|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  | Приложение к ОПОП по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика (высшее образование - бакалавриат), Направленность (профиль) программы «Средства массовой информации в сфере мультимедиа, печати, теле- и радиовещания», утв. приказом ректора ОмГА от 30.08.2021 №94. | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Частное учреждение образовательная организация высшего образования  «Омская гуманитарная академия» | | | | | | | | | |
| Кафедра "Филологии, журналистики и массовых коммуникаций" | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  | УТВЕРЖДАЮ | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  | Ректор, д.фил.н., профессор | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_А.Э. Еремеев | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  | 30.08.2021 г. | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ | | | | | | | | | |
|  |  |  |  | Основы рекламы и паблик рилейшнз  Б1.О.06.07 | | | | |  |
| по программе бакалавриата | | | | | | | | | |
|  |  | Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика (высшее образование - бакалавриат)  Направленность (профиль) программы: «Средства массовой информации в сфере мультимедиа, печати, теле- и радиовещания»  Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности. | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Области профессиональной деятельности. 11. СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, ИЗДАТЕЛЬСТВО И ПОЛИГРАФИЯ. | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Профессиональные стандарты:* | | | | |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **11** | | | СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, ИЗДАТЕЛЬСТВО И ПОЛИГРАФИЯ | | | | | | |
| **11.003** | | | КОРРЕСПОНДЕНТ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ | | | | | | |
|  | | |
| **11.004** | | | ВЕДУЩИЙ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ ПРОГРАММЫ | | | | | | |
|  | | |
| **11.006** | | | РЕДАКТОР СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ | | | | | | |
|  | | |
| **11.009** | | | РЕЖИССЕР СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ | | | | | | |
|  | | |
| **11.010** | | | ФОТОГРАФ | | | | | | |
|  | | |
| **11.013** | | | ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙНЕР | | | | | | |
|  | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Типы задач профессиональной деятельности:* | | | | | | | авторский, редакторский | | |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **Для обучающихся:** | | | | | | | | |
|  |
|  | очной формы обучения 2019 года набора  на 2021-2022 учебный год  Омск, 2021 | | | | | | | | |

Составитель:

к.филол.н. доцент О.В. Попова

Рабочая программа дисциплины одобрена на заседании кафедры «Филологии, журналистики и массовых коммуникаций»

Протокол от 30.08.2021 г. №1

Зав. кафедрой к.филол.н., доцент О.В.Попова

|  |
| --- |
| **СОДЕРЖАНИЕ** |
|  |
| 1 Наименование дисциплины  2 Формируемые у обучающегося компетенции и запланированные результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций  3 Указание места дисциплины в структуре образовательной программы  4 Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся  5 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий  6 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине  7 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины  8 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины  9 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины  10 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем  11 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине  12 Фонд оценочных средств (Приложения 1-5) |

|  |
| --- |
| ***Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с:*** |
| - Федеральным законом Российской Федерации от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;  - Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, утвержденного Приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 524 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика» (далее - ФГОС ВО, Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования);  - Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденным приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 (зарегистрирован Минюстом России 14.07.2017, регистрационный № 47415, (далее - Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования).  Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с локальными нормативными актами ЧУОО ВО «Омская гуманитарная академия» (далее – Академия; ОмГА):  - «Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам магистратуры», одобренным на заседании Ученого совета от 28.08.2017 (протокол заседания № 1), Студенческого совета ОмГА от 28.08.2017 (протокол заседания № 1), утвержденным приказом ректора от 28.08.2017 №37;  - «Положением о порядке разработки и утверждения образовательных программ», одобренным на заседании Ученого совета от 28.08.2017 (протокол заседания № 1), Студенческого совета ОмГА от 28.08.2017 (протокол заседания № 1), утвержденным приказом ректора от 28.08.2017 №37;  - «Положением о практической подготовке обучающихся», одобренным на заседании Ученого совета от 28.09.2020 (протокол заседания № 2), Студенческого совета ОмГА от 28.09.2020 (протокол заседания № 2);  - «Положением об обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе, ускоренном обучении, студентов, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования - программы бакалавриата, магистратуры», одобренным на заседании Ученого совета от 28.08. 2017 (протокол заседания № 1), Студенческого совета ОмГА от 28.08.2017 (протокол заседания № 1), утвержденным приказом ректора от 28.08.2017 №37;  - «Положением о порядке разработки и утверждения адаптированных образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата, программам магистратуры для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов», одобренным на заседании Ученого совета от 28.08.2017 (протокол заседания № 1), Студенческого совета ОмГА от 28.08.2017 (протокол заседания № 1), утвержденным приказом ректора от 28.08.2017 №37;  - учебным планом по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика направленность (профиль) программы: «Средства массовой информации в сфере мультимедиа, печати, теле- и радиовещания»; форма обучения – очная на 2021/2022 учебный год, утвержденным приказом ректора от 30.08.2021 № 94;  Возможность внесения изменений и дополнений в разработанную Академией образовательную программу в части рабочей программы дисциплины «Основы рекламы и паблик рилейшнз» в течение 2021/2022 учебного года:  при реализации образовательной организацией основной профессиональной образовательной программы высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика; очная форма обучения в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации в сфере образования, Уставом Академии, локальными нормативными актами образовательной организации при согласовании со всеми участниками образовательного процесса. |

|  |
| --- |
|  |
|  |
| **1. Наименование дисциплины: Б1.О.06.07 «Основы рекламы и паблик рилейшнз».**  **2. Формируемые у обучающегося компетенции и запланированные результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций:** |
|  |
| В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, утвержденного Приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 524 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика» при разработке основной профессиональной образовательной программы (далее - ОПОП) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников соотнесенные с индикаторами достижения компетенций.  Процесс изучения дисциплины «Основы рекламы и паблик рилейшнз» направлен на формирование у обучающегося компетенций и запланированных результатов обучения, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций: |
| **Код компетенции: ОПК-2**  **Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах** |
| **Индикаторы достижения компетенции:** |
| ОПК-2.3 знать актуальные проблемы и тенденции развития общественных и государственных институтов |
| ОПК-2.4 знать методологию освещения деятельности общественных и государственных институтов |
| ОПК-2.8 уметь объективно освещать актуальные социальные проблемы современности |
| ОПК-2.11 владеть навыками объективного освещения в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах деятельности общественных и государственных институтов |
| ОПК-2.7 уметь объективно освещать в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах деятельность общественных и государственных институтов |
| ОПК-2.12 владеть навыками объективного освещения актуальных социальных проблем современности |
|  |
| **Код компетенции: ОПК-4**  **Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности** |
| **Индикаторы достижения компетенции:** |
| ОПК-4.10 владеть навыками использования социологических методов исследования запросов и потребностей общества, отдельных аудиторных групп |
| ОПК-4.8 уметь создавать журналистские тексты и (или) продукты социальной направленности |
| ОПК-4.9 владеть навыками анализа социологических данных |
| ОПК-4.2 знать основные социологические методы |
| ОПК-4.3 знать основные целевые аудитории и их характеристики |
| ОПК-4.1 знать запросы и потребности общества, отдельных аудиторных групп |
| ОПК-4.7 уметь создавать журналистские тексты и (или) продукты с учетом запросов определенной целевой аудитории |
| ОПК-4.6 уметь использовать социологические методы исследования запросов и |

|  |
| --- |
| потребностей общества, отдельных аудиторных групп |
| ОПК-4.4 знать структуру массового сознания |
| ОПК-4.5 уметь анализировать социологические данные |
| ОПК-4.11 владеть навыками создания журналистских текстов и (или) продуктов с учетом запросов определенной целевой аудитории |
| ОПК-4.12 владеть навыками создания журналистских текстов и (или) продуктов социальной направленности |
|  |
| **Код компетенции: ОПК-5**  **Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования** |
| **Индикаторы достижения компетенции:** |
| ОПК-5.1 знать отличительные особенности разных медиасистем на глобальном, национальном и региональном уровнях |
| ОПК-5.2 знать совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем |
| ОПК-5.9 уметь осуществлять свои профессиональные журналистские действия с учетом знания структуры современных медиакоммуникационных систем |
| ОПК-5.6 уметь выявлять и анализировать отличительные особенности разных медиасистем на глобальном, национальном и региональном уровнях |
| ОПК-5.7 уметь учитывать совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем в профессиональной деятельности |
| ОПК-5.10 уметь осуществлять свои профессиональные журналистские действия с учетом особенностей региональной системы СМИ |
| ОПК-5.8 уметь осуществлять свои профессиональные журналистские действия с учетом факторов, регулирующих функционирование медикоммуникационных систем |
| ОПК-5.4 знать структуру современных медиакоммуникационных систем |
| ОПК-5.3 знать факторы, регулирующие функционирование медикоммуникационных систем |
| ОПК-5.5 знать особенности региональной системы СМИ |
| ОПК-5.11 владеть навыками системного анализа отличительных особенностей разных медиасистем на глобальном, национальном и региональном уровнях |
| ОПК-5.15 владеть навыками осуществления своих профессиональных журналистских действий с учетом особенностей региональной системы СМИ |
| ОПК-5.13 владеть навыками осуществления своих профессиональных журналистских действий с учетом факторов, регулирующих функционирование медикоммуникационных систем |
| ОПК-5.12 владеть навыками учета совокупности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем в профессиональной деятельности |
| ОПК-5.14 владеть навыками осуществления своих профессиональных журналистских действий с учетом знания структуры современных медиакоммуникационных систем |
|  |
| **Код компетенции: ОПК-7**  **Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности** |
| **Индикаторы достижения компетенции:** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ОПК-7.8 уметь осуществлять подготовку журналистских текстов и (или) продуктов, соблюдая нормы профессиональной этики | | | |
| ОПК-7.9 владеть навыками соблюдения в профессиональной деятельности цеховых принципов социальной ответственности | | | |
| ОПК-7.10 владеть навыками предвидения типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности | | | |
| ОПК-7.4 знать нормы профессиональной этики | | | |
| ОПК-7.12 владеть навыками подготовки журналистских текстов и (или) продуктов, соблюдая нормы профессиональной этики | | | |
| ОПК-7.2 знать типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности | | | |
| ОПК-7.11 владеть навыками поиска корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста | | | |
| ОПК-7.5 уметь соблюдать в профессиональной деятельности цеховые принципы социальной ответственности | | | |
| ОПК-7.6 уметь предвидеть типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности | | | |
| ОПК-7.1 знать цеховые принципы социальной ответственности | | | |
| ОПК-7.7 уметь осуществлять поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста | | | |
| ОПК-7.3 знать профессиональные кодексы | | | |
|  |  |  |  |
| **3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы** | | | |
| Дисциплина Б1.О.06.07 «Основы рекламы и паблик рилейшнз» относится к обязательной части, является дисциплиной Блока Б1. «Дисциплины (модули)». Модуль общепрофессиональной подготовки основной профессиональной образовательной программы высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика. | | | |
|  |  |  |  |
| Содержательно-логические связи | | | Коды  форми-  руемых  компе-  тенций |
| Наименование дисциплин, практик | | |
| на которые опирается содержание данной учебной дисциплины | для которых содержание данной учебной дисциплины является опорой | |
| Основы теории журналистики  Политология  Введение в специальность | Профессиональная этика  Психология массовых коммуникаций  Система средств массовой информации | | ОПК-5, ОПК-4, ОПК-7, ОПК-2 |
|  |  |  |  |
| **4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся** | | | |
| Объем учебной дисциплины – 3 зачетных единиц – 108 академических часов  Из них: | | | |
|  |  |  |  |
| Контактная работа | | 36 | |
| *Лекций* | | 18 | |
| *Лабораторных работ* | | 0 | |
| *Практических занятий* | | 18 | |
| Самостоятельная работа обучающихся | | 34 | |
| Контроль | | 36 | |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Формы промежуточной аттестации | | | экзамены 3 | |
|  |  |  |  |  |
| **5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**  **5.1. Тематический план** | | | | |
|  |  |  |  |  |
| Наименование раздела дисциплины | Вид занятия | Семестр | | Часов |
| **Раздел I. Связи с общественностью** |  |  | |  |
| Предмет, цели и задачи курса паблик рилейшнз (PR). | Лек | 3 | | 1 |
| Имидж и пути его формирования средствами паблик рилейшнз | Лек | 3 | | 2 |
| Воздействие как функция PR-коммуникации | Лек | 3 | | 1 |
| Социальные связи и общественные отношения как ключевые категории в теории паблик рилейшнз | Лек | 3 | | 2 |
| Связи с общественностью в некоммерческих организациях | Лек | 3 | | 1 |
| Коммуникационная стратегия организации в условиях кризиса. Виды кризисных ситуаций | Лек | 3 | | 1 |
| Предмет, цели и задачи курса паблик рилейшнз (PR). | Пр | 3 | | 1 |
| Имидж и пути его формирования средствами паблик рилейшнз | Пр | 3 | | 2 |
| Воздействие как функция PR-коммуникации | Пр | 3 | | 1 |
| Социальные связи и общественные отношения как ключевые категории в теории паблик рилейшнз | Пр | 3 | | 2 |
| Связи с общественностью в некоммерческих организациях | Пр | 3 | | 1 |
| Коммуникационная стратегия организации в условиях кризиса. Виды кризисных ситуаций | Пр | 3 | | 1 |
| Предмет, цели и задачи курса паблик рилейшнз (PR). | СР | 3 | | 2 |
| Имидж и пути его формирования средствами паблик рилейшнз | СР | 3 | | 2 |
| Воздействие как функция PR-коммуникации | СР | 3 | | 2 |
| Социальные связи и общественные отношения как ключевые категории в теории паблик рилейшнз | СР | 3 | | 4 |
| Связи с общественностью в некоммерческих организациях | СР | 3 | | 4 |
| Коммуникационная стратегия организации в условиях кризиса. Виды кризисных ситуаций | СР | 3 | | 4 |
| **Основы рекламы** |  |  | |  |
| Сущность и функции рекламы | Лек | 3 | | 2 |
| Процесс рекламной деятельности | Лек | 3 | | 2 |
| Реклама в периодической печати | Лек | 3 | | 2 |
| Реклама на телевидении | Лек | 3 | | 2 |
| Реклама на радио | Лек | 3 | | 1 |
| Реклама в структуре паблик рилейшнз. Эффективность рекламы | Лек | 3 | | 1 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Сущность и функции рекламы | Пр | 3 | 2 |
| Процесс рекламной деятельности | Пр | 3 | 2 |
| Реклама в периодической печати | Пр | 3 | 2 |
| Реклама на телевидении | Пр | 3 | 2 |
| Реклама на радио | Пр | 3 | 1 |
| Реклама в структуре паблик рилейшнз. Эффективность рекламы | Пр | 3 | 1 |
| Сущность и функции рекламы | СР | 3 | 4 |
| Процесс рекламной деятельности | СР | 3 | 4 |
| Реклама в периодической печати | СР | 3 | 2 |
| Реклама на телевидении | СР | 3 | 2 |
| Реклама на радио | СР | 3 | 2 |
| Реклама в структуре паблик рилейшнз. Эффективность рекламы | СР | 3 | 2 |
|  | Эк | 3 | 36 |
|  | Конс | 3 | 2 |
| Всего |  |  | 108 |
| \* Примечания:  а) Для обучающихся по индивидуальному учебному плану - учебному плану, обеспечивающему освоение соответствующей образовательной программы на основе индивидуализации ее содержания с учетом особенностей и образовательных потребностей конкретного обучающегося, в том числе при ускоренном обучении:  При разработке образовательной программы высшего образования в части рабочей программы дисциплины согласно требованиям частей 3-5 статьи 13, статьи 30, пункта 3 части 1 статьи 34 Федерального закона Российской Федерации от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»; пунктов 16, 38 Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 (зарегистрирован Минюстом России 14.07.2017, регистрационный № 47415), объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся образовательная организация устанавливает в соответствии с утвержденным индивидуальным учебным планом при освоении образовательной программы обучающимся, который имеет среднее профессиональное или высшее образование, и (или) обучается по образовательной программе высшего образования, и (или) имеет способности и (или) уровень развития, позволяющие освоить образовательную программу в более короткий срок по сравнению со сроком получения высшего образования по образовательной программе, установленным Академией в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ускоренное обучение такого обучающегося по индивидуальному учебному плану в порядке, установленном соответствующим локальным нормативным актом образовательной организации).  б) Для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов:  При разработке адаптированной образовательной программы высшего образования, а для инвалидов - индивидуальной программы реабилитации инвалида в соответствии с требованиями статьи 79 Федерального закона Российской Федерации от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»; раздела III Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 (зарегистрирован Минюстом России 14.07.2017, регистрационный № 47415), Федеральными и локальными нормативными актами, Уставом Академии образовательная организация устанавливает конкретное содержание рабочих программ дисциплин и условия организации и проведения конкретных видов учебных занятий, составляющих контактную работу обучающихся с преподавателем и самостоятельную работу обучающихся с ограниченными возможностями здоровья (инвалидов) (при наличии факта зачисления таких обучающихся с учетом конкретных нозологий).  в) Для лиц, зачисленных для продолжения обучения в соответствии с частью 5 статьи 5 Федерального закона от 05.05.2014 № 84-ФЗ «Об особенностях правового регулирования отношений в сфере образования в связи с принятием в Российскую Федерацию Республики Крым и образованием в составе Российской Федерации новых субъектов - Республики Крым и города федерального значения Севастополя и о внесении изменений в Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации»:  При разработке образовательной программы высшего образования согласно требованиями частей 3-5 статьи 13, статьи 30, пункта 3 части 1 статьи 34 Федерального закона Российской Федерации от 29.12.2012 № 273- ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»; пункта 20 Порядка организации и осуществления | | | |

|  |
| --- |
| образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 (зарегистрирован Минюстом России 14.07.2017, регистрационный № 47415), объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся образовательная организация устанавливает в соответствии с утвержденным индивидуальным учебным планом при освоении образовательной программы обучающимися, зачисленными для продолжения обучения в соответствии с частью 5 статьи 5 Федерального закона от 05.05.2014 № 84-ФЗ «Об особенностях правового регулирования отношений в сфере образования в связи с принятием в Российскую Федерацию Республики Крым и образованием в составе Российской Федерации новых субъектов - Республики Крым и города федерального значения Севастополя и о внесении изменений в Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации», в течение установленного срока освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования с учетом курса, на который они зачислены (указанный срок может быть увеличен не более чем на один год по решению Академии, принятому на основании заявления обуча-ющегося).  г) Для лиц, осваивающих образовательную программу в форме самообразования (если образовательным стандартом допускается получение высшего образования по соответствующей образовательной программе в форме самообразования), а также лиц, обучавшихся по не имеющей государственной аккредитации образовательной программе:  При разработке образовательной программы высшего образования согласно требованиям пункта 9 части 1 статьи 33, части 3 статьи 34 Федерального закона Российской Федерации от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»; пункта 43 Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 (зарегистрирован Минюстом России 14.07.2017, регистрационный № 47415), объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся образовательная организация устанавливает в соответствии с утвержденным индивидуальным учебным планом при освоении образовательной программы обучающегося, зачисленного в качестве экстерна для прохождения промежуточной и(или) государственной итоговой аттестации в Академию по соответствующей имеющей государственную аккредитацию образовательной программе в порядке, установленном соответствующим локальным нормативным актом образовательной организации. |
| **5.2 Содержание дисциплины** |
| **Темы лекционных занятий** |
| **Предмет, цели и задачи курса паблик рилейшнз (PR).** |
|
| Роль и значение связей с общественностью в современном мире. PR в системе массовых коммуникаций. Определение понятия «Интегрированные маркетинговые коммуникации» (ИМК). Основные компоненты системы ИМК: реклама, паблик рилейшнз (PR), стимулирование сбыта (salespromotion) и прямые продажи (directsale). Место PR в системе ИМК. Отличительные особенности PR: преимущества и недостатки. ATL (прямая реклама) и BTL как разные пути продвижения и сбыта товара. PR как часть BTL. Основные отличия PR и рекламы. Информационная, управленческая, регулятивная и другие функции PR |
| **Имидж и пути его формирования средствами паблик рилейшнз** |
| Фирменный стиль как система формальных идентификационных признаков. Конструирование корпоративного имиджа. Планирование корпоративных коммуникаций. Выставки и ярмарки как инструмент продвижения фирмы. Конгрессно-выставочная деятельность. Структура презентации. Актуальные направления спонсорства: спорт, культура и искусство, образование и наука, профессиональные конференции и семинары. Фандрейзинг: мотивация спонсора и переговорный процесс. Приоритеты, объекты и формы благотворительной деятельности российских компаний. Приемы и методы организаций благотворительных акций |
| **Воздействие как функция PR-коммуникации** |
| Виды сообщений в структуре Паблик Рилейшнз. Понятие о PR-тексте. PR-текст среди других текстов современной культуры. Способы конструирования новости в свя-зях с общественностью. Придание дополнительного веса новости. Мифологизация и дра- матизация новостного потока. Информационное партнерство. Формирование собствен- ного новостного потока. Информационное пространство региона как управленческий |

|  |
| --- |
| ресурс. Взаимодействие PR- специалиста и журналиста в процессе создания новостей. Приемы комментирования новостей |
| **Социальные связи и общественные отношения как ключевые категории в теории паблик рилейшнз** |
| Процесс влияния служб связей с общественностью на общественное мнение: опре- деление целевой и ключевой аудитории, внутренняя и внешняя аудитории, покупатели- потребители, журналисты как ключевая аудитория. Определение понятий «лидеры обще- ственного мнения» и «группы особых интересов», экономическое, финансовое сообще- ство, политическая, социокультурная, клерикальная, профессиональная среда. Основные организационные структуры в СО: независимый консультант-эксперт, корпоративный PR- департамент, типовое агентство, консалтинговая фирма по СО, независимая между- народная компания, международная сеть агентств. Задачи, функции, структура отделов и служб по СО в государственных организациях и учреждениях, общественных объедине- ниях, коммерческих структурах, политических партиях. Структура типового агентства и консалтинговой фирмы в области связей с общественностью. Функции и задачи PR - специалиста в работе с каналами СМИ (mediarelations). Различия и сходство в работе специалиста по связям с общественностью и пресс-секретаря. Профессиональные стан- дарты во взаимоотношениях со СМИ |
| **Связи с общественностью в некоммерческих организациях** |
| Некоммерческие организации – понятие, функции, характерные черты. Специфи-ка функционирования некоммерческих организаций в современной России. Роль связей с общественностью в некоммерческом секторе. Особенности взаимодействия некоммерче- ских организаций со СМИ. Публичный характер деятельности общественных объедине- ний. Добровольческий труд и волонтерство в некоммерческих организациях |
| **Коммуникационная стратегия организации в условиях кризиса. Виды кризисных ситуаций** |
| Подходы к классификации кризисных ситуаций. Основные характеристики кризиса. Этапы кризиса и проблема управления ситуацией в его условиях. Рекомендации по успешному преодолению кризиса. Использование методов и средств Паблик Рилейшнз в антикризисном управлении. Технологии антикризисной коммуникации. Разработка и осуществление антикризисной PR- программы. Работа со СМИ в условиях кризиса |
| **Сущность и функции рекламы** |
| Определение рекламы как вида маркетинговой и массовой коммуникации. Структура рекламы: субъект (рекламодатель, производитель и распространитель рекламы), предмет (товар или услуга), средства распространения, объект (целевая аудитория). Маркетинговая функция как системообразующая функция рекламы, определяющая ее место в продвижении товара или услуги к потребителю. Функции рекламы: экономическая и социальная, информационная и коммуникативная. Основные предметные сферы рекламы, их характеристика и специфические особенности |
| **Процесс рекламной деятельности** |
| Субъекты рекламного рынка, особенности их взаимодействия. Первичные и вторичные субъекты рекламного рынка, особенности взаимодействия между ними. Рекламные агентства, их функции на рынке. Основные задачи рекламного агентства. Виды ре- кламных агентств. Агентства полного цикла и специализированные рекламные агентства. Структура рекламного агентства полного цикла, основные отделы и их функции. Оплата услуг. Организация взаимоотношений участников рекламного процесса. Критерии оценки рекламодателем работы рекламного агентства. Выбор рекламного агентства, преимущества работы с рекламным агентством. Органы регулирования и саморегулирования на российском рекламном рынке. Правовое регулирование рекламы. Государственные органы, регулирующие рекламную деятельность. Законы РФ, действующие в сфере рекламы. Закон РФ “О рекламе”, его основные темы и ограничения. Понятие саморегулирования рекламы. Особенности современного этапа развития рекламы. Мировой медиарекламный рынок на современном этапе. Проблемы развития отечественного рынка рекламы. Взаимодействие российской и |

|  |
| --- |
| зарубежной рекламы. Перспективные направления рекламной деятельности. |
| **Реклама в периодической печати** |
| Периодическая печать в системе рекламных коммуникаций. Типы периодических изданий: общественно-политические, специализированные и корпоративные издания, имеющие право выделять на рекламу не более 45% печатных площадей, и рекламно- информационные издания с нелимитированным объемом рекламы. Рекламное объявление как самый распространенный жанр рекламы в прессе. Структура рекламного объявления, его адресная направленность. Изобразительные элементы рекламного объявления: размер и форма, иллюстрации, шрифтовые и цветовые акценты, линейки и другие графические элементы, пробельный материал. Текстовые элементы рекламного объявления: заголовок, зачин, основной текст, справочные сведения |
| **Реклама на телевидении** |
| Взаимодействие вербальных и Визуальных компонентов – отличительная черта те- левизионной рекламы. Четвертая часть эфирного времени – законодательные требования к объему телевизионной рекламы. Основные формы телевизионной рекламы : зарисовка с натуры (игровой сюжет), демонстрация свойств и качеств рекламируемого товара, беседа с рядовым потребителем, рекомендации специалиста (лидера корпоратиного или обще-ственного мнения). Использование в телерекламе различных видов мультипликации, гра-фического дизайна, телевизионных спецэффектов. Синхронизация аудио- и видеоряда– специфика профессиональной телерекламы |
| **Реклама на радио** |
| Радиореклама: достоинства и недостатки. Виды радиорекламы, особенности. Ре-кламное время, рейтинг радиостанций, аудитория эфирного времени. Сценарий, идея, голос, музыка, спецэффекты |
| **Реклама в структуре паблик рилейшнз. Эффективность рекламы** |
| Виды и средства рекламы как технологическая составляющая паблик рилейшнз. Сферы применения рекламы в системе связей с общественностью. Паблик рилейшнз как институт согласования интересов, паритетного управления, солидарного разрешения конфликтов. Обусловленность применения рекламы философией паблик рилейшнз, основанной на идее гражданского консенсуса |
| **Темы практических занятий** |
|  |
| **Предмет, цели и задачи курса паблик рилейшнз (PR).** |
| Вопросы для обсуждения  1. Роль и значение связей с общественностью в современном мире.  2. PR в системе массовых коммуникаций.  3. Определение понятия «Интегрированные маркетинговые коммуникации» (ИМК).  4. Основные компоненты системы ИМК: реклама, паблик рилейшнз (PR), стимулирование сбыта (salespromotion) и прямые продажи (directsale).  5. Место PR в системе ИМК.  6. Отличительные особенности PR: преимущества и недостатки.  7. ATL (прямая реклама) и BTL как разные пути продвижения и сбыта товара.  8. PR как часть BTL.  9. Основные отличия PR и рекламы. Информационная, управленческая, регулятивная и другие функции PR. |

|  |
| --- |
| **Имидж и пути его формирования средствами паблик рилейшнз** |
| Вопросы для обсуждения  1.Фирменный стиль как система формальных идентификационных признаков. Конструирование корпоративного имиджа.  2.Планирование корпоративных коммуникаций.  3.Выставки и ярмарки как инструмент продвижения фирмы.  4.Конгрессно-выставочная деятельность.  5.Структура презентации. Актуальные направления спонсорства: спорт, культура и искусство, образование и наука, профессиональные конференции и семинары. Фандрейзинг: мотивация спонсора и переговорный процесс.  6.Приоритеты, объекты и формы благотворительной деятельности российских компаний.  7.Приемы и методы организаций благотворительных акций |
|  |
| **Воздействие как функция PR-коммуникации** |
| Вопросы для обсуждения  1. Виды сообщений в структуре Паблик Рилейшнз.  2. Понятие о PR-тексте. PR-текст среди других текстов современной культуры.  3. Способы конструирования новости в связях с общественностью.  4. Придание дополнительного веса новости.  5. Мифологизация и драматизация новостного потока.  6. Информационное партнерство.  7. Формирование собственного новостного потока.  8. Информационное пространство региона как управленческий ресурс.  9. Взаимодействие PR- специалиста и журналиста в процессе создания новостей. Приемы комментирования новостей |
|  |
| **Социальные связи и общественные отношения как ключевые категории в теории паблик рилейшнз** |
| Вопросы для обсуждения  1.Процесс влияния служб связей с общественностью на общественное мнение: определение целевой и ключевой аудитории, внутренняя и внешняя аудитории, покупатели-потребители, журналисты как ключевая аудитория.  2. Определение понятий «лидеры общественного мнения» и «группы особых интересов», экономическое, финансовое сообщество, политическая, социо-культурная, клерикальная, профессиональная среда.  3. Основные организационные структуры в СО: независимый консультант-эксперт, корпоративный PR-департамент, типовое агентство, консалтинговая фирма по СО, независимая международная компания, международная сеть агентств.  4. Задачи, функции, структура отделов и служб по СО в государственных организациях и учреждениях, общественных объединениях, коммерческих структурах, политических партиях.  5. Структура типового агентства и консалтинговой фирмы в области связей с общественностью. Функции и задачи PR - специалиста в работе с каналами СМИ (mediarelations).  6. Различия и сходство в работе специалиста по связям с общественностью и пресс- секретаря. Профессиональные стандарты во взаимоотношениях со СМИ. |
|  |
| **Связи с общественностью в некоммерческих организациях** |
| Вопросы для обсуждения  1. Некоммерческие организации – понятие, функции, характерные черты.  2. Специфика функционирования некоммерческих организаций в современной России.  3. Роль связей с общественностью в некоммерческом секторе.  4. Особенности взаимодействия некоммерческих организаций со СМИ.  5. Публичный характер деятельности общественных объединений.  6. Добровольческий труд и волонтерство в некоммерческих организациях |

|  |
| --- |
| **Коммуникационная стратегия организации в условиях кризиса. Виды кризисных ситуаций** |
| Вопросы для обсуждения  1. Подходы к классификации кризисных ситуаций.  2. Основные характеристики кризиса.  3. Этапы кризиса и проблема управления ситуацией в его условиях.  4. Рекомендации по успешному преодолению кризиса.  5. Использование методов и средств Паблик Рилейшнз в антикризисном управлении.  6. Технологии антикризисной коммуникации. Разработка и осуществление антикризисной PR- программы.  7. Работа со СМИ в условиях кризиса. |
|  |
| **Сущность и функции рекламы** |
| Вопросы для обсуждения  1.Определение рекламы как вида маркетинговой и массовой коммуникации.  2.Структура рекламы: субъект (рекламодатель, производитель и распространитель рекламы), предмет (товар или услуга), средства распространения, объект (целевая аудитория).  3.Маркетинговая функция как системообразующая функция рекламы, определяющая ее место в продвижении товара или услуги к потребителю.  4.Функции рекламы: экономическая и социальная, информационная и коммуникативная.  5. Основные предметные сферы рекламы, их характеристика и специфические особенности |
|  |
| **Процесс рекламной деятельности** |
| Вопросы для обсуждения  1. Субъекты рекламного рынка, особенности их взаимодействия.  2. Первичные и вторичные субъекты рекламного рынка, особенности взаимодействия между ними.  3. Рекламные агентства, их функции на рынке.  4. Основные задачи рекламного агентства. Виды рекламных агентств.  5. Агентства полного цикла и специализированные рекламные агентства.  6. Структура рекламного агентства полного цикла, основные отделы и их функции. Оплата услуг.  7. Организация взаимоотношений участников рекламного процесса.  8. Критерии оценки рекламодателем работы рекламного агентства.  9. Выбор рекламного агентства, преимущества работы с рекламным агентством. Органы регулирования и саморегулирования на российском рекламном рынке. Правовое регулирование рекламы.  10. Государственные органы, регулирующие рекламную деятельность. Законы РФ, действующие в сфере рекламы. Закон РФ “О рекламе”, его основные темы и ограничения.  11. Понятие саморегулирования рекламы. Особенности современного этапа развития рекламы.  12. Мировой медиарекламный рынок на современном этапе.  13. Проблемы развития отечественного рынка рекламы. Взаимодействие российской и зарубежной рекламы.  14. Перспективные направления рекламной деятельности |

|  |
| --- |
| **Реклама в периодической печати** |
| Вопросы для обсуждения  1. Типы периодических изданий: общественно-политические, специализированные и корпоративные издания, имеющие право выделять на рекламу не более 45% печатных площадей, и рекламно-информационные издания с нелимитированным объемом рекламы.  2. Рекламное объявление как самый распространенный жанр рекламы в прессе. Структура рекламного объявления, его адресная направленность.  3. Изобразительные элементы рекламного объявления: размер и форма, иллюстрации, шрифтовые и цветовые акценты, линейки и другие графические элементы, пробельный материал.  4. Текстовые элементы рекламного объявления: заголовок, зачин, основной текст, справочные сведения (что? почему? где? когда? сколько? кто сообщает?). |
|  |
| **Реклама на телевидении** |
| Вопросы для обсуждения  1. Взаимодействие вербальных и Визуальных компонентов – отличительная черта телевизионной рекламы.  2. Четвертая часть эфирного времени – законодательные требования к объему телевизионной рекламы.  3. Основные формы телевизионной рекламы : зарисовка с натуры (игровой сюжет), демонстрация свойств и качеств рекламируемого товара, беседа с рядовым потребителем, рекомендации специалиста (лидера корпоратиного или общественного мнения).  4. Использование в телерекламе различных видов мультипликации, графического дизайна, телевизионных спецэффектов.  5. Синхронизация аудио- и видеоряда – специфика профессиональной телерекламы |
|  |
| **Реклама на радио** |
| Вопросы для обсуждения  1. Радиореклама: достоинства и недостатки.  2. Виды радиорекламы, особенности.  3. Рекламное время, рейтинг радиостанций, аудитория эфирного времени.  4. Сценарий, идея, голос, музыка, спецэффекты |
|  |
| **Реклама в структуре паблик рилейшнз. Эффективность рекламы** |
| Вопросы для обсуждения  1. Эффективность рекламы.  2. Виды и средства рекламы как технологическая составляющая паблик рилейшнз.  3. Сферы применения рекламы в системе связей с общественностью.  4. Паблик рилейшнз как институт согласования интересов, паритетного управления, солидарного разрешения конфликтов.  5. Обусловленность применения рекламы философией паблик рилейшнз, основанной на идее гражданского консенсуса |

|  |  |
| --- | --- |
| **6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине** | |
| 1. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины «Основы рекламы и паблик рилейшнз» / Попова Оксана Вячеславовна. – Омск: Изд-во Омской гуманитарной академии, 2020.  2. Положение о формах и процедуре проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата и магистратуры, одобренное на заседании Ученого совета от 28.08.2017 (протокол заседания № 1), Студенческого совета ОмГА от 28.08.2017 (протокол заседания № 1), утвержденное приказом ректора от 28.08.2017 №37.  3. Положение о правилах оформления письменных работ и отчётов обучающихся, одобренное на заседании Ученого совета от 29.08.2016 (протокол заседания № 1), Студенческого совета ОмГА от 29.08.2016 (протокол заседания № 1), утвержденное приказом ректора от 01.09.2016 № 43в.  4. Положение об обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе ускоренном обучении, студентов, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования - программы бакалавриата, магистратуры, одобренное на заседании Ученого совета от 28.08.2017 (протокол заседания № 1), Студенческого совета ОмГА от 28.08.2017 (протокол заседания № 1), утвержденное приказом ректора от 28.08.2017 №37. | |
|  |  |
| **7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**  **Основная:** | |
| 1.Рекламаисвязисобщественностью/СиняеваИ.М.,ЖильцоваО.Н.,ЖильцовД.А..-Москва:ИздательствоЮрайт,2019.-552.-ISBN:978-5-9916-3181-5.-URL:<https://www.biblio-online.ru/bcode/425190> | |
| 2.Связисобщественностью/ФадееваЕ.Н.,СафроновА.В.,КрасильниковаМ.А..-Москва:ИздательствоЮрайт,2019.-263.-ISBN:978-5-534-00227-0.-URL:<https://www.biblio-online.ru/bcode/432040> | |
|  | *Дополнительная:* |
| 1.Связисобщественностью/ЖильцоваО.Н.,СиняеваИ.М.,ЖильцовД.А..-Москва:Юрайт,2019.-337с.-ISBN:978-5-9916-9890-0.-URL:<https://urait.ru/bcode/433657> | |
|
| 2.Реклама:теорияипрактика/ФедотоваЛ.Н..-Москва:ИздательствоЮрайт,2019.-391.-ISBN:978-5-9916-8299-2.-URL:<https://www.biblio-online.ru/bcode/433005> | |
| **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины** | |
| 1. ЭБС IPRBooks Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>  2. ЭБС издательства «Юрайт» Режим доступа: <http://biblio-online.ru>  3. Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Режим доступа: <http://window.edu.ru/>  4. Научная электронная библиотека e-library.ru Режим доступа: <http://elibrary.ru>  5. Ресурсы издательства Elsevier Режим доступа: <http://www.sciencedirect.com>  6. Федеральный портал «Российское образование» Режим доступа: [www.edu.ru](http://www.edu.ru)  7. Журналы Кембриджского университета Режим доступа: <http://journals.cambridge.org>  8. Журналы Оксфордского университета Режим доступа: <http://www.oxfordjoumals.org>  9. Словари и энциклопедии на Академике Режим доступа: <http://dic.academic.ru/>  10. Сайт Библиотеки по естественным наукам Российской академии наук. Режим доступа: <http://www.benran.ru>  11. Сайт Госкомстата РФ. Режим доступа: <http://www.gks.ru>  12. Сайт Российской государственной библиотеки. Режим доступа: <http://diss.rsl.ru>  13. Базы данных по законодательству Российской Федерации. Режим доступа: <http://ru.spinform.ru>  Каждый обучающийся Омской гуманитарной академии в течение всего периода обучения | |

|  |
| --- |
| обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (электронной библиотеке) и к электронной информационно-образовательной среде Академии. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно- телекоммуникационной сети «Интернет», и отвечает техническим требованиям организации как на территории организации, так и вне ее.  Электронная информационно-образовательная среда Академии обеспечивает: доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах; фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения основной образовательной программы; проведение всех видов занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий; формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение работ обучающегося, рецензий и оценок на эти работы со стороны любых участников образовательного процесса; взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействие посредством сети «Интернет». |
| **9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины** |
| К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных способностей и умений самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения через участие в практических занятиях, выполнение контрольных заданий и тестов. При этом самостоятельная работа обучающихся играет решающую роль в ходе всего учебного процесса. Успешное освоение компетенций, формируемых данной учебной дисциплиной, предполагает оптимальное использование времени самостоятельной работы. Целесообразно посвящать до 20 минут изучению конспекта лекции в тот же день после лекции и за день перед лекцией. Теоретический материал изучать в течение недели до 2 часов, а готовиться к практическому занятию по дисциплине до 1.5 часов.  Для понимания материала учебной дисциплины и качественного его усвоения рекомендуется такая последовательность действий:  ⦁ после прослушивания лекции и окончания учебных занятий, при подготовке к занятиям следующего дня нужно сначала просмотреть и обдумать текст лекции, прослушанной сегодня, разобрать рассмотренные примеры;  ⦁ при подготовке к лекции следующего дня нужно просмотреть текст предыдущей лекции, подумать о том, какая может быть тема следующей лекции;  ⦁ в течение недели выбрать время для работы с литературой по учебной дисциплине в библиотеке и для решения задач;  ⦁ при подготовке к практическим /семинарским/лабораторным занятиям повторить основные понятия и формулы по теме домашнего задания, изучить примеры;  ⦁ решая упражнение или задачу, предварительно понять, какой теоретический материал нужно использовать; наметить план решения, попробовать на его основе решить 1-2 аналогичные задачи. При решении задач всегда необходимо комментировать свои действия и не забывать о содержательной интерпретации.  Рекомендуется использовать методические указания и материалы по учебной дисциплине, текст лекций, а также электронные пособия.  Теоретический материал курса становится более понятным, когда дополнительно к прослушиванию лекций изучаются научная литература по данной учебной дисциплине. Полезно использовать несколько учебников, однако легче освоить курс, придерживаясь одного учебника и конспекта. Рекомендуется, кроме «заучивания» материала, добиться понимания изучаемой темы дисциплины. С этой целью после прочтения очередной главы желательно выполнить несколько простых упражнений на соответствующую тему. Кроме того, очень полезно мысленно задать себе и попробовать ответить на следующие |

|  |
| --- |
| вопросы: о чем эта глава, какие новые понятия в ней введены, каков их смысл. При изучении теоретического материала всегда полезно выписывать формулы и графики.  При выполнении домашних заданий и подготовке к контрольной работе необходимо сначала прочитать теорию и изучить примеры по каждой теме. Решая конкретную задачу, предварительно следует понять, что требуется в данном случае, какой теоретический материал нужно использовать, наметить общую схему решения. При решении задачи «по образцу» рассмотренного на аудиторном занятии или в методическом пособии примера, то желательно после этого обдумать процесс решения и попробовать решить аналогичную задачу самостоятельно.  При подготовке к промежуточной аттестации необходимо освоить теоретические положения данной дисциплины, разобрать определения всех понятий и постановки моделей, описывающих процессы, рассмотреть примеры и самостоятельно решить несколько типовых задач из каждой темы. Дополнительно к изучению конспектов лекций необходимо пользоваться учебниками по учебной дисциплине. |
| **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем** |
| Перечень программного обеспечения  • MicrosoftWindows 10 Professional  • Microsoft Windows XP Professional SP3  • Microsoft Office Professional 2007 Russian  • Cвободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом LibreOffice 6.0.3.2 Stable  • Антивирус Касперского  • Cистема управления курсами LMS Русский Moodle 3KL  Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы: |
| • Справочная правовая система «Консультант Плюс» <http://www.consultant.ru/edu/student/study/> |
| • Справочная правовая система «Гарант» <http://edu.garant.ru/omga/> |
| • Официальный интернет-портал правовой информации <http://pravo.gov.ru> |
| • Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего  образования <http://fgosvo.ru> |
| • Портал «Информационно-коммуникационные технологии в образовании» |
| • Сайт "Права человека в Российской Федерации" <http://www.ict.edu.ru> |
| • Сайт Президента РФ <http://www.president.kremlin.ru> |
| • Сайт Правительства РФ [www.government.ru](http://www.government.ru) |
| • Сайт Федеральной службы государственной статистики РФ [www.gks.ru](http://www.gks.ru) |
| **Электронная информационно-образовательная среда** |
| Электронная информационно-образовательная среда Академии, работающая на платформе LMSMoodle, обеспечивает:  • доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем ( ЭБС IPRBooks, ЭБС Юрайт ) и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах;  • фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программы бакалавриата;  • проведение всех видов занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;  • формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение работ обучающегося, рецензий и оценок на эти работы со стороны любых участников образовательного процесса;  • взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе |

|  |
| --- |
| синхронное и (или) асинхронное взаимодействие посредством сети «Интернет».  При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используются следующие информационные технологии:  • сбор, хранение, систематизация и выдача учебной и научной информации;  • обработка текстовой, графической и эмпирической информации;  • подготовка, конструирование и презентация итогов исследовательской и аналитической деятельности;  • самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных;  • использование электронной почты преподавателями и обучающимися для рассылки информации, переписки и обсуждения учебных вопросов.  • компьютерное тестирование;  • демонстрация мультимедийных материалов. |
|  |
| **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине** |
| Для осуществления образовательного процесса Академия располагает материально- технической базой, соответствующей противопожарным правилам и нормам, обеспечивающим проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных рабочей программой дисциплины.  Специальные помещения представляют собой учебные аудитории учебных корпусов, расположенных по адресу г. Омск, ул. 4 Челюскинцев, 2а, г. Омск, ул. 2 Производственная, д. 41/1  1. Для проведения лекционных занятий: учебные аудитории, материально-техническое оснащение которых составляют: столы аудиторные; стулья аудиторные; стол преподавателя; стул преподавателя; кафедра, ноутбуки; операционная система MicrosoftWindowsXP, MicrosoftOfficeProfessionalPlus 2007, LibreOfficeWriter, LibreOfficeCalc, LibreOfficeImpress, LibreOfficeDraw, LibreOfficeMath, LibreOfficeBase; 1С:Предпр.8 - комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях; Линко V8.2, Moodle, BigBlueButton, KasperskyEndpointSecurity для бизнеса – Стандартный, система контент фильтрации SkyDNS, справочно-правовые системы «Консультант плюс», «Гарант»; актовый зал, материально-техническое оснащение которого составляют: Кресла, Кафедра, стол, микше, микрофон, аудио-видео усилитель, ноутбук, Операционная система MicrosoftWindows 10, MicrosoftOfficeProfessionalPlus 2007;  2. Для проведения практических/семинарских занятий: учебные аудитории, лингофонный кабинет материально-техническое оснащение которых составляют: столы аудиторные; стулья аудиторные; стол преподавателя; стул преподавателя; наглядные материалы; кафедра, ноутбуки; операционная система MicrosoftWindows 10, MicrosoftOfficeProfessionalPlus 2007, LibreOfficeWriter, LibreOfficeCalc, LibreOfficeImpress, LibreOfficeDraw, LibreOfficeMath, LibreOfficeBase; 1С: Предпр.8 - комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях; Линко V8.2; Moodle, BigBlueButton, KasperskyEndpointSecurity для бизнеса – Стандартный, система контент фильтрации SkyDNS, справочно-правовые системы «Консультант плюс», «Гарант»; электронно- библиотечные системы «IPRbooks» и «ЭБС ЮРАЙТ».  3. Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации имеются учебные аудитории материально-техническое оснащение которых составляют: столы компьютерные, стол преподавательский, стулья, учебно-наглядные пособия: наглядно-дидактические материалы, доска пластиковая, видеокамера, компьютер (8 шт.), Линко V8.2, Операционная система MicrosoftWindowsXP, MicrosoftOfficeProfessionalPlus 2007, LibreOfficeWriter, LibreOfficeCalc, LibreOfficeImpress, LibreOfficeDraw, LibreOfficeMath, LibreOfficeBase, Линко V8.2, 1С:Предпр.8.Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях, Moodle, BigBlueButton, KasperskyEndpointSecurity для бизнеса – Стандартный, Система контент фильтрации SkyDNS, справочно-правовая система «Консультант плюс», «Гарант», |

|  |
| --- |
| Электронно библиотечная система IPRbooks, Электронно библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» [www.biblio-online.](http://www.biblio-online.)ru  4. Для самостоятельной работы: аудитории для самостоятельной работы, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, библиотека, читальный зал, материально-техническое оснащение которых составляют: столы, специализированные стулья, столы компьютерные, компьютеры, стенды информационные, комплект наглядных материалов для стендов. Операционная система MicrosoftWindows 10, MicrosoftOfficeProfessionalPlus 2007, LibreOfficeWriter, LibreOfficeCalc, LibreOfficeImpress, LibreOfficeDraw, LibreOfficeMath, LibreOfficeBase, Moodle, BigBlueButton, KasperskyEndpointSecurity для бизнеса – Стандартный, Система контент фильтрации SkyDNS, справочно-правовая система «Консультант плюс», «Гарант», Электронно библиотечная система IPRbooks, Электронно библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ». |