



**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ»**
INSTITUTE OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Принята на заседании
Учёного совета ИМЭС
(протокол от 28 марта 2024 г. № 8)

УТВЕРЖДАЮ
Ректор ИМЭС Ю. И. Богомолова
28 марта 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ПРОЕКТНО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В РЕКЛАМЕ И
СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)
«Интернет-маркетинг»

Приложение 4
к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
направленность (профиль) «Интернет-маркетинг»

Рабочая программа дисциплины «Проектно-аналитическая деятельность в рекламе и связях с общественностью» входит в состав основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Интернет-маркетинг» и предназначена для обучающихся очной и очно-заочной форм обучения.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цель и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования.....	4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах и академических часах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	4
4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы.....	5
5. Содержание дисциплины	7
6. Структура дисциплины по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	9
7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	9
8. Перечень вопросов и типовые задания для подготовки к промежуточной аттестации	11
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	15
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины и информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	15
11. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины	16
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	19

1. Цель и задачи дисциплины

Целью дисциплины «Проектно-аналитическая деятельность в рекламе и связях с общественностью» является формирование научных знаний и практических умений и навыков проведения количественных и качественных медиаисследований для эффективной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Задачи изучения дисциплины:

- освоение теоретических основ научно-исследовательской деятельности;
- формирование целостного представления о том, что такое методология и методика медиаисследования как отрасль научного знания и практической деятельности;
- теоретическое и практическое овладение современной методологией исследований в сфере рекламы и связей с общественностью;
- понимание специфики научного подхода к изучению феноменов в сфере рекламной и PR-деятельности, выбора методики научного исследования, предмета и объекта, постановки проблематики и определения новизны научного исследования;
- закрепление представлений о корректности использования информационных ресурсов в научной и творческой деятельности;
- понимание особенностей оформления результатов научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина «Проектно-аналитическая деятельность в рекламе и связях с общественностью» входит в часть учебного плана, формируемую участниками образовательных отношений по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Интернет-маркетинг».

3. Объем дисциплины в зачетных единицах и академических часах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачётные единицы, всего – 108 часов.

Вид учебной работы	Всего часов	
	очная форма обучения	очно-заочная форма обучения
Контактная работа с преподавателем (всего)	28	8
В том числе:		
Занятия лекционного типа	14	6
Занятия семинарского типа (семинары)	14	2
Самостоятельная работа (всего)	80	100
Форма контроля	Зачет с оценкой	
Общая трудоёмкость дисциплины	108	

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Код и наименование компетенции(ий) выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<p>Разработка и реализация проектов 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</p>	<p>ИУК 2.1. Определяет круг задач в рамках поставленной цели. ИУК 2.2. Выбирает оптимальные способы решения задач в рамках поставленной цели, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.</p>	<p>Знать: основы научно-исследовательской деятельности. Уметь: анализировать корректность задач в рамках поставленной цели научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью. Владеть: навыками постановки задачи в рамках поставленной цели научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью.</p>
<p>ПК-1 Способен использовать проектный подход при разработке стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>ИПК 1.1. Имеет представление о проектной деятельности и принципах разработки стратегии. ИПК 1.2. Проектирует стратегию продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». ИПК 1.3. Формирует показатели эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</p>	<p>Знать: особенности оформления и представления результатов научного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью. Уметь: использовать профессиональные знания при написании научного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью. Владеть: навыками обобщения и представления результатов научного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.</p>
<p>ПК-2 Способен проводить маркетинговые исследования в информационно-коммуникационной сети «Интернет» и в СМИ</p>	<p>ИПК 2.1. Имеет представление о методике проведения маркетинговых исследований. ИПК 2.2. Проводит исследования поведения конкурентов и спроса в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». ИПК 2.3. Проводит исследования и организует сбор информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о</p>	<p>Знать: основные методы научных исследований; особенности методологии научных исследований. Уметь: использовать знания исследовательского характера в профессиональной деятельности; осуществлять поиск информации, необходимой для научной деятельности. Владеть: навыками организации научного поиска информации и применения различных методов научных</p>

Код и наименование компетенции(ий) выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
	характеристиках продвигаемой продукции.	исследований.

5. Содержание дисциплины

Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1. Понятие и особенности научно-исследовательской деятельности	<p>Основные понятия и признаки науки. Сущность научных исследований и основные формы научных исследований. Специфика научной коммуникации. Сущность и назначение функционирования научных школ.</p> <p>Зарождение и развитие науки. Методические основы определения уровня науки в различных странах мира. Организация науки в Российской Федерации. История развития научного познания.</p> <p>Науковедение как система знаний. Классификация наук. Основные черты работника науки. Исследование как форма развития научного знания.</p>
Тема 2. Методология научного исследования в рекламе и связях с общественностью	<p>Методология как учение о методе. Сущность методологии исследования. Научное изучение как основная форма научной работы. Общая логическая схема хода научного исследования.</p> <p>Методы научного познания: сущность, содержание, основные характеристики. Общая классификация методов научных исследований. Общенаучные методы познания. Анализ и синтез. Абстрагирование и конкретизация. Дедукция и индукция. Методы научной дедукции. Аналогия. Требования к научной аналогии. Моделирование. Исторический и логический методы.</p> <p>Методы эмпирического исследования. Наблюдение. Измерение. Сравнение. Эксперимент. Методы теоретического исследования. Классификация. Обобщение и ограничение. Формализация. Аксиоматический метод.</p> <p>Специальные методы решения задач. Мозговой штурм и его модификации. Синектика. Метод контрольных вопросов. Методы научных исследований в рекламе и связях с общественностью.</p> <p>Сбор данных и проведение исследований как основа дипломного проектирования. Методы сбора и обработки информации социологического и маркетингового характера. Надежность социологической информации. Специфика эмпирических исследований в Интернете. Онлайн-методы опроса. Офлайн-опросы.</p> <p>Методология получения информации при проведении «Ситуационного анализа». Виды исследований для проведения «Ситуационного анализа». Метод сбора и источники информации. Инструменты анализа и обработки результатов исследования.</p>
Тема 3. Принципы и структурирование научного проекта	<p>Особенности описания научного исследования (логичность, абстрактность, точность. Логичность исследования. Абстрактность научного текста. Точность научного текста.</p> <p>Методологическая структура научного проекта. Основные структурные компоненты научного проекта. Актуальность темы. Проблематика. Требования к постановке проблем. Проблема новизны научного исследования.</p> <p>Формулировка проблемы научного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью. Объект и предмет исследования. Цель и задачи исследования. Принципы и проблема исследования. Разработка гипотезы и концепции исследования. Требования к выдвижению гипотез. Выбор методов исследования. Этапы исследования. Структура исследования, вариативность его построения.</p>

<p>Тема 4. Методика оформления результатов научного проекта. Научная этика</p>	<p>Особенности оформления результатов научного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью. Научные результаты и их обнародование. Схема создания научной публикации. Специфика научного стиля русского литературного языка. Обобщение и оформление выводов научного проекта. Составление и оформление списка использованных источников.</p> <p>Жанры научного стиля: статья, тезисы. Жанры научного стиля: аннотация, рецензия, отзыв.</p> <p>Научная этика: общая характеристика, актуальные проблемы. Основные принципы этики научного сообщества. Нормы научной этики. Нарушения научной этики: особенности, ответственность ученого, последствия. Нормы научной этики при подготовке публикаций. Проблема плагиата в науке.</p>
--	---

6. Структура дисциплины по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Контактная работа, час.		Самостоятельная работа, час.	Всего, час.
		Занятия лекционного типа	Семинары		
1.	Понятие и особенности научно-исследовательской деятельности	4	4	19	27
2.	Методология научного исследования в рекламе и связях с общественностью	3	3	21	27
3.	Принципы и структурирование научного исследования	3	3	21	27
4.	Методика оформления результатов научного проекта. Научная этика	4	4	19	27
ИТОГО:		14	14	80	108

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Контактная работа, час.		Самостоятельная работа, час.	Всего, час.
		Занятия лекционного типа	Семинары		
1.	Понятие и особенности научно-исследовательской деятельности	1	0,5	25	26,5
2.	Методология научного исследования в рекламе и связях с общественностью	1	0,5	25	26,5
3.	Принципы и структурирование научного исследования	2	0,5	25	27,5
4.	Методика оформления результатов научного проекта. Научная этика	2	0,5	25	27,5
ИТОГО:		6	2	100	108

7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа является одним из основных видов учебной деятельности, составной частью учебного процесса и имеет своей целью: глубокое усвоение материала дисциплины, совершенствование и закрепление навыков самостоятельной работы с литературой, рекомендованной преподавателем, умение найти нужный материал и самостоятельно его использовать, воспитание высокой творческой активности,

инициативы, привычки к постоянному совершенствованию своих знаний, к целеустремленному научному поиску.

Контроль самостоятельной работы, является важной составляющей текущего контроля успеваемости, осуществляется преподавателем во время занятий лекционного и семинарского типов и обеспечивает оценивание хода освоения изучаемой дисциплины.

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Специфика научной коммуникации.
2. Сущность и назначение функционирования научных школ.
3. Зарождение и развитие науки.
4. Методические основы определения уровня науки в различных странах мира.
5. Организация науки в Российской Федерации.
6. История развития научного познания.
7. Основные черты работника науки.
8. Сущность методологии исследования.
9. Научное изучение как основная форма научной работы.
10. Методы научных исследований в рекламе и связях с общественностью.
11. Общая классификация методов научных исследований.
12. Сбор данных и проведение исследований как основа дипломного проектирования.
13. Методы сбора и обработки информации социологического и маркетингового характера.
14. Специальные методы решения задач. Мозговой штурм и его модификации. Синектика. Метод контрольных вопросов.
15. Надежность социологической информации.
16. Специфика эмпирических исследований в Интернете.
17. Онлайн-овые методы опроса. Офлайн-овые опросы.
18. Методология получения информации при проведении «Ситуационного анализа».
19. Метод сбора и источники информации.
20. Научные результаты и их обнародование.
21. Нормы научной этики при подготовке публикаций.
22. Проблема плагиата в науке.

Примерные темы рефератов (докладов)

1. Логика процесса научного исследования в области рекламы и связей с общественностью.
2. Понятие научной проблемы в области рекламы и связей с общественностью, ее постановка и формулировка.
3. Содержание научной гипотезы, ее выдвижение и обоснование в области рекламы и связей с общественностью.
4. Уровни и методы научного исследования в области рекламы и связей с общественностью.
5. Методы теоретического обобщения эмпирической информации.
6. Структура и основные элементы исследования в области рекламы и связей с общественностью.
7. Методы анализа и обработки результатов исследования в области рекламы и связей с общественностью.

8. Особенности оформления итогов исследовательской работы в области рекламы и связей с общественностью.
9. Особенности апробации итогов научного исследования.
10. Структура и основные элементы научной статьи в области рекламы и связей с общественностью.
11. Этика научного исследования.
12. Проблема плагиата в научных исследованиях.

Распределение самостоятельной работы

Виды, формы и объемы самостоятельной работы студентов при изучении данной дисциплины определяются ее содержанием и отражены в следующей таблице:

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Вид самостоятельной работы	Объем самостоятельной работы	
			очная форма обучения	очно-заочная форма обучения
1.	Понятие и особенности научно-исследовательской деятельности	Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка докладов, написание рефератов	19	25
2.	Методология научного исследования в рекламе и связях с общественностью	Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка докладов, написание рефератов	21	25
3.	Принципы и структурирование научного исследования	Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка докладов, написание рефератов	21	25
4.	Методика оформления результатов научного проекта. Научная этика	Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка докладов, написание рефератов	19	25
ИТОГО:			80	100

8. Перечень вопросов и типовые задания для подготовки к промежуточной аттестации

8.1. Перечень вопросов для подготовки к зачету с оценкой

1. Основные понятия и признаки науки.
2. Сущность научных исследований и основные формы научных исследований.
3. Специфика научной коммуникации.
4. Сущность и назначение функционирования научных школ.
5. Зарождение и развитие науки.
6. Методические основы определения уровня науки в различных странах мира.
7. Организация науки в Российской Федерации.
8. История развития научного познания.
9. Науковедение как система знаний.

10. Классификация наук.
11. Основные черты работника науки.
12. Исследование как форма развития научного знания.
13. Методология как учение о методе.
14. Сущность методологии исследования.
15. Научное изучение как основная форма научной работы.
16. Общая логическая схема хода научного исследования.
17. Методы научного познания: сущность, содержание, основные характеристики.
18. Общая классификация методов научных исследований.
19. Общенаучные методы познания. Анализ и синтез. Абстрагирование и конкретизация. Дедукция и индукция. Методы научной дедукции.
20. Аналогия. Требования к научной аналогии.
21. Моделирование. Исторический и логический методы.
22. Методы эмпирического исследования. Наблюдение. Измерение. Сравнение. Эксперимент.
23. Методы теоретического исследования. Классификация. Обобщение и ограничение. Формализация. Аксиоматический метод.
24. Специальные методы решения задач. Мозговой штурм и его модификации. Синектика. Метод контрольных вопросов.
25. Методы научных исследований в рекламе и связях с общественностью.
26. Особенности описания научного исследования (логичность, абстрактность, точность. Логичность исследования. Абстрактность научного текста. Точность научного текста.
27. Сбор данных и проведение исследований как основа дипломного проектирования.
28. Методы сбора и обработки информации социологического и маркетингового характера.
29. Надежность социологической информации.
30. Специфика эмпирических исследований в Интернете.
31. Онлайн-методы опроса. Офлайн-опросы.
32. Методология получения информации при проведении «Ситуационного анализа».
33. Виды исследований для проведения «Ситуационного анализа».
34. Метод сбора и источники информации.
35. Инструменты анализа и обработки результатов исследования.
36. Методологическая структура научного исследования.
37. Основные структурные компоненты научного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью. Актуальность темы. Объект и предмет исследования. Цель и задачи исследования. Принципы и проблема исследования.
38. Проблематика. Требования к постановке проблем.
39. Проблема новизны научного исследования. Формулировка проблемы исследования.
40. Разработка гипотезы и концепции исследования. Требования к выдвижению гипотез.
41. Выбор методов исследования.
42. Этапы научного исследования.
43. Структура исследования, вариативность его построения.
44. Научные результаты и их обнародование.
45. Схема создания научной публикации.
46. Специфика научного стиля русского литературного языка.
47. Обобщение и оформление выводов научного проекта.
48. Составление и оформление списка использованных источников.

49. Жанры научного стиля: статья, тезисы.
50. Жанры научного стиля: аннотация, рецензия, отзыв.
51. Научная этика: общая характеристика, актуальные проблемы.
52. Основные принципы этики научного сообщества.
53. Нормы научной этики.
54. Нарушения научной этики: особенности, ответственность ученого, последствия.
55. Нормы научной этики при подготовке публикаций.
56. Проблема плагиата в науке.

8.2. Типовые задания для оценки знаний

1. Объект исследования в сфере рекламы и связей с общественностью – это:
 - а) сущность и теоретические основы процессов в массовой коммуникации;
 - б) система взаимоотношений в сфере медиа;
 - в) анализ рекламной и PR-деятельности;
 - г) социально-экономические процессы в рекламной и PR-деятельности.

2. Дедукция в науке – это ...
 - а) вывод по правилам логики; цепь умозаключений (рассуждение), звенья которой (высказывания) связаны отношением логического следования;
 - б) метод научного суждения, в котором умозаключение строится от частного к общему;
 - в) вид доказательства, в классическом понимании определяемый как переход от частного к общему, или от фактов к закону.
 - г) метод познания действительности.

3. Отличительными признаками научного исследования являются:
 - а) целенаправленность;
 - б) поиск нового;
 - в) систематичность;
 - г) строгая доказательность;
 - д) все перечисленные признаки.

4. Основная функция научного метода:
 - а) внутренняя организация и регулирование процесса познания;
 - б) поиск общего у ряда единичных явлений;
 - в) достижение результата.

5. Методика научного исследования представляет собой:
 - а) систему последовательно используемых приемов в соответствии с целью исследования;
 - б) систему и последовательность действий по исследованию явлений и процессов;
 - в) совокупность теоретических принципов и методов исследования реальности;
 - г) способ познания объективного мира при помощи последовательных действий и наблюдений;
 - д) все перечисленные определения.

8.3. Типовые задания для оценки умений

Задание 1.

Ознакомьтесь с темой, целью и задачей научного исследования. Проанализируйте корректность задач в рамках поставленной цели научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью. Ответ аргументируйте.

Тема исследования – «Стратегии применения рекламных приемов конкурентной полемики между брендами»

Цель исследования – на основе анализа зарубежного опыта, выработать рекомендации по совершенствованию стратегии применения рекламных приемов конкурентной полемики между брендами в России.

Задачи исследования:

- рассмотреть научное понятие и содержание термина «бренд»;*
- исследовать понятие, значение стратегий применения рекламных приёмов в конкурентной полемике между брендами;*
- проанализировать современное конкурентное противостояние производителей электроники;*
- выделить особенности конкурентной полемики автоконцернов;*
- определить специфику конкурентной полемики брендов в сфере общественного питания;*
- изучить текущее состояние ведущих брендов России и конкурентной полемики между ними;*
- выделить возможности применения зарубежного опыта применения рекламных приемов конкурентной полемики между брендами.*

Задание 2.

Проведите исследование научной литературы по теме дипломного проекта. Составьте мини-каталог научной литературы по теме исследования.

Задание 3.

Используя знания исследовательского характера в профессиональной деятельности, составьте подробное описание выбранной эмпирической базы научного исследования, ориентируясь на следующие критерии: выборка и ее характер, подход к изучению, специфика изучения, метод изучения, общие методологические основы изучения, критерии изучения.

8.4. Типовые задания для оценки навыков

Задание 1.

Обоснуйте выбор темы собственного научного исследования и аргументируйте ее актуальность. Выявите цель и задачи вашего научного исследования. К каждой задаче составьте краткое описание планируемых результатов вашего научного проекта.

Задание 2.

Разработайте методологические основы изучения выбранной темы научного исследования. Подготовьте методологический доклад с обоснованием выбора методов и методик структурирования научного знания по теме научного исследования студента. Опишите особенности применения различных методов для выполнения конкретной задачи научного исследования.

Задание 3.

Разработайте научный проект, в основу которого положена основная научная проблематика выбранной темы исследования. С учетом специфики изучения в проект включите основные этапы изучения рекламы и связей с общественностью. Проект оформите в двух видах: в форме текста и в форме презентации.

9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

9.1. Основная литература

1. Горовая, В. И. Научно-исследовательская работа : учебное пособие для вузов / В. И. Горовая. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 103 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14688-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544055>

2. Мокий, М. С. Методология научных исследований : учебник для вузов / М. С. Мокий, А. Л. Никифоров, В. С. Мокий ; под редакцией М. С. Мокия. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 259 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18527-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535293>

3. Скибицкий, Э. Г. Научные коммуникации : учебное пособие для вузов / Э. Г. Скибицкий, Е. Т. Китова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 204 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08934-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541387>

9.2. Дополнительная литература

1. Афанасьев, В. В. Методология и методы научного исследования : учебник для вузов / В. В. Афанасьев, О. В. Грибкова, Л. И. Уколова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17663-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539084>

2. Дрещинский, В. А. Методология научных исследований : учебник для вузов / В. А. Дрещинский. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 349 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16977-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539139>

3. Культура речи. Научная речь : учебное пособие для вузов / В. В. Химик [и др.] ; под редакцией В. В. Химики, Л. Б. Волковой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 270 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06603-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537732>

10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины и информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. <http://biblioclub.ru> – ЭБС «Университетская библиотека онлайн»

2. <https://urait.ru> – ЭБС «Образовательная платформа Юрайт»
3. https://elibrary.ru/org_titles.asp?orgsid=14364 – научная электронная библиотека (НЭБ) «eLIBRARY.RU»
4. www.sostav.ru – сайт, посвященный проблемам маркетинга и рекламы, содержит новости маркетинга и содержательный словарь. Включает аналитические и исследовательские материалы.
5. <https://student2.consultant.ru/> – онлайн-версия КонсультантПлюс: Студент информационной справочной системы «КонсультантПлюс»
6. <https://stockup.sitebuilderreport.com/> – фотосток изображений для рекламы
7. <https://unsplash.com/> – фотосток изображений для рекламы

Лицензионное программное обеспечение:

- Windows (зарубежное, возмездное);
- MS Office (зарубежное, возмездное);
- Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое);
- КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое);
- 7-zip – архиватор (зарубежное, свободно распространяемое);
- Comodo Internet Security (зарубежное, свободно распространяемое).

11. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Организация образовательного процесса регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий. Язык обучения (преподавания) — русский.

При формировании своей индивидуальной образовательной траектории обучающийся имеет право на перезачет соответствующих дисциплин и профессиональных модулей, освоенных в процессе предшествующего обучения, который освобождает обучающегося от необходимости их повторного освоения.

Образовательные технологии

Учебный процесс при преподавании курса основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены занятиями семинарского и лекционного типа. Инновационные образовательные технологии используются в виде широкого применения активных и интерактивных форм проведения занятий. Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в информационной образовательной среде.

Занятия лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов учебного плана.

На первой лекции лектор обязан предупредить студентов, применительно к какому базовому учебнику (учебникам, учебным пособиям) будет прочитан курс.

Лекционный курс должен давать наибольший объем информации и обеспечивать более глубокое понимание учебных вопросов при значительно меньшей затрате времени, чем это требуется большинству студентов на самостоятельное изучение материала.

Занятия семинарского типа

Семинарские (практические) занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы.

Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях. В обязанности

преподавателя входят: оказание методической помощи и консультирование студентов по соответствующим темам курса.

Активность на практических занятиях оценивается по следующим критериям:

- ответы на вопросы, предлагаемые преподавателем;
- участие в дискуссиях;
- выполнение проектных и иных заданий;
- ассистирование преподавателю в проведении занятий.

Доклады и оппонирование докладов проверяют степень владения теоретическим материалом, а также корректность и строгость рассуждений.

Оценивание практических заданий входит в накопленную оценку.

Самостоятельная работа обучающихся

Самостоятельная работа студентов – это процесс активного, целенаправленного приобретения студентом новых знаний, умений без непосредственного участия преподавателя, характеризующийся предметной направленностью, эффективным контролем и оценкой результатов деятельности обучающегося.

Цели самостоятельной работы:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную и справочную документацию, специальную литературу;
- развитие познавательных способностей, активности студентов, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, творческой инициативы, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений и академических навыков.
- Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, уровня сложности, конкретной тематики.

Технология организации самостоятельной работы студентов включает использование информационных и материально-технических ресурсов образовательного учреждения.

Перед выполнением обучающимися самостоятельной работы преподаватель может проводить инструктаж по выполнению задания. В инструктаж включается:

- цель и содержание задания;
- сроки выполнения;
- ориентировочный объем работы;
- основные требования к результатам работы и критерии оценки;
- возможные типичные ошибки при выполнении.

Инструктаж проводится преподавателем за счет объема времени, отведенного на изучение дисциплины.

Контроль результатов самостоятельной работы студентов может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Студенты должны подходить к самостоятельной работе как к наиважнейшему средству закрепления и развития теоретических знаний, выработке единства взглядов на отдельные вопросы курса, приобретения определенных навыков и использования профессиональной литературы.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

При самостоятельной проработке курса обучающиеся должны:

- просматривать основные определения и факты;

- повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;
- изучить рекомендованную литературу, составлять тезисы, аннотации и конспекты наиболее важных моментов;
- самостоятельно выполнять задания, аналогичные предлагаемым на занятиях;
- использовать для самопроверки материалы фонда оценочных средств;
- выполнять домашние задания по указанию преподавателя.

Рекомендации по обучению инвалидов и лиц с ОВЗ

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ОВЗ может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах. Предполагаются специальные условия для получения образования инвалидами и лицами с ОВЗ.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. № АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Медиа материалы также следует использовать и адаптировать с учетом индивидуальных особенностей обучения инвалидов и лиц с ОВЗ.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам инвалидов и лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов и лиц с ОВЗ устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для инвалидов и лиц с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью и лицам с ОВЗ увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью и лиц с ОВЗ процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Учебная аудитория, предназначенная для проведения учебных занятий, предусмотренных настоящей рабочей программой дисциплины, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения, в состав которых входят: комплекты специализированной учебной мебели, доска классная, мультимедийный проектор, экран, компьютер с установленным лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся – аудитория, оснащенная следующим оборудованием и техническими средствами: специализированная мебель для преподавателя и обучающихся, доска учебная, мультимедийный проектор, экран, звуковые колонки, компьютер (ноутбук), персональные компьютеры для работы обучающихся с установленным лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду.