Автономная некоммерческая организация
высшего образования

Уральский институт фондового рынка

Кафедра менеджмента и маркетинга

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат 02AA015500B9B277974BD4E8E7991CCA59
Владелец АНО ВО "УИФР"
Действителен с 08.04.2025 по 08.07.2026

ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Рабочая программа дисциплины

для обучающихся по направлению
42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата)
всех направленностей (профилей) программ
по всем формам обучения

Екатеринбург
2025

Психология рекламы и связей с общественностью: Рабочая программа дисциплины. - Екатеринбург: УИФР, 2025. - 25 с.

Рабочая программа как базовый элемент учебно-методического обеспечения по дисциплине составлена на основании ФГОС ВО и учебных планов УИФР по указанным направлениям и профилям подготовки.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры Менеджмента и маркетинга. Протокол заседания № 1 от 28 августа 2025 г.

© Уральский институт фондового рынка, 2025.
Учебное издание
Формат 60Х90/16. Гарнитура TimesNewRoman
Усл. п.л. _____ Изд. № _____ –. Тираж ____ экз.
Заказ № ___
Отпечатано в Уральском институте фондового рынка

СОДЕРЖАНИЕ

Раздел 1. Программно-методические материалы

1.1 Общая характеристика дисциплины

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

1.3 Объем дисциплины и распределение часов по темам

1.4 Тематический план изучения дисциплины

Раздел 2. Самостоятельная работа студентов

2.1 Виды самостоятельной работы студентов и перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

2.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Раздел 3. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Раздел 4. Оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

4.1 Перечень компетенций, оценивание формирования которых предусмотрено в процессе текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине

4.2 Формы и методы проведения текущего контроля освоения дисциплины и указания по их выполнению

4.3 Оценочные средства промежуточной аттестации для оценивания уровня формирования компетенций, соотнесенного с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

4.4 Показатели и критерии оценивания текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

4.5 Процедуры оценивания знаний, умений и навыков

4.6 Особенности проведения текущей и промежуточной аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Раздел 5. Методические рекомендации преподавателям по организации обучения, а также материально-техническая база, необходимая для освоения дисциплины

5.1 Интерактивные и инновационные технологии обучения

5.2 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Лист регистрации изменений в рабочей программе

РАЗДЕЛ 1. ПРОГРАММНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

1.1 Общая характеристика дисциплины

Дисциплина **Психология рекламы и связей с общественностью** включена в основную образовательную программу по указанным направлениям и профилям подготовки (в обязательную часть программы бакалавриата).

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций:

ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ПК-2. Способен организовывать продвижение продукции организации (предприятия), в том числе, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Цель изучения дисциплины и ее соответствие целям образовательной программы: сформировать у студентов систему теоретических знаний и практических компетенций в области психологических механизмов, методов и технологий рекламы и связей с общественностью, обеспечивающую способность к созданию эффективных и этичных коммуникационных продуктов.

Задачи изучения дисциплины:

Раскрыть психологическое содержание, базовые категории и модели коммуникаций в связях с общественностью как сфере профессиональной деятельности.

Сформировать умение анализировать и применять психологическое содержание PR-методов и технологий (фасилитация, медиация, промоушен) для работы с различными группами общественности.

Обеспечить освоение принципов психологического взаимодействия со средствами массовой информации, включая понимание медиапсихологии, медиаиммунитета и медиакомпетентности.

Сформировать компетенции по созданию и управлению имиджем (персональным, корпоративным, политическим) на основе психологических знаний и технологий (например, RACE-модель).

Раскрыть психологические основы рекламной деятельности: исторические подходы, функции, методы исследования и роль психолога в рекламной кампании.

Сформировать навык анализа видов, механизмов и моделей психологического воздействия рекламы (убеждение, внушение, формирование установок) для оценки ее эффективности и манипулятивного потенциала.

Обучить проведению психологической экспертизы рекламных и PR-материалов на основе критериев эффективности воздействия и психологической безопасности для потребителя.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

Результатами обучения по дисциплине, соотнесенными с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций, являются:

Компетенция	Индикатор достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине

ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	**ИДК-ОПК-1.1.** Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	**Знать:** - Теоретические основы: психологические модели восприятия информации (AIDA, DAGMAR и др.), теорию убеждения и воздействия, психографические характеристики целевых аудиторий (ценности, установки, мотивы, стиль жизни). - Специфику знаковых систем: особенности вербальных (русский и иностранный языки) и невербальных (визуальные образы, цвет, шрифты, звук, музыка, композиция) знаковых систем в рекламе и PR. Нормы и стилистику современных медиатекстов. **Уметь:** - Анализировать и сегментировать: проводить психологический анализ целевой аудитории и медиасреды для определения актуальных тем и форматов коммуникации. **Владеть:** - Культурой работы с информацией: Навыками поиска, анализа и верификации информации, необходимой для создания достоверных и качественных медиапродуктов.
	ИДК-ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	**Знать:** - Критерии востребованности: психологические закономерности, определяющие успех медиапродукта у общества и индустрии (виральность, вовлеченность, лояльность, узнаваемость бренда). - Профессиональные стандарты: этические нормы и правовые ограничения в создании коммуникационных продуктов, основы медиапланирования и оценки эффективности. **Уметь:** - создавать текстовые материалы (пресс-релизы, статьи, посты для соцсетей, слоганы) на русском и иностранном языках в соответствии с нормами языка и целями коммуникации. Грамотно использовать визуальный ряд, аудио- и видеоконтент для усиления психологического воздействия. **Владеть:** - Навыками копирайтинга, редактирования, создания презентаций, базовыми навыками работы с графическими редакторами для визуализации идей. Технологиями создания и распространения контента в цифровой среде (SMM, SEO-оптимизация).
ПК-2. Способен организовывать продвижение продукции организации (предприятия), в том чис-	**ИДК-ПК-2.1.** Участвует в разработке комплексной стратегии продвижения продукции (услуг) организации (формировании целей про-	**Знать:** - Критерии востребованности: психологические закономерности, определяющие успех медиапродукта у общества и индустрии (виральность, вовлеченность, лояльность, узнаваемость бренда).

ле, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	движения, выборе оптимальных каналов коммуникации и формировании единого сообщения (key message), планировании бюджета и календарного графика кампании по продвижению), в том числе, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	- Профессиональные стандарты: этические нормы и правовые ограничения в создании коммуникационных продуктов, основы медиапланирования и оценки эффективности. **Уметь:** - создавать концепции медиатекстов и коммуникационных продуктов, которые будут релевантны и привлекательны для целевых групп, исходя из их психологических особенностей. - разрабатывать структуру и компоненты комплексных коммуникационных кампаний (рекламных и PR), прогнозировать их восприятие и оценивать их потенциальную эффективность и востребованность. **Владеть:** - Техниками генерации идей (например, мозговой штурм, ментальные карты) для создания оригинальных и эффективных коммуникационных решений. - Способностью презентовать и аргументировать свои проекты для заказчиков и представителей индустрии, работать с обратной связью.

Текущий контроль по дисциплине обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины. Он осуществляется в процессе проведения занятий. Текущий контроль реализуется в форме контрольной работы, деловых игр, коллоквиумов, семинарских занятий.

Промежуточная аттестация обучающихся по дисциплине обеспечивает оценивание результатов обучения по дисциплине. Промежуточная аттестация реализуется в форме **зачета.**

Результаты освоения дисциплины достигаются за счет использования в процессе обучения активных и интерактивных методов и технологий формирования заданных компетенций у студентов.

Взаимосвязь индикаторов достижения компетенций с оценочными средствами для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

Индикаторы достижения компетенций	**Оценочные средства для текущего контроля**	**Оценочные средства для промежуточной аттестации по уровням результатов освоения дисциплины: знать (З), уметь (У), владеть навыками (Н)**
ИДК-ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Темы 1 – 10 устный опрос, контрольные работы, текущее тестирование, подготовка мультимедиа сообщений / докладов / рефератов / материалов-презентаций и т.п., участие в тематических дискуссиях (круглых столах, пресс-конференциях, дебатах и т.п.), коллоквиум, деловая / ролевая	*Знать:* экзамен / зачет, в том числе, в форме тестирования, собеседования, письменного опроса, выполнения индивидуальных заданий *Уметь:* экзамен / зачет, в том числе, в форме выполнения индивидуальных заданий, анализа профессиональных кейсов *Владеть навыками:* экзамен / зачет, в том числе, в форме анализа профессиональных кейсов, выполнения заданий по проектированию и моделированию различных компонентов профессиональной деятельности

Индикаторы достижения компетенций	Оценочные средства для текущего контроля	Оценочные средства для промежуточной аттестации по уровням результатов освоения дисциплины: знать (З), уметь (У), владеть навыками (Н)
ИДК-ПК-2. Способен организовывать продвижение продукции организации (предприятия), в том числе, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	/ имитационная игра, кейс – задание	

1.3 Объем дисциплины и распределение часов по темам

Объем дисциплины и виды учебной работы

Виды занятий	Форма обучения: очная	Форма обучения: заочная
Общая трудоемкость	72	72
Контактная работа (включая текущий контроль успеваемости):	37	8
- занятия лекционного типа	18	6
- занятия семинарского типа	18	2
- промежуточная аттестация	1	1
Самостоятельная работа (СР)	35	64
Курсовая работа	-	-
Форма промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

Распределение часов дисциплины по темам и видам работ

Очная форма обучения

Наименование разделов и тем	Всего часов	в том числе		
		Лекции	Семинары	СР
Раздел 1. Психологические основы PR	***36***	***10***	***10***	***16***
Тема 1. Основы психологии PR	6	2	2	2
Тема 2. Психологическое содержание PR-методов и PR-технологий	8	2	2	4
Тема 3. Психология PR-взаимодействия со средствами массовой информации	8	2	2	4
Тема 4. Психология эффективного имиджа	8	2	2	4
Тема 5. Психологическая компетентность эффективного PR-специалиста	6	2	2	2
Раздел 2. Психологические основы рекламной деятельности	***35***	***8***	***8***	***19***
Тема 6. Основы психологи рекламы	4	2	2	0

Тема 7. Психологическое воздействие рекламы	8	2	2	4
Тема 8. Когнитивные процессы в рекламе	8	2	2	4
Тема 9. Психология потребительского поведения	8	1	1	6
Тема 10. Психологическая экспертиза рекламы	7	1	1	5
ИТОГО:	***71***	***18***	***18***	***35***

Заочная форма обучения

Наименование разделов и тем	Всего часов	в том числе		
		Лекции	Се-ми-нары	СР
Раздел 1. Психологические основы PR	***36***	***3***	***1***	***32***
Тема 1. Основы психологии PR	6	-	-	6
Тема 2. Психологическое содержание PR-методов и PR-технологий	8	1	1	6
Тема 3. Психология PR-взаимодействия со средствами массовой информации	8	1	-	7
Тема 4. Психология эффективного имиджа	8	1	-	7
Тема 5. Психологическая компетентность эффективного PR-специалиста	6	-	-	6
Раздел 2. Психологические основы рекламной деятельности	***35***	***3***	***1***	***31***
Тема 6. Основы психологи рекламы	4	-	-	4
Тема 7. Психологическое воздействие рекламы	8	1	1	6
Тема 8. Когнитивные процессы в рекламе	8	1	-	7
Тема 9. Психология потребительского поведения	8	-	-	8
Тема 10. Психологическая экспертиза рекламы	7	1	-	6
ИТОГО:	***71***	***6***	***2***	***63***

1.4 Тематический план изучения дисциплины

Раздел 1. Психологические основы PR

Тема 1. Основы психологии PR

Психологическое содержание направлений PR.

Психологическое содержание PR-категорий. Связи с общественностью как сфера деятельности психолога PR как вид маркетинговой коммуникации Вербальные и невербальные коммуникации в PR. Психологический анализ основных моделей PR-коммуникаций.

Одностороннее информирование без обратных связей. Одностороннее информирование через СМИ. «Двусторонняя асимметричная модель». «Двусторонняя симметричная модель».

Коммуникационные барьеры в PR и методы их устранения.

Тема 2. Психологическое содержание PR-методов и PR-технологий

Фасилитация: коммуникационная технология решения проблем в процессе групповой работы. Медиация: PR-технология разрешения конфликтов на конструктивной основе. Промоушен. Психологические методы в PR-деятельности: организационные, эмпирические, методы обработки результатов, интерпретационные.

Работа с основными группами общественности.

Отношения с потребителями. Отношения с сотрудниками организации. Отношения с государством и местной общественностью. Отношения с инвесторами.

Тема 3. Психология PR-взаимодействия со средствами массовой информации

Психологическая характеристики СМИ: цели, задачи, функции, права и обязанности. Психология интереса к продукции СМИ. Психологические характеристики творческих работников СМИ как субъектов PRвзаимодействий. Особенности информационных кампаний в СМИ. Интернет и PR. Медиапсихология.

Психология медиакоммуникативного взаимодействия с массмедиа. Медиаиммунитет и медиакомпетентность

Тема 4. Психология эффективного имиджа

Имидж как особый психический образ. Паблисити и имидж. Репутация и имидж. Бренд и имидж.

Психология персонального имиджа. Психология корпоративного имиджа. Внутренний и внешний имидж организации. Психология политического имиджа. Психология территориального имиджа

Технология формирования имиджа. RACE-модель (исследование, действие, общение, оценка). Этапы работы по проекту связей с общественностью: 1) анализ, исследование и постановка задачи; 2) разработка проекта и его бюджета; 3) осуществление коммуникации через осуществление проекта; 4) исследование результатов, оценка и возможные доработки.

Тема 5. Психологическая компетентность эффективного PR- специалиста

Психологические характеристики эффективного PR- специалиста. Стили PR-управления. PR-управление неформальной коммуникацией. PR «черный», «розовый» и «белый». Методы защиты.

Психологическая компетентность PR-специалиста.

Профилактика профессиональных деформаций личности специалистов в области PR. Сопротивление сознаванию, нарушения восприятия реальности (проекция, ретрофлексия, интроекция, слияние), метапатологии (Е. Пронина). Осознание защитных механизмов как условие психологической безопасности и творческой самореализации специалистов в области массовой коммуникации и PR.

Требования к психологической компетентности и профессиональной этике специалистов PR.

Раздел 2. Психологические основы рекламной деятельности

Тема 6. Основы психологии рекламы

Психология рекламы как отрасль психологии, основные понятия и определения. Психология рекламы как отрасль психологии, основные понятия и определения. Предмет, объект, задачи и проблемы психологии рекламы. Психология рекламы как прикладная дисциплина.

История развития психологии рекламы, основные подходы и направления. Психология рекламы на рубеже XIX-XX столетий. Изучение феномена рекламы в социальной и экономической психологии.

Социально-ориентированный подход в психологии рекламы. Изучение влияния рекламы на "нецелевые группы", на общество, культуру, на социальные нормы и ценности.

Психология рекламной коммуникации.

Психологические методы исследования рекламы.

Функции психолога в обеспечении рекламной кампании.

Тема 7. Психологическое воздействие рекламы

Виды психологического воздействия. Влияние и манипуляция. Реклама как форма манипуляции сознанием. Основные признаки манипулятивного воздействия рекламы. Приемы защиты от манипулятивного воздействия.

Механизмы психологического воздействия рекламы.

Идентификация и эмпатия как механизмы воздействия рекламы. Эмоциональное заражение, подражание, латентное научение.

Формирование установки как основной механизм воздействия рекламы. Использование когнитивного диссонанса как механизма рекламного воздействия.

Внушение и убеждение в рекламе. Факторы эффективного внушения.

Модели влияния рекламы. Информационные модели.

AIDA. ACCA. DIBABA. DAGMAR. Модель одобрения. Определение структуры рекламной коммуникации и ее динамических аспектов. Модели массовой коммуникации. Модель Лассуэлла. Модель Майерса. Модель Лесли и МакКлина. Смешанные модели. Матрица Холланда и Джаниса. Структурно-динамическая модель рекламной коммуникации.

Социально-психологическая модель мнимого коммуникатора. Разработка творческой идеи рекламного сообщения. Матрица Росситера-Перси.

Тема 8. Когнитивные процессы в рекламе

Воздействие рекламы на когнитивную сферу потребителя.

Ощущения в условиях рекламных воздействий.

Восприятие рекламного продукта. Использование закономерностей ощущений и восприятия в рекламе.

Виды ощущений. Феномен синестезии, его использование в рекламе. Свойства и принципы восприятия, их применение в рекламе. Цвет, звук и форма в рекламе. Константность восприятия. Влияние контекста на восприятие рекламы. Перцептивные иллюзии и их использование в рекламе.

Использование закономерностей памяти и внимания в рекламе. Внимание в рекламе. Объем, распределение, переключение, концентрация внимания. Теории внимания. Память в рекламе. Виды памяти и закономерности запоминания рекламной информации.

Мнемотехника в рекламе. Использование закономерностей внимания и памяти для создания скрытой рекламы. Использование закономерностей мышления и воображения в рекламе. Понимание рекламы. Рациональное и иррациональное в рекламе.

Воздействие рекламы на эмоциональную сферу. Виды эмоциональных состояний. Приемы повышения эмоциональности рекламных сообщений. Роль негативных и позитивных эмоций в восприятии рекламного продукта.

Тема 9. Психология потребительского поведения

Психология целевой аудитории. Психологические теории управления поведением. Психология отношения потребителя к рекламе. Механизм и этапы принятия решения о покупке. Типы принятия решений и поведение потребителей.

Мотивация потребительского поведения. Концепция "рекламно-информационного комфорта".

Модель личности потребителя. Виды сегментирования потребителей. Психографический анализ в рекламе.

Типология потребителей по отношению к инновациям: инноваторы, ранние адапторы, раннее меньшинство, позднее большинство, поздние адапторы.

Тема 10. Психологическая экспертиза рекламы

Психологическая экспертиза рекламы с точки зрения эффективности рекламного воздействия.

Критерии эффективности рекламного воздействия.

Соотношение экономической и психологической эффективности рекламы.

Методы анализа эффективности рекламного воздействия. Пятиранговая шкала психологической эффективности рекламы. Шестиранговая шкала психологической эффективности рекламы.

Рекламное сообщение как единство вербальных и невербальных смысловых компонентов (И. Имшинецкая). Вербальные компоненты: имя (фирмы, брэнда, вообще объекта рекламы), слово (строительный материал текста), слоган. Невербальные компоненты: образ (информация, зашифрованная и переданная в изоряде), композиция (соразмещение образа и текста).

Архетипический подход к анализу эффективности рекламного воздействия. Теория архетипов как методология брендинга. Принцип использования стандартного набора архетипов для экспертизы рекламы. «Архетипическое сообщение», «архетипические» сюжеты и «архетипические» роли.

«Архетипические сценарии», «архетипические образыперсонажи» и «архетипические сценарии».

Архетипические элементы в «имиджевой» рекламе.

Психологическая экспертиза рекламы с точки зрения психологической безопасности рекламного воздействия. Понятие психологической безопасности.

Корректность рекламы с точки зрения обеспечения психологической безопасности потребителей рекламы.

Последствия некорректной рекламы.

Психотехническая матрица рекламного воздействия.

Виды психологически опасных манипуляций в рекламе. Вынесение экспертного заключения. Правовое регулирование деятельности психолога в рекламе.

РАЗДЕЛ 2. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

2.1 Виды самостоятельной работы студентов и перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

Виды самостоятельной работы: конспектирование первоисточников и другой учебной и научной литературы; проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе); работа в электронной библиотечной системе; работа с тестами и вопросами для самопроверки; подготовка к зачету или экзамену.

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся: методические указания по самостоятельной работе студентов по данной дисциплине (в библиотеке вуза); учебная и методическая литература в библиотеке и электронной библиотеке вуза; отведенное для самостоятельной работы время занятий в компьютерных классах вуза, включая работу со специализированным программным обеспечением, информационными справочными системами.

Формы самостоятельной работы студентов по темам:

Разделы и темы дисциплины	Виды самостоятельной работы
Тема 1. Основы психологии PR	Проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе) Работа в электронной библиотечной системе Работа с материалами текущего контроля Подготовка к промежуточной аттестации
Тема 2. Психологическое содержание PR-методов и PR-технологий	Проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе) Работа в электронной библиотечной системе Работа с материалами текущего контроля Подготовка к промежуточной аттестации
Тема 3. Психология PR-взаимодействия со средствами массовой информации	Проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе) Работа в электронной библиотечной системе Работа с материалами текущего контроля Подготовка к промежуточной аттестации
Тема 4. Психология эффективного имиджа	Проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе) Работа в электронной библиотечной системе Работа с материалами текущего контроля Подготовка к промежуточной аттестации
Тема 5. Психологическая компетентность эффективного PR-специалиста	Проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе) Работа в электронной библиотечной системе Работа с материалами текущего контроля Подготовка к промежуточной аттестации
Тема 6. Основы психологии рекламы	Проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе) Работа в электронной библиотечной системе

	Работа с материалами текущего контроля Подготовка к промежуточной аттестации
Тема 7. Психологическое воздействие рекламы	Проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе) Работа в электронной библиотечной системе Работа с материалами текущего контроля Подготовка к промежуточной аттестации
Тема 8. Когнитивные процессы в рекламе	Проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе) Работа в электронной библиотечной системе Работа с материалами текущего контроля Подготовка к промежуточной аттестации
Тема 9. Психология потребительского поведения	Проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе) Работа в электронной библиотечной системе Работа с материалами текущего контроля Подготовка к промежуточной аттестации
Тема 10. Психологическая экспертиза рекламы	Проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе) Работа в электронной библиотечной системе Работа с материалами текущего контроля Подготовка к промежуточной аттестации

2.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная работа студентов развивает самостоятельность мышления, способствует формированию научных интересов, приобретению навыков самостоятельной работы с литературой, приобщает к научно-исследовательской деятельности, помогает освоить практику написания научных трудов, технику научной работы, работы со специализированным программным обеспечением, приемы оформления текста рукописи и т. д.

Занятия семинарского типа в значительной степени ориентируются на применение полученных во время лекции знаний, на отработку и систематизацию предметных и общеучебных способов деятельности (умений), способов оптимального поиска и переработки информации. Самостоятельные работы студентов с использованием опорных методических материалов (методические рекомендации, методические указания, тетради на печатной основе, инструкции, алгоритмические предписания в содержании информационных технологий и др.) задают ориентировочную основу учебной деятельности, позволяют оперативно корректировать их работу, оказывать индивидуальную помощь и поддержку, совершенствовать ее качество. Все это в конечном итоге позволяет на основе оперативной обратной связи повысить управляемость учебным процессом.

Подготовку к каждому занятию семинарского типа каждый студент должен начать с ознакомления с планом занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений студенту необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изуче-

ния курса. Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура занятия семинарского типа

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы занятие может состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме – дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть – обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний студентов. Примерная продолжительность — до 15 минут.

Вторая часть — выступление студентов с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов занятия. Обязательный элемент доклада – представление и анализ статистических данных, обоснование социальных последствий любого экономического факта, явления или процесса.

Примерная продолжительность — 20 - 25 минут.

После докладов следует их обсуждение – дискуссия. В ходе этого этапа занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам.

Примерная продолжительность – до 15 - 20 минут.

Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а замет идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на занятии семинарского типа преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно).

Примерная продолжительность – 15 - 20 минут.

Занятие семинарского типа заканчивается подведением итогов. Студентам должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования.

Примерная продолжительность — 5 минут.

Практические советы по подготовке презентации, доклада

– готовьте отдельно: печатный текст + слайды + раздаточный материал
– слайды – визуальная подача информации, которая должна содержать минимум текста, максимум изображений, несущих смысловую нагрузку, выглядеть наглядно и просто;
– текстовое содержание презентации – устная речь или чтение, которая должна включать аргументы, факты, доказательства и эмоции;
– рекомендуемое число слайдов 17 - 22;
– обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего; план сообщения; краткие выводы из всего сказанного; список использованных источников;

– раздаточный материал – должен обеспечивать ту же глубину и охват, что и живое выступление: люди больше доверяют тому, что они могут унести с собой, чем исчезающим изображениям, слова и слайды забываются, а раздаточный материал остается постоянным осязаемым напоминанием; раздаточный материал важно раздавать в конце презентации; раздаточный материалы должны отличаться от слайдов, должны быть более информативными.

Доклад, согласно толковому словарю русского языка Д.Н. Ушакова: «… сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию».

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям вуза и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом-презентацией включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключение, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчики должны знать и уметь:

– сообщать новую информацию; использовать технические средства;

– хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия; дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы;

– четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);

– иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

Структура выступления

Вступление помогает обеспечить успех выступления по любой тематике. Вступление должно содержать: название, сообщение основной идеи, современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов, живую интересную форму изложения, акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов.

Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

Виды самостоятельной работы студентов, обеспечивающие реализацию цели и решение задач данной дисциплины:

– подготовка к семинарским занятиям;

– изучение тем в рамках самостоятельной работы;

– выполнение контрольных и творческих заданий;

– подготовка и сдача зачета (и/или экзамена).

Самостоятельная работа студентов должна способствовать более глубокому усвоению изучаемой дисциплины, формировать навыки исследовательской работы и ориентировать студентов на приобретение навыков применения теоретических знаний на практике.

Структура самостоятельной работы включает три основных этапа: подготовительный или ориентировочный, исполнительный и контрольно-диагностический. В рамках указанных этапов последовательно выполняются следующие учебные действия: анализ учебного задания и сроков его выполнения, поиск способов и средств его выполнения; планирование хода выполнения задания и прогнозирование возможных затруднений, проверка, оценка и самооценка полученных результатов. Структуру самостоятельной работы студенты не только должны знать, но и применять эти знания в своей деятельности.

Процесс изучения учебного предмета можно рассматривать как последовательное погружение студента в содержание изучаемого материала под "весом" собственных знаний. Однако в нем выделяются три этапа, качественно различных по своим задачам и видам выполняемых действий.

1-вый этап Рассмотрение выделенных компонентов текста учебной литературы. Задача: понять все, что бросается в глаза и легко запоминается, и разделить текст на интересное, главное и второстепенное.

На этом этапе не требуется прилагать усилия для заучивания чего-либо. Обозревается весь учебный предмет, но пропускаются не только подробности, а даже большая часть текста. Процесс изучения начинается ознакомлением со структурой учебного материала. Она анализируется на протяжении этапа все подробнее и подробнее вплоть до первого продумывания категориального аппарата.

Перелистывать материал нужно внимательно, не пропуская страниц. Полезно задерживаться на интересном, но не останавливаться надолго, не прилагать ощутимых усилий для запоминания, увиденного и прочитанного, но пытаться сопоставить его с тем, что уже знакомо, и понять его смысл. Если не получилось, то, не задерживаясь, нужно идти дальше. После того как выписаны термины и определения, следует пролистать учебник еще раз и прочесть вслух, четко произнося слова, все термины и их определения. Это поможет научиться правильно произносить новые слова.

2-й этап. Беглое чтение всего учебного материала. Задача: понять все что можно понять, не углубляясь в тщательный разбор, основное внимание уделяя теоретической части материала.

На этом этапе выполняется, беглое сквозное чтение всей теоретической части учебного материала, чтобы выявить и понять основные категории, взаимосвязи между ними. Для выполнения поставленной задачи студентам рекомендуется:

Бегло два раза прочесть всю теоретическую часть. При этом читать только основной текст, при чтении нигде не задерживаться, непонятные места пропускать, не прилагать усилия для запоминания прочитанного, стараться следить только за основным смыслом, содержанием текста. Быстро прочтя все от начала до конца, студент не успеет забыть то, что было вначале, и представит себе общую картину.

После этого студент вдумчиво должен прочесть, еще один раз, отмечая на полях непонятные места трех степеней сложности.

К первой степени сложности относят материал, который можно понять при самостоятельном разборе, так как имеется достаточно информации в той же главе. Вторую степень сложности представляет материал, который тоже можно понять самостоятельно, но для этого нужно обращаться и к другим главам учебника. К третьей степени сложности относится материал, заставляющий студента обратиться к другому источнику или к преподавателю, поскольку информации, найденной в учебнике, ему оказалось мало.

3-тий этап. Медленное чтение и разбор неясных вопросов. Задача: разобраться в сложном, материале, обратить внимание на взаимосвязи между понятиями. При этом выполняются следующие действия:

Медленное чтение всего учебника и разбор непонятных вопросов первой степени сложности. При необходимости пользоваться карандашом и бумагой. Читать все, ничего не пропуская.

Медленное чтение всего учебника и разбор непонятных вопросов второй степени сложности.

Для нахождения ответов на непонятные вопросы третьей степени сложности обратиться к дополнительной литературе или к преподавателю.

Самостоятельная работа на лекции

Слушание и запись лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим студентом.

Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Лучше если они будут собственными, чтобы не приходилось просить их у однокурсников и тем самым не отвлекать их во время лекции.

Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями.

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

Карпова, Г. Г. Реклама и связи с общественностью: учебно-методическое пособие / Г. Г. Карпова, Г. Р. Шамьенова, А. Ю. Егорова. — Саратов: Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2016. — 308 с. — ISBN 978-5-7433-3018-8. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/80116.html (дата обращения: 24.09.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/80116

Дополнительная литература

Связи с общественностью и реклама. Часть 2. Связи с общественностью: учебно-методический комплекс по специальности 071201 «Библиотечно-информационная деятельность», квалификация «библиотекарь – библиограф, преподаватель», «референт-аналитик информационных ресурсов» / составители О. Н. Морева. — Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2013. — 63 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/29702.html (дата обращения: 24.09.2025). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

Периодические издания

1. Журнал «Реклама. Теория и практика». http://www.grebennikoff.ru/product/8/
2. Журнал «PressFeed». https://news.pressfeed.ru/
3. Журнал «Редактор». https://www.editor.ru/podcast/
4. Интернет-журнал «DNative. Блог про SMM, подкасты, соцсети и маркетинг». https://dnative.ru/
5. Электронный научный журнал «Медиаскоп». http://www.mediascope.ru/

Основной перечень специализированных ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

URL: http://www.advertology.ru
URL: http://www.advi.ru
URL: http://www.triz-ri.ru
URL: http://www.vaal.ru
URL:http://www.pressclub.host.ru/PR_Lib/PR_Rabots.shtml
URL:http://www.pronline.ru
URL:http://www.sovetnik.ru
URL:http://www.rupr.ru
URL:http://www.nikkolom.ru
URL:http://www.image-contact.ru
URL:http://www.fep.ru
URL:http://www.imageland.ru
URL:http://www.rim.ru

Лицензионные ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины

Электронно-библиотечная система: по паролю. URL: http://www.iprbookshop.ru/ Предусмотрен режим для слабовидящих.

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы (информационные технологии), используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

– Microsoft Windows (лицензионное).

– Офисный пакет программ MicrosoftOffice, включающий текстовый редактор MicrosoftWord, электронную таблицу MicrosoftExcel, программу для подготовки презентаций MicrosoftPowerPoint, браузер InternetExplorer (лицензионное).

– Программный продукт 1С: Предприятие (лицензионное, отечественное производство)

– Информационная справочная система и база данных «Консультант+» http://www.consultant.ru/ (доступ по паролю) (лицензионное, отечественное производство)

– Студенческий информационно-справочный портал "Гарант-Образование" https://edu.garant.ru/ (свободно распространяемое, отечественное производство);

– Научная электронная библиотека – база данных eLIBRARY.RU https://elibrary.ru/defaultx.asp (доступ свободный, отечественное производство);

– Scopus – единая база данных рецензируемой научной литературы. www.scopus.com (доступ свободный);

– Открытые базы данных Минфина России https://www.minfin.ru/ru/opendata/ (свободно распространяемое).

Особенности учебно-методического обеспечения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Студенты с ограниченными возможностями здоровья, в отличие от остальных студентов, имеют свои специфические особенности восприятия, переработки материала. Подбор и разработка учебных материалов для таких студентов производится с учетом того, чтобы предоставлять этот материал в различных формах так, чтобы инвалиды с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально. Предусмотрено в случае необходимости создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей, альтернативную версию медиаконтентов, предусмотрена возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотрена доступность управления контентом с клавиатуры.

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

4.1 Перечень компетенций, оценивание формирования которых предусмотрено в процессе текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине

ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ПК-2. Способен организовывать продвижение продукции организации (предприятия), в том числе, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

4.2 Формы и методы проведения текущего контроля освоения дисциплины и указания по их выполнению

Указания по выполнению контрольной работы

Контрольная работа по дисциплине выполняется в форме реферата по выбранной теме. Реферат должен соответствовать принятым в институте «Требованиям к оформлению письменных работ», в том числе требованиям к оригинальности таких работ.

Реферат – это вид учебно-исследовательской работы, выполненной на актуальную тему социологии в рамках профильной проблематики, отражающей основные направления исследования по данной дисциплине. В процессе работы над содержанием реферата должно быть осуществлено следующее – выбраны и проанализированы основные методологические подходы, теории и концепции по теме.

Рекомендуемый алгоритм подготовки реферата:

1. Определить научные подходы, теории, концепции, в рамках которых наиболее логично рассмотреть сущность темы и ее основных категорий;
2. Осуществить выбор литературы (зарубежной и отечественной), основываясь на которой можно раскрыть тему по заранее определенной логике ее представления;
3. Подготовить структуру (план реферата), разворачивание которой отражало бы как основные позиции в рамках различных управленческих дискурсов, так и анализ современных практик по выбранной теме реферата;
4. Разработать структуру реферата, которая включает основные составные части: введение, основная часть, заключение, список использованной литературы и источников, ссылки при цитировании обязательны;
5. Подготовить введение, которое включает краткое обоснование актуальности темы реферата, которое отражает то или иное направление научных исследований в рамках темы;
6. Подготовить основную часть, которая включает:

– описание значимых для темы научных теорий, взглядов, подходов, в рамках которых необходимо рассматривать тему; анализ базовых категорий;

– специфику становления, формирования, развития тех или иных управленческих процессов с точки зрения темы;

– анализ современного состояния, включая проблемы функционирования тех или иных аспектов управленческих практик;

– анализ основных этапов и закономерностей исторического развития общества должен быть проведен через призму патриотизма и гражданской ответственности

7. Подготовить заключение, которое включает резюмирование результатов работы в рамках темы реферата: краткое заключение об актуальности темы и изложение основных результатов, которые получены в процессе ее изучения;

8. Обучающийся может получить консультации у преподавателя в связи с согласованием структуры реферата или методологических аспектов раскрытия выбранной темы.

Критерии оценивания реферата

– Степень раскрытия сущности вопроса: а) соответствие плана теме реферата; б) соответствие содержания теме и плану реферата; в) полнота и глубина знаний по теме; г) обоснованность способов и методов работы с материалом; е) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме).

– Обоснованность выбора источников: а) оценка использованной литературы: привлечены ли известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние статистические данные, сводки, справки и т.д.).

– Соблюдение требований к оформлению: а) насколько верно оформлены ссылки на используемую литературу, список литературы; б) оценка грамотности и культуры изложения (в т.ч. орфографической, пунктуационной, стилистической культуры), владение терминологией; в) соблюдение требований к объёму реферата.

Оценка «отлично» ставится, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка «хорошо» – основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

Оценка «удовлетворительно» – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.

Оценка «неудовлетворительно» – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Работа на семинарских занятиях.

Семинарское занятие - это организационная форма обучения, регламентированная по времени и составу, целью которой является закрепление полученных на лекции, усвоенных в ходе самостоятельной работы знаний и умений. Основной задачей семинарских занятий является выработка у студентов умения выполнять различные практические работы (работать с учебником, первоисточниками, реферировать литературу, составлять тезисы). Подготовка к занятиям по первоисточникам, выступление с сообщениями расширяют знания студентов по курсу.

В процессе подготовки к семинарскому занятию, и в ходе его проведения, студент отвечает на вопросы преподавателя по основным положениям темы, выполняет самостоятельную работу по поиску соответствующей информации по проблемам, активно участвует в обсуждении и решении отдельных ключевых проблем, выступает с аргументами по их логическому решению, используя новые способы их доказательства.

Текущий контроль на семинарском занятии предполагает оценку результатов самостоятельной работы, умения работать с первоисточником, составлять конспект; степень овладения навыками самостоятельного выступления с устным сообщением, ведения дискуссии и умения слушать партнера.

Формы текущего контроля успеваемости на семинарском занятии:

1. Выступление на семинаре, освещение одного из вопросов, заданных на предыдущем занятии и подготовленных на основании указанной преподавателем литературы.
2. Выполнение дополнительных заданий преподавателя (решение задач повышенной сложности, предлагаемых по усмотрению преподавателя).

4.3 Оценочные средства промежуточной аттестации для оценивания уровня формирования компетенций, соотнесенного с планируемыми результатами обучения по дисциплине

Оценочные средства промежуточной аттестации для оценивания уровня формирования компетенций, соотнесенного с планируемыми результатами обучения по дисциплине, в том числе в форме тестирования приведены в фондах оценочных средств по дисциплине

4.4 Показатели и критерии оценивания текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Текущий контроль по дисциплине обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины. Эта оценка должна учитывать результаты выполнения контрольной работы.

Критерии оценивания результатов освоения дисциплины в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации.

Система критериев оценивания, принятая в УИФР, опирается на три уровня освоения компонентов компетенций: пороговый, повышенный, продвинутый.

Компоненты компетенций	Признаки уровня освоения компонентов компетенций		
	пороговый	повышенный	продвинутый
Знания	Студент демонстрирует знание-знакомство, знание-копию: узнает объекты, явления и понятия, находит в них различия, проявляет знание источников получения информации, может осуществлять самостоятельно репродуктивные действия над знаниями путем самостоятельного воспроизведения и применения информации.	Студент демонстрирует аналитические знания: уверенно воспроизводит и понимает полученные знания, относит их к той или иной классификационной группе, самостоятельно систематизирует их, устанавливает взаимосвязи между ними, продуктивно применяет в знакомых ситуациях.	Студент может самостоятельно извлекать новые знания из окружающего мира, творчески их использовать для принятия решений в новых и нестандартных ситуациях.
Умения	Студент умеет корректно выполнять предписанные действия по инструкции, алгоритму в известной ситуации, самостоятельно	Студент умеет самостоятельно выполнять действия (приемы, операции) по решению нестандартных задач,	Студент умеет самостоятельно выполнять действия, связанные с решением ис-

	выполняет действия по решению типовых задач, требующих выбора из числа известных методов, в предсказуемо изменяющейся ситуации	требующих выбора на основе комбинации известных методов, в непредсказуемо изменяющейся ситуации	следовательских задач, демонстрирует творческое использование умений (технологий)
Навыки	Студент демонстрирует готовность к решению ограниченного количества нетипичных задач при условии оказания ему методической помощи (например, постановка уточняющих вопросов), а также не готов решать практические задачи повышенной сложности и принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.	Студент демонстрирует готовность к самостоятельному решению ограниченного количества нетипичных задач, но испытывает трудности при решении практических задач повышенной сложности, позволяющих принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.	Студент готов решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.

При проведении текущей и промежуточной аттестации по дисциплине в рамках традиционной шкалы оценивания применяются следующие критерии:

Цифровое выражение	Словесное выражение	Описание
5	Отлично (зачтено)	всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, усвоивший основную литературу и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой
4	Хорошо (зачтено)	полное знание учебного материала, успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания, усвоил основную литературу, рекомендованную в программе, способен к самостоятельному пополнению и обновлению знаний и умений в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности
3	Удовлетворительно (зачтено)	знания основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, выполняет практические задания, предусмотренные программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой, но допускает погрешности в ответе и при выполнении заданий, обладая при этом необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя
2	Неудовле-	пробелы в знаниях основного учебно-программного материала,

	творительно (не зачтено)	допущение студентом принципиальных ошибок в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка "неудовлетворительно" ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

4.5 Процедуры оценивания знаний, умений и навыков

Процедуры оценивания знаний, умений и навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, представлены в методических материалах вуза «Положение об организации, формах и методах оценки качества освоения основной образовательной программы».

4.6 Особенности проведения текущей и промежуточной аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации указанных обучающихся создаются фонды оценочных средств, адаптированные для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе. Такие оценочные средства создаются по мере необходимости с учетом различных нозологий. При проведении текущей и промежуточной аттестации для указанных лиц предусмотрено включение в учебный процесс различных посредников, включая тьюторов и уполномоченных по делам инвалидов.

Форма проведения текущей аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости таким студентам обеспечиваются соответствующие условия проведения занятий и аттестации, в том числе предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

РАЗДЕЛ 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИПРЕПОДАВАТЕЛЯМ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ, А ТАКЖЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Интерактивные и инновационные технологии обучения

При проведении учебных занятий преподаватели обеспечивают развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей).

Выбор методов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья определяется содержанием обучения, уровнем профессиональной подготовки педагогов, методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе рекомендуется использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

5.2 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещение для самостоятельной работы, оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС организации.

Помещения должны быть укомплектованы специализированной мебелью (учебные столы и стулья) и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (учебная доска, компьютер, видеопроектор). Компьютерный класс с установленным программным обеспечением.

Состав помещений, оборудования и технических средств обучения, необходимых для реализации дисциплины

№	Наименование помещения	Оборудование и технические средства обучения помещения
1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебные столы и стулья; Учебная доска; Компьютер демонстрационный с монитором; Проектор демонстрационный (мультимедийный); Экран проекционный; Звукоусиливающее оборудование.
2	Компьютерный класс	Компьютерные столы и стулья; Компьютер демонстрационный с монитором; Компьютеры с мониторами; Звукоусиливающее оборудование,

		Наушники индивидуальные.
3	Помещение для самостоятельной работы	Учебные столы и стулья; Компьютеры с монитором с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду института; Проектор демонстрационный; Экран проекционный; Звукоусиливающее оборудование.

Особенности материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса с участием лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов различной нозологии, предусматриваются и реализуются по мере необходимости. Критерии и порядок создания таких условий указаны в Положении об организации образовательного процесса по образовательным программам для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в Уральском институте фондового рынка.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ В РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ

Номер протокола и дата заседания кафедры	Изменения
№ 1 от 25.08.2025	Утверждение рабочей программы в связи с введением ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью