МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Балтийский государственный технический университет «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова»
(БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова)

УТВЕРЖДАЮ
и.о. Декан факультета Р
_____ Шматко А. Д.
(подпись) ФИО
«31» 05 2022

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МЕНЕДЖМЕНТ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направление/специальность подготовки — **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Специализация/профиль/программа подготовки — **Реклама и связи с общественностью в политике и государственном управлении**

Уровень высшего образования — **Бакалавриат**

Форма обучения — **Заочная**

Факультет — **Р Международного промышленного менеджмента и коммуникации**

Выпускающая кафедра — **Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ**

Кафедра-разработчик рабочей программы — **Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ**

КУРС	СЕМЕСТР	ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ (ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ)	ЧАСЫ (по наличию видов занятий)									ВИД ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ
			ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ	АУДИТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ				САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА				
				ВСЕГО	ЛЕКЦИИ	ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ	ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ	ВСЕГО	КУРСОВОЙ ПРОЕКТ	КУРСОВАЯ РАБОТА	ДРУГИЕ ВИДЫ САМОСТ. РАБОТЫ	
2	4	5	180	8	4	0	4	172	0	0	172	диф. зач.

Санкт-Петербург
2022 г.

11668

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА СОСТАВЛЕНА В СООТВЕТСТВИИ С ТРЕБОВАНИЯМИ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СТАНДАРТА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (ФГОС ВО)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

год набора группы: 2022

Программу составил:

Кафедра Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ
Дьяконова Людмила Ивановна, к.э.н., доцент

Программа рассмотрена
на заседании кафедры-разработчика
рабочей программы **Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ**

Заведующий кафедрой Шматко А.Д., д.э.н., проф.

Программа рассмотрена
на заседании выпускающей кафедры

Р4 ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ

Заведующий кафедрой Ивченко Б.П., д.т.н., проф.

11668

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МЕНЕДЖМЕНТ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Разделы рабочей программы

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Приложения к рабочей программе дисциплины

- Приложение 1. Аннотация рабочей программы
- Приложение 2. Технологии и формы обучения
- Приложение 3. Фонды оценочных средств

11668

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ПСК-1.1 — способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
ПСК-1.2 — способность участвовать в организации управленческих процессов в органах государственной и муниципальной власти и управления, в аппаратах политических партий и общественно-политических объединений, бизнес-структурах, международных организациях, СМИ
ПСК-1.3 — способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

Формированию компетенций служит достижение следующих результатов образования:

ПСК-1.1

знания:
типовые алгоритмы проектной
деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;;
умения:
осуществлять проектную деятельность в
сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с
поставленными проблемами, целями и задачами;;
навыки:
навыки проектной деятельности в
сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с
поставленными проблемами, целями и задачами.

ПСК-1.2

знания:
особенности реализации
коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;
умения:
участвовать в реализации
коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.;;
навыки:
навыками реализации
коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

ПСК-1.3

знания:
основные технологические решения,
технические средства, приемы и методы онлайн и оффлайн,
необходимые для профессиональной деятельности в сфере
рекламы и связей с общественностью;
умения:
применять в профессиональной
деятельности основные технологические решения,
технические средства, приемы и методы онлайн и оффлайн;
навыки:
навыками применения в
профессиональной деятельности основных технологических
решений, технических средств, приемов и методов онлайн и
оффлайн.

11668

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина **МЕНЕДЖМЕНТ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ** является дисциплиной **обязательной части блока 1** программы подготовки по направлению *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*.

Содержание дисциплины является логическим продолжением дисциплин: **ЭКОНОМИКА**.

Содержание дисциплины является основой для освоения дисциплин: **МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ**.

Предварительные компетенции, сформированные у обучающегося до начала изучения дисциплины:

- ОПК-2 — Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
- УК-9 — Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 з.е., 180 ч.

3.1. Содержание (дидактика) дисциплины

КУРС	СЕМЕСТР	Наименование разделов и дидактических единиц	ВСЕГО	Аудиторные занятия в контактной форме			Самостоятельная работа студентов	Формируемая компетенция, %		
				ВСЕГО	Лекции	Практические занятия		ПСК-1.1	ПСК-1.2	ПСК-1.3
2	4	**Раздел 1. Реклама и связи с общественностью в финансовой сфере.** Реклама и связи с общественностью в финансовой сфере.	62	4	2	2	58	50	50	50
2	4	**Раздел 2. Реклама и связи с общественностью в сфере услуг.** Реклама и связи с общественностью в сфере услуг.	59	2	1	1	57	25	25	25
2	4	**Раздел 3. Реклама и связи с общественностью в сетевом ритейле.** Реклама и связи с общественностью в сетевом ритейле.	59	2	1	1	57	25	25	25
Всего за 4 семестр			180	8	4	4	172	100	100	100
Всего по дисциплине			180	8	4	4	172	100	100	100

3.2. Аудиторный практикум

№ п/п	Номер и наименование раздела дисциплины	Тема практического занятия	Объем, ауд. часов
1	Раздел 1. Реклама и связи с общественностью в финансовой сфере.	Работа на практических занятиях: текущий контроль выполнения заданий	2
2	Раздел 2. Реклама и связи с общественностью в сфере услуг.	Работа на практических занятиях: текущий контроль выполнения заданий	1
3	Раздел 3. Реклама и связи с общественностью в сетевом ритейле.	Работа на практических занятиях: текущий контроль выполнения заданий	1
Всего за 4 семестр			4

3.3. Самостоятельная работа студента (СРС)

№ п/п	Номер и наименование раздела дисциплины	Содержание учебного задания	Объем, часов
1	Раздел 1. Реклама и связи с общественностью в финансовой сфере.	Изучение материала и создание презентаций на данную тему	58
2	Раздел 2. Реклама и связи с общественностью в сфере услуг.	Изучение материала и создание презентаций на данную тему	57
3	Раздел 3. Реклама и связи с общественностью в сетевом ритейле.	Изучение материала и создание презентаций на данную тему	57
Всего за 4 семестр			172

4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

СЕМЕСТР	НЕДЕЛИ СЕМЕСТРА																
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**13**	**14**	**15**	**16**	**17**
4				Тест		ДР			Тест	ДР		Тест				ДР	Вопр.Диф.Зач, диф. зач.

Условные обозначения:

- ДР – диагностическая работа;
- Тест – тест;
- Вопр.Диф.Зач – вопросы к дифференцированному зачету;
- диф. зач. – дифференцированный зачет.

Текущий контроль успеваемости студентов проводится в дискретные временные интервалы в следующих формах:

- диагностическая работа;

11668

- тест;
- вопросы к дифференцированному зачету.

Промежуточная аттестация проводится в формах:

- дифференцированный зачет.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература по дисциплине:

1. В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. . Реклама и связи с общественностью: введение в специальность. Москва: ИЗД-ВО МГЛУ, 2020, эл. рес.
2. Д. В. Марусов, О. В. Смагин, В. В. Бутко. . Порядок проведения рекламационной работы. СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2019, эл. рес.
3. Д. В. Марусов, О. В. Смагин, В. В. Бутко. . Порядок проведения рекламационной работы. СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2019, 35 экз.
4. Ю. А. Афанасьев, Л. Н. Морозов, В. И. Муравьёв ; БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова. Управление качеством. Ч. VI Менеджмент, маркетинг, реклама. БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2007, эл. рес.

5.2. Дополнительная литература по дисциплине:

не требуется.

5.3. Периодические издания:

1. Социальные и гуманитарные знания.

5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины, электронные библиотечные системы:

1. http://library.voenmeh.ru/jirbis2 — Фундаментальная библиотека БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова;
2. https://urait.ru/viewer/marketing-v-reklame-imidzhbilding-495332 — МАРКЕТИНГ В РЕКЛАМЕ. ИМИДЖБИЛДИНГ. Учебник и практикум для СПО</title> <meta name="viewport" content="width=device-width"> <title>МАРКЕТИНГ В РЕКЛАМЕ. ИМИДЖБИЛДИНГ. Учебник и практикум для СПО.

Современные профессиональные базы данных:

1. https://rusneb.ru – Национальная электронная библиотека (НЭБ);
2. https://cyberleninka.ru/ - Научная электронная библиотека «Киберленинка»; http://www.rfbr.ru/rffi/ru/library - Полнотекстовая электронная библиотека Российского фонда фундаментальных исследований.

Информационные справочные системы:

1. Техэксперт – Информационный портал технического регулирования: Нормы, правила, стандарты РФ;
2. http://library.voenmeh.ru/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=457 - БД ГОСТов собственной генерации БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова;
3. http://www.consultant.ru/- КонсультантПлюс- информационный портал правовой информации.

5.5. Программное обеспечение:

не требуется.

5.6. Информационные технологии:

взаимодействие с обучающимися посредством ЭИОС Moodle БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Лекционные занятия:

специализированные требования по оборудованию отсутствуют; аудитория с посадочными местами по количеству студентов; доска.

6.2. Практические занятия:

1. Проектор;
2. Интерактивная доска.

6.3. Прочее:

1. рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет;
2. рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде.

11668

Аннотация рабочей программы

Дисциплина **МЕНЕДЖМЕНТ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ** является дисциплиной **обязательной части блока 1** программы подготовки по направлению *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*. Дисциплина реализуется на факультете *Р* Международного промышленного менеджмента и коммуникации БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д.Ф. Устинова кафедрой Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ.

Дисциплина нацелена на формирование *компетенций*:
ПСК-1.1 способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;
ПСК-1.2 способность участвовать в организации управленческих процессов в органах государственной и муниципальной власти и управления, в аппаратах политических партий и общественно-политических объединений, бизнес-структурах, международных организациях, СМИ;
ПСК-1.3 способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с обучением основным знаниям и навыкам профессиональной работы в отделе по связям с
общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах, а также формирование возможности прикладного применения
полученных знаний в организации работы отдела по связям с общественностью.

Программой дисциплины предусмотрены следующие **виды контроля**:

Текущий контроль успеваемости студентов проводится в дискретные временные интервалы в следующих формах:
- диагностическая работа;
- тест;
- вопросы к дифференцированному зачету.

Промежуточная аттестация проводится в формах:
- дифференцированный зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет **5** з.е., **180** ч. Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия **(4 ч.)**, практические занятия **(4 ч.)**, самостоятельная работа студента **(172 ч)**.

ТЕХНОЛОГИИ И ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

Рекомендации по освоению дисциплины для студента

Трудоемкость освоения дисциплины составляет 180 ч., из них 8 ч. аудиторных занятий, и 172 ч., отведенных на самостоятельную работу студента.

Рекомендации по распределению учебного времени по видам самостоятельной работы и разделам дисциплины приведены в таблице.

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о текущем, рубежном контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Формы контроля и критерии оценивания приведены в приложении 3 к Рабочей программе.

Наименование работы	Рекомендуемая литература	Трудоемкость, час.
Раздел 1. Реклама и связи с общественностью в финансовой сфере.		
Изучение материала и создание презентаций на данную тему	Ю. А. Афанасьев, Л. Н. Морозов, В. И. Муравьёв ; БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова. Управление качеством. Ч. VI Менеджмент, маркетинг, реклама: БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2007 (1) В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. . Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: Москва: ИЗД-ВО МГЛУ, 2020 (1) Д. В. Марусов, О. В. Смагин, В. В. Бутко. . Порядок проведения рекламационной работы: СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2019 (1)	58
Итого по разделу 1		58
Раздел 2. Реклама и связи с общественностью в сфере услуг.		
Изучение материала и создание презентаций на данную тему	В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. . Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: Москва: ИЗД-ВО МГЛУ, 2020 (2) Ю. А. Афанасьев, Л. Н. Морозов, В. И. Муравьёв ; БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова. Управление качеством. Ч. VI Менеджмент, маркетинг, реклама: БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2007 (2) Д. В. Марусов, О. В. Смагин, В. В. Бутко. . Порядок проведения рекламационной работы: СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2019 (2)	57
Итого по разделу 2		57
Раздел 3. Реклама и связи с общественностью в сетевом ритейле.		
Изучение материала и создание презентаций на данную тему	Д. В. Марусов, О. В. Смагин, В. В. Бутко. . Порядок проведения рекламационной работы: СПб.БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2019 (3) Ю. А. Афанасьев, Л. Н. Морозов, В. И. Муравьёв ; БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова. Управление качеством. Ч. VI Менеджмент, маркетинг, реклама: БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова, 2007 (3) В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. . Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: Москва: ИЗД-ВО МГЛУ, 2020 (3)	57
Итого по разделу 3		57

ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонды оценочных средств, позволяющие оценить результаты обучения по данной дисциплине, включают в себя:

- диагностическая работа
- тест;
- вопросы к дифференцированному зачету;
- дифференцированный зачет.

Критерии оценивания

Диагностическая работа

Диагностическая работа проводится в форме теста в ЭИОС Moodle:

- при правильном ответе менее чем на 60% вопросов - не аттестация;
- при правильном ответе на 60% вопросов и более - аттестация.

Тест

Итоговое тестирование проводится по темам разделов 1, 2, 3, 4 дисциплины. В тесте по 20 вопросов.
Критерии оценивания: при верном ответе на вопрос теста проставляется 1 балл, при неверном – 0 баллов.
Максимальное количество баллов по тестам составляет 80.

Вопросы к дифференцированному зачету

1. Реклама и связи с общественностью в страховом бизнесе
2. Реклама и связи с общественностью в финансовой сфере
3. Реклама и связи с общественностью в банковском деле
4. Реклама и связи с общественностью в бытовых услугах
5. Реклама и связи с общественностью в мобильной связи
6. Реклама и связи с общественностью в туризме
7. Реклама и связи с общественностью в гостиничном бизнесе
8. Реклама и связи с общественностью ресторанов и кафе
9. Реклама и связи с общественностью в сетевых торговых сетях
10. Реклама и связи с общественностью в автобизнесе
11. Реклама и связи с общественностью в фармакологии
12. Реклама и связи с общественностью в здравоохранении

Дифференцированный зачет

Обучающийся имеет право на получение минимальной положительной оценки при условии успешного прохождения текущего контроля успеваемости в форме диагностической работы в соответствии с графиком раздела 4.
Оценочные требования:
оценка ОТЛИЧНО – студент свободно, достаточно подробно излагает материал, демонстрирует понимание процессов по всем вопросам, пользуется специальной профессиональной терминологией;
оценка ХОРОШО – студент, в целом, владеет материалом, но недостаточно полно и уверенно демонстрирует понимание процессов по вопросам, редко пользуется профессиональными терминами;
оценка УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО – студент слабо владеет материалом, с трудом понимает процессы по вопросам, специальной профессиональной терминологией практически не пользуется.
оценка НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО – студент не в состоянии изложить материал и выразить понимание процессов по вопросам.

Паспорт фонда оценочных средств

КУРС	СЕМЕСТР	Наименование разделов и дидактических единиц	ВСЕГО	Аудиторные занятия в контактной форме			Самостоятельная работа студентов	Формируемая компетенция, %			НАИМЕНОВАНИЕ ОЦЕНОЧНОГО СРЕДСТВА
				ВСЕГО	Лекции	Практические занятия		ПСК-1.1	ПСК-1.2	ПСК-1.3	
2	4	**Раздел 1. Реклама и связи с общественностью в финансовой сфере.**	62	4	2	2	58	50	50	50	Вопросы к дифференцированному зачету, Тест
2	4	**Раздел 2. Реклама и связи с общественностью в сфере услуг.**	59	2	1	1	57	25	25	25	Вопросы к дифференцированному зачету, Тест
2	4	**Раздел 3. Реклама и связи с общественностью в сетевом ритейле.**	59	2	1	1	57	25	25	25	Вопросы к дифференцированному зачету, Тест
Всего за 4 семестр			180	8	4	4	172	100	100	100	
Всего по дисциплине			180	8	4	4	172	100	100	100	

11668