампании.	ОПК-2, ОПК-4
6. Типы PR-кампаний.	УК-2, УК-3
7. Бриф на проведение PR-кампании.	УК-2, УК-3
8. Экономическая эффективность PR-кампании.	УК-2, УК-3
9. Особенности проведения PR-кампаний в различных сферах общественной жизни.	УК-2, УК-3
10. Кризисные PR.	УК-2, УК-3
11. Государственные PR.	УК-2, УК-3
12. Избирательные (политические) PR.	УК-2, УК-3
13. Финансовые PR.	УК-2, УК-3
14. Внутренние (корпоративные) PR.	УК-2, УК-3

### 5.2.2. Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенции УК-2

Тест.

1. Система основных идей и положений, учитываемых при разработке и реализации PR-кампании, это:

- а) стратегия PR-кампании
- б) концепция PR-кампании (+)
- в) маркетинговые исследования
- г) тактика PR-кампании

2. Эта задача PR состоит в информировании, создании и поддержании понятного целевым аудиториям и общественности образа корпорации. По сути, эта задача состоит в создании системы позитивных стереотипов у внутренней и внешней общественности относительно корпорации, что делает её осведомленной о наиболее существенных, отличительных качествах и функциях данной корпорации от других:

- а) контрреклама
- б) позиционирование (+)
- в) возвышение имиджа
- г) антиреклама

3. PR-мероприятие для СМИ, в котором участвуют несколько спикеров с различными программными заявлениями в рамках одного информационного повода:

- а) брифинг
- б) пресс-тур
- в) пресс-конференция(+)
- г) пресс-ланч

4. Экономическая демонстрация образцов, которая представляет собой крупный рынок товаров и действует в течение ограниченного времени в одном и том же месте:

- а) презентация;
- б) ярмарка; (+)
- в) конференция;
- г) пресс-тур.

5. PR-материал, содержащий базовую информацию событийного текущего характера, не являющуюся новостью или сенсацией:

- а) пресс-релиз;
- б) проспект;
- в) бэкграундер; (+)
- г) брошюра.

### **5.2.3. Типовые задания/задачи для оценки сформированности компетенции ОПК-2, ОПК-4**

#### **Задание 1. «Особенности бюджетного планирования коммуникационных кампаний».**

**Цель работы** овладеть навыками формирования бюджета для проведения всех этапов коммуникационной кампании.

**Задачи:**

- А) определить основные статьи расходов бюджета коммуникационной кампании и сформировать смету на организацию и проведение коммуникационной кампании.
- Б) составить финансовый план коммуникационной кампании.

В теоретической части: рассмотреть подходы к формированию бюджета коммуникационной кампании. Особенности формирования бюджета в условиях ограниченных ресурсов. Определить основные статьи расходов бюджета коммуникационной кампании: персонал, изготовление и распространение печатной продукции, изготовление и трансляция аудио- и видеоматериалов, аренда помещений, транспорт, связь и коммуникации и т.п.

В практической части определить необходимые статьи расходов на проведение коммуникационной кампании, составить смету и финансовый план (для базисного субъекта PR исследуемого в дипломной работе).

## **Задание 2. «Анализ ситуации и ресурсов базисного субъекта коммуникационной кампании».**

**Цель работы** научиться проводить аудит базисного субъекта PR, определять основные индикаторы аудита.

**Задачи:** провести ресурсную диагностику базисного субъекта PR. Дать классификацию ресурсов (имеющиеся и привлекаемые (запрашиваемые) ресурсы).

В теоретической части описать различные методы анализа: SWOT-анализ. PEST-анализ. Анализ конкурентов. Анализ заинтересованных сторон. Метод кейс-стади. Ситуационный анализ. Контент-анализ. Методика анализа медийной повестки дня. Ивент-анализ. Методы прогнозирования негативных последствий от нерешенной проблемы или нереализованной возможности: «сетка событий», моделирование, метод аналогии, трендовый анализ. Определить основные подходы к пониманию цели. Концепция SMART. Процессный подход. Ситуационный подход. Особенности постановки целей и задач рекламной и PR-кампании. Специфика и классификация целей кампании.

В практической части провести ресурсную диагностику базисного субъекта PR (по теме дипломной работы). Дать классификацию ресурсов. Имеющиеся и привлекаемые (запрашиваемые) ресурсы. Провести анализ коммуникационных потоков.

### **5.2.4. Темы курсовых работ, эссе, рефератов**

#### **Темы рефератов**

1. Мифотехнологии рекламы и PR.
2. Науки коммуникативного цикла, значимые для рекламы и PR: риторика, герменевтика.
3. Науки коммуникативного цикла, значимые для рекламы и PR: нейролингвистическое программирование, теория переговоров.
4. Кампания как процесс деятельности и комплекс мероприятий. Специфика
5. рекламной и PR-кампании.
6. Отличие PR-кампании от PR-акции.
7. Понятие целевой аудитории и ключевых целевых групп рекламной и PR-кампании.
8. Виды и особенности стратегий рекламной и PR-кампании.
9. Событийное планирование. Виды рекламных и PR-мероприятий и их особенности.
10. Форматы мероприятий (событий): пресс-конференция, брифинг, краткое заявление
11. для прессы, пресс-тур.
12. Форматы мероприятий (событий): церемония открытия, день открытых дверей, прием,
13. посещение (визит).
14. Форматы мероприятий (событий): презентация, дегустация, выставка, ярмарка.
15. Форматы мероприятий (событий): пикет, митинг, шествие, демонстрация, флэш-моб.
16. Форматы мероприятий (событий): концерт, фестиваль, конкурс, марафон, товарищеский матч.
17. Специфика и методология работы со СМИ в режиме планирования и организации
18. рекламной и PR-кампании.
18. Особенности проведения PR-кампаний в различных сферах общественной жизни.

### **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

#### **а) Основная литература**

1. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/472777>
2. Джефкинс, Ф. Паблик рилейшнз: учебное пособие для студентов вузов / Ф. Джефкинс, Д. Ядин; пер.с англ. под ред. Б.Л. Еремина. Москва : Юнити-Дана, 2014. 416 с. [есть и др. изд.].
3. Шарков, Ф. И. Паблик рилейшнз (связи с общественностью) : учебное пособие / Ф. И. Шарков. — Москва : Академический Проект, 2020. — 304 с. — ISBN 978-5-8291-2933-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/132505>
4. Вартанова, Е. Л. Медиасистема России : учебник / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, Т. Э. Гринберг ; под редакцией Е. Л. Вартановой. — 2-е изд., испр. — Москва : Аспект Пресс, 2021. — 424 с. — ISBN 978-5-7567-1103-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/169636>

#### **б) Дополнительная литература:**

1. Варакута, С. А. Связи с общественностью : учебное пособие / С. А. Варакута. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 207 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003443-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/993597>
2. Кузнецов, П.А. Социальная реклама. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Связи с общественностью» / П.А. Кузнецов. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 175 с. - ISBN 978-5-238-01829-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028858>
3. Кузнецов, П.А. Политическая реклама. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Связи с общественностью» / П.А. Кузнецов. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 127 с. - ISBN 978-5-238-01830-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028537>
4. Кузнецов, П. А. Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии / П. А. Кузнецов. - Москва : Дашков и К, 2021. - 294 с. - ISBN 978-5-394-04020-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1442306>
5. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2016. - 336 с.: ISBN 978-5-394-00783-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/414955>

#### **в) Программное обеспечение и ресурсы Интернет**

1. АКАР (Ассоциация коммуникационных Агентств России) [электронный ресурс] Режим доступа <http://www.akarussia.ru/>
2. Портал специалистов по рекламе, маркетингу, PR [электронный ресурс] // Режим доступа [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru), . — Загл. с экрана. Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] Режим доступа // [www.advertology.ru](http://www.advertology.ru).
3. Фонд образовательных электронных ресурсов ННГУ Электронный ресурс [Электронный ресурс]. <http://www.unn.ru/books/resources.html>

#### **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: ученические столы и стулья, мелованная доска, набор учебно-наглядных пособий, рабочее место преподавателя: стол, стул, кафедра.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду

### **Специальные условия организации обучения по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Организация обучения по дисциплине инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья при наличии таких обучающихся путем создания специальных условий для получения образования.

Профессорско-преподавательский состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии).

В соответствии с Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса, утв. Минобрнауки РФ 08.04.2014 АК-44/05вн при изучении дисциплины предполагается использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При освоении дисциплины используются различные сочетания видов учебной работы с методами и формами активизации познавательной деятельности обучающихся для достижения запланированных результатов обучения и формирования компетенций. Форма проведения промежуточной аттестации для обучающихся-инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей. По личной просьбе обучающегося с ограниченными возможностями здоровья, изложенной в форме письменного заявления, по дисциплине предусматриваются:

- замена устного ответа на письменный ответ при сдаче зачета или экзамена;
- увеличение продолжительности времени на подготовку к ответу на зачете или экзамене;
- при подведении результатов промежуточной аттестации студентов выставляется максимальное количество баллов за посещаемость аудиторных занятий.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО ННГУ 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Программа одобрена Методической комиссией Дзержинского филиала ННГУ, протокол № 4 от 07.06.2021 года.