

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Ульяновский государственный педагогический университет  
имени И.Н. Ульянова»  
(ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И.Н. Ульянова»)

Историко-филологический факультет  
Кафедра русского языка, литературы и журналистики

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебно-методической  
работе

И.О. Петрищев  
« 30 » августа 2017 г.

## **ОСНОВЫ РЕКЛАМЫ И ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ**

Программа учебной дисциплины вариативной части

для направления подготовки  
44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)  
направленность (профиль) образовательной программы  
Русский язык. Литература

(очная форма обучения)

Составитель: Бражкина Н.А., к.п.н, доцент  
кафедры русского языка, литературы и  
журналистики

Рассмотрено и утверждено на заседании ученого совета историко-филологического факультета, протокол от «28» августа 2017 г. № 9

Ульяновск, 2017

## 1. Наименование дисциплины

Дисциплина «Основы рекламы и паблик рилейшнз» включена в вариативную часть Блока 1 Дисциплины (модули) основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки), направленность (профиль) образовательной программы «Русский язык. Литература», очной формы обучения.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Цель освоения дисциплины «Основы рекламы и паблик рилейшнз» – ознакомить с основами рекламы и паблик рилейшнз.

В результате освоения программы бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине «Основы рекламы и паблик рилейшнз»:

Этап формирования	теоретический	модельный	практический
Компетенции	знает	умеет	владеет
способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-4)	<p>ОР-1 базовые правила грамматики; продуктивный лексический запас в рамках тематики курса;</p> <p>ОР-2 языковые средства (лексические, грамматические, фонетические), на основе которых совершенствуются базовые умения говорения, аудирования, чтения и письма.</p> <p>ОР-3 требования к речевому и языковому оформлению устных и письменных текстов с учетом специфики профессиональной культуры;</p>	<p>ОР-4 отойти от подготовленного текста выступления и развивать интересные точки зрения, высказанные кем-то из слушателей, демонстрируя логичность в построении высказываний и легкость в формулировании мыслей, понимать простые повседневные выражения, направленные на удовлетворение простых информативных потребностей; понимать короткие простые тексты, содержащие фактическую информацию и написанные повседневным или профессионально-ориентированным языком,</p> <p>ОР-5 писать четкие, хорошо структурированные тексты по сложной тематике, подчеркивая</p>	<p>ОР-7 навыками обнаружения лексико-грамматических, орфографических и пунктуационных ошибок в текстах (рукописных и печатных), стратегиями обмена информацией в ходе официального обсуждения проблемы, связанной с профессиональной деятельностью, если говорят медленно и четко; способностью излагать и запрашивать в устном и письменном виде простую, необходимую информацию.</p> <p>ОР-8- стратегиями обмена</p>

		<p>важные, остро стоящие вопросы, расширяя и подкрепляя точку зрения при помощи довольно развернутых дополнительных рассуждений, доводов и подходящих примеров и завершая повествование выводами, дать оценку различным идеям и вариантам решения проблем как в устной, так и письменной форме, соблюдая языковой стиль, соответствующий предполагаемому адресату</p> <p>самостоятельно извлекать информацию из прочитанного, меняя вид и скорость чтения, в зависимости от типа текста и целей и избирательно используя необходимые справочные материалы.</p> <p style="text-align: center;">ОР-6</p> <p>принять активное участие в обсуждениях на профессиональную тему, без усилий самостоятельно понимая собеседника, хотя иногда уточняя отдельные детали;</p> <p>понимать и извлекать информацию из всех форм письменной речи, включая сложные в структурном отношении нехудожественные тексты, относящиеся к сфере профессиональных интересов при условии, что имеет возможность перечитать сложные отрезки;</p> <p>уверенно и ясно изложить сложную тему аудитории, строя речь</p>	<p>информацией на повседневные и другие темы из области профессиональных интересов, уверенно подтверждая собранную фактическую информацию по типичным вопросам в рамках своей профессиональной деятельности; способностью передавать информацию в устной и письменной формах по конкретной тематике, четко и правильно объясняя суть проблемы.</p> <p style="text-align: center;">ОР-9</p> <p>стратегиями обмена информацией на повседневные и другие темы из области профессиональных интересов, останавливаясь на причинах и следствиях и взвешивая положительные и отрицательные стороны различных подходов; способностью передавать информацию в устной и письменной формах как по конкретной, так и по абстрактной</p>
--	--	--	---

		<p>таким образом и упрощая ее настолько, насколько этого требует аудитория, писать сложные доклады, статьи и эссе с аргументацией или критической оценкой проектов или литературных произведений, делать публичные неподготовленные сообщения, говоря бегло и соблюдая логику изложения мыслей, пользуясь ударением и интонацией для более точной передачи смысла</p>	<p>тематике, ясно и четко выражая мысль, успешно приспособившись к адресату сообщения.</p>
<p>способность самоорганизации и самообразованию (ОК-6)</p>	<p>ОР-10 содержание процессов самоорганизации и самообразования, их особенности (допускает существенные ошибки при раскрытии содержания и особенностей процессов самоорганизации и самообразования).</p> <p>ОР-11 содержание процессов самоорганизации и самообразования, их особенности и технологий реализации, исходя из целей совершенствования профессиональной деятельности (демонстрирует знание содержания и особенностей процессов самоорганизации и самообразования,</p>	<p>ОР-13 планировать цели и устанавливать приоритеты при осуществлении деятельности; строить процесс овладения информацией, отобранной и структурированной для выполнения профессиональной деятельности (допускает ошибки; испытывает трудности при планировании и установлении приоритетов).</p> <p>ОР-14 планировать цели и устанавливать приоритеты при осуществлении деятельности; самостоятельно строить процесс овладения информацией, отобранной и структурированной для выполнения профессиональной деятельности (может затрудниться при обосновании выбранных</p>	<p>ОР-16 технологиями организации процесса самообразования и самоорганизации (владеет отдельными приемами самообразования и саморегуляции, допускает ошибки при их реализации).</p> <p>ОР-17 технологиями организации процесса самообразования и самоорганизации.</p> <p>ОР-18 технологиями организации процесса самообразования и самоорганизации; приемами целеполагания во временной перспективе,</p>

	<p>но дает неполное обоснование соответствия выбранных технологий реализации процессов целям профессионального роста).</p> <p>ОР-12 содержание процессов самоорганизации и самообразования, их особенности и технологий реализации, исходя из целей совершенствования профессиональной деятельности.</p>	<p>целей и приоритетов).</p> <p>ОР-15 планировать цели и устанавливать приоритеты при осуществлении деятельности; самостоятельно строить процесс овладения информацией, отобранной и структурированной для выполнения профессиональной деятельности.</p>	<p>способами планирования, организации, самоконтроля и самооценки деятельности.</p>
<p>готовность к взаимодействию участниками образовательного процесса (ПК-6)</p>	<p>ОР-19 основные представления о принципах взаимодействия с участниками образовательного процесса, сущность педагогического общения; основы организации работы в коллективе;</p> <p>ОР-20 основные методы оптимизации взаимодействия с участниками образовательного процесса, основы организации работы в коллективе;</p> <p>ОР-21 все необходимые сведения в области педагогики, психологии,</p>	<p>ОР-22 оценивать различные элементы образовательного процесса с позиций оптимальности взаимодействия с участниками данного процесса, вести диалог и добиваться успеха в процессе коммуникации;</p> <p>ОР-23 самостоятельно составлять учебные программы с учетом оптимизации процесса взаимодействия с участниками образовательного процесса, осуществлять диалог и добиваться успеха в процессе коммуникации;</p> <p>ОР-24 планировать и осуществлять образовательный процесс с учетом взаимодействия с</p>	<p>ОР-25 базовыми представлениями о принципах взаимодействия с участниками образовательного процесса; в целом коммуникативными навыками, способами установления контактов и поддержания взаимодействия;</p> <p>ОР-26 практическими навыками взаимодействия с участниками образовательного процесса;</p> <p>ОР-27 всем необходимым профессиональным инструментарием, позволяющим</p>

	социологии и других дисциплин, необходимые для решения задачи оптимального взаимодействия с другими участниками образовательного процесса (в рамках как изученных лекционных курсов, так и изученной самостоятельно дополнительной литературы);	другими участниками данного процесса;	грамотно решать задачу взаимодействия с участниками образовательного процесса.
--	---	---------------------------------------	--

### 3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Основы рекламы и паблик рилейшнз» является дисциплиной по выбору вариативной части Блока 1 Дисциплины (модули) основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки), направленность (профиль) образовательной программы «Русский язык. Литература», очной формы обучения (Б1.В.ДВ.5.1 Основы рекламы и паблик рилейшнз).

Дисциплина опирается на результаты обучения, сформированные в рамках следующих дисциплин: **1 курс** – Б1.Б.4 Русский язык и культура речи, Б1.Б.10 Психология, **2 курс** – Б1.Б.10 Психология, Б1.Б.14 Социология Б1.В.ДВ.5.1 Межкультурные коммуникации; **3 курс** – Б1.Б.10 Психология, Б1.В.ДВ.30.2 Основы творческой деятельности; **4 курс** – Б1.В.ОД.10 Стилистика. Результаты изучения дисциплины «Основы рекламы и паблик рилейшнз» являются теоретической и методологической основой для изучения дисциплин: **5 курс** – Б1.В.ДВ.5.1 Средства массовой информации и языковая коммуникация.

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

Номер семестра	Учебные занятия							Форма итоговой аттестации
	Всего		Лекционные занятия, час	Практические занятия, час	Самостоятельная работа, час	контрольные работы (кол-во)	Контроль	
	Трудоемкость							
	Зач. ед.	Часы						
10	1	36	6	10	20			Зачёт
Итого	1	36	6	10	20			Зачёт

**5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

**5.1. Указание тем (разделов) и отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий, оформленных в виде таблицы:**

Наименование раздела и тем	Количество часов по формам организации обучения			
	Лекц. занятия	Лаб. занятия	Практ. занятия	Самост. работа
<b>10 семестр</b>				
Тема 1. Введение в раздел «Основы рекламы». Краткий экскурс в историю рекламы.	2			2
Тема 2. Реклама в системе массовых коммуникаций.			2	2
Тема 3. Проблемы психологии рекламы.				2
Тема 4. Рекламный текст как коммуникативный и семиотический феномен.			2	2
Тема 5. Основы рекламного менеджмента.	2			2
Тема 6. Введение в раздел «Основы паблик рилейшнз». Краткий экскурс в историю паблик рилейшнз.	2			2
Тема 7. Паблик Рилейшнз в системе массовых коммуникаций.			2	2
Тема 8. Управление информацией и конструирование новости в паблик рилейшнз.			2	2
Тема 9. Методы и формы работы паблик рилейшнз.			2	2
Тема 10. Институты паблик рилейшнз.				2
Тема 11. Правовое и этическое регулирование рекламы и паблик рилейшнз.				2
<b>ИТОГО в 10 семестре:</b>	<b>6</b>		<b>10</b>	<b>20</b>

**5.2. Краткое описание содержания тем (разделов) дисциплины**

**Тема 1. Введение в раздел «Основы рекламы». Краткий экскурс в историю рекламы.**

Понятие и основные функции рекламы. Культурологическая и маркетинговая концепции рекламной деятельности.

Истоки рекламной коммуникации. Разновидности проторекламы. Реклама в античном обществе.

Становление и развитие рекламного дела в Средневековье в Западной Европе.

Реклама Нового времени в Западной Европе и Северной Америке. Эпоха перелома в рекламной коммуникации. Западноевропейская реклама XIX – начала XX века. Развитие рекламы в США в XIX – начале XX века.

Реклама Новейшего времени. Особенности подхода к рекламе в разных странах. Национальная специфика американской, английской, французской, немецкой и японской рекламы. Особенности развития современной рекламы.

Российская протореклама и ее разновидности. Ведущие жанры отечественной рекламы – от устных традиций и лубка к печатной рекламе. Новые виды и качества рекламы в России конца 19 – начала 20 века. Советская реклама и её особенности. Современная

реклама в России.

## **Тема 2. Реклама в системе массовых коммуникаций.**

Социальные сферы рекламной деятельности. Целевая аудитория рекламы, ее социальные, демографические и возрастные характеристики. Специфика массовой и специализированной целевой аудитории.

Возможные подходы к типологии рекламы. Виды рекламы.

Социальная реклама: своеобразие предмета, история развития, виды, средства и целевая аудитория.

Политическая реклама в современной России: условия формирования и развития. Жанры и виды политической рекламы. Проблема формирования политического имиджа. Использование политической рекламы в предвыборной кампании.

Структура рекламы: субъект (рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламораспространитель), предмет (товар или услуга), средства распространения, объект (потребитель рекламы – целевая аудитория).

## **Тема 3. Проблемы психологии рекламы.**

Способы и механизмы психологического воздействия рекламы на потребителя. Понятие целевой аудитории рекламы. AIMDA – формула последовательности психологического воздействия на потребителя в рекламной практике.

Суггестия и её роль в рекламе. Психотехнологии в рекламной деятельности. Учёт психологических факторов при создании рекламного обращения: «хитрости» текста, психология и физиология цвета и формы, игровые приёмы и т.д.

Проблема манипулирования сознанием потребителя в рекламе.

**Интерактивные формы:** работа в микрогруппах (обсуждение этапов психологического воздействия рекламы на потребителя); работа в парах (составление рекламного обращения).

## **Тема 4. Рекламный текст как коммуникативный и семиотический феномен.**

Основные жанры рекламы в прессе, на радио и телевидении. Интернет-реклама. Изобразительная реклама и рекламные POS-материалы.

Креативная деятельность в рекламе. Специфика рекламного обращения и искусство его составления. Текстовые и оформительские элементы рекламного обращения. Ошибки, допускаемые при составлении рекламного обращения.

Выбор носителя для размещения рекламного обращения.

**Интерактивные формы:** работа в парах (подбор материалов из Интернет); эвристическая беседа по теме «Основные жанры рекламы в прессе, на радио и телевидении».

## **Тема 5. Основы рекламного менеджмента.**

Организация рекламной деятельности. Агентства полного цикла; основные отделы рекламных агентств и способы организации их деятельности. Организация работы отдела рекламы в средствах массовой информации.

Процесс рекламной деятельности: постановка целей, исследование, планирование, составление рекламных обращений, проведение рекламной кампании, контроль эффективности.

Маркетинговые исследования в рекламе. Планирование бюджета и медиапланирование. Понятие о сегментации и позиционировании в рекламной деятельности. Мониторинг рекламных обращений как компонент рекламной деятельности. Менеджмент рекламной кампании – от планирования до обработки результатов. Проблема эффективности рекламы и ведущие факторы этой эффективности. Дисфункциональные эффекты в рекламной деятельности и пути их преодоления.

## **Тема 6. Введение в раздел «Основы публич рилейшнз». Краткий экскурс в историю публич рилейшнз.**



Паблик рилейшнз (связи с общественностью): сущность понятия, основные подходы к определению понятия, цели, функции и принципы. Отличия паблик рилейшнз от прямой рекламы.

Становление паблик рилейшнз как сферы деятельности и науки. Тенденции развития паблик рилейшнз в условиях общественной модернизации России.

### **Тема 7. Паблик Рилейшнз в системе массовых коммуникаций.**

Паблик рилейшнз в системе социальных отношений. Понятия «общественность» и «общественное мнение» в паблик рилейшнз.

Основные сферы ПР-деятельности.

Виды целевых аудиторий в структуре паблик рилейшнз. Взаимоотношения с потребителями, занятыми, инвесторами, государством, местной общественностью и другими группами.

Основные виды паблик рилейшнз, их специфика и технологии.

### **Тема 8. Управление информацией и конструирование новости в паблик рилейшнз.**

Понятие информационного (новостного) повода. Способы управления информацией. Разновидности и специфика формирования ПР-сообщений. Создание и усиление новости в рамках связей с общественностью. Коммуникативные технологии двадцатого века и их использование для управления информацией.

**Интерактивные формы:** работа в парах (подбор материалов из Интернет); групповое обсуждение коммуникативных технологий.

### **Тема 9. Методы и формы работы паблик рилейшнз.**

Основные методы и формы работы в области связей с общественностью. Способы воздействия на общественное мнение и создания имиджа организации. Выставки, ярмарки и презентации. Создание специальных событий. Спонсорство и благотворительность. Использование печатной, аудио- и видеопродукции. Фотографии. Устное слово. Другие методы работы с общественностью в рамках паблик рилейшнз.

Организация и проведение ПР-кампаний.

Взаимодействие со средствами массовой информации как ведущий метод связей с общественностью. Специфика и правила взаимодействия с журналистами прессы, радио и телевидения. Интернет и паблик рилейшнз.

ПР-текст в системе текстов современных массовых коммуникаций. Ведущие разновидности ПР-материалов для СМИ. Пресс-релизы и пресс-конференции как основные способы передачи ПР-сообщений.

Проблема эффективности паблик рилейшнз: внутрисистемные и внесистемные факторы.

**Интерактивные формы:** деловая игра (организация и проведение пресс-конференции; работа в микрогруппах (составление пресс-релизов).

### **Тема 10. Институты паблик рилейшнз.**

Структура и инфраструктура ПР-рынка, характеристика субъектов и объектов связей с общественностью.

Основные структуры паблик рилейшнз (управления по связям с общественностью, информационно-аналитические отделы, пресс-службы, ПР-агентства, ПР-фирмы, консультационные фирмы), их функции, структура, направления деятельности. Управление ПР-структурами и организация их деятельности.

### **Тема 11. Правовое и этическое регулирование рекламы и паблик рилейшнз.**

Журналистика, реклама и паблик рилейшнз: технологическая и сущностная взаимосвязь и специфика. Проблемы регулирования рекламы и паблик рилейшнз.

Правовое регулирование рекламы – новый Закон РФ «О рекламе», его нововведения и

изменения правил игры на российском рынке рекламы и паблик рилейшнз. Другие законодательные акты, регулирующие рынок коммуникационных технологий России. Этические кодексы рекламной деятельности.

Этические и правовые регуляторы ПР-деятельности. Профессиональные нормы и требования, корпоративная деятельность. Международные кодексы и стандарты.

## **6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Общий объем самостоятельной работы студентов по дисциплине включает аудиторную и внеаудиторную самостоятельную работу студентов в течение семестра.

Аудиторная самостоятельная работа осуществляется в форме выполнения индивидуальных или групповых заданий различного типа: подготовка сообщений по отдельным вопросам темы, реферирование, решение тестов, ответы на проблемные вопросы, выполнение контрольных, проверочных, творческих работ и другие.

Внеаудиторная самостоятельная работа осуществляется в формах:

- составление конспектов и выписок из рекомендованной научной литературы;
- изучение лекционных материалов;
- подготовка реферата и проекта.

### *Материалы, используемые для текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине*

#### **Рефераты**

##### **Примерные темы рефератов**

1. Жанр «житейская история» в системе текстов современной российской рекламы.
2. Современная политическая реклама.
3. Малые формы современной печатной рекламы.
4. POS-материалы: история и современность.
5. Эволюция российской социальной рекламы.
6. Средства манипулятивного воздействия в рекламе и ПР.
7. Палитра коммуникационных технологий в структуре Паблик Рилейшнз.
8. Основные жанры вербальной рекламы в прессе.
9. Рекламный ролик на телевидении.
10. Жанр рекламной песенки в радиорекламе.
11. Проблемы языкового манипулирования в рекламной деятельности.
12. Основные стратегии создания рекламного текста.
13. Язык современной рекламы.
14. Психология цвета и формы в рекламе.
15. Социальная реклама России.
16. Журналистика и реклама: основы взаимодействия.
17. Отделы рекламы в СМИ: структура и организация работы.
18. Становление Паблик Рилейшнз как сферы деятельности и науки.
19. ПР-службы (отделы ПР в организации и ПР-агентства): структура и организация работы.
20. Взаимодействие Паблик Рилейшнз и СМИ.
21. Правовое и этическое регулирование рекламной и ПР-деятельности в России.
22. Характеристика основных ПР-документов для работы со СМИ.
23. Виды ПР-мероприятий по взаимодействию со СМИ.
24. Проблемы этики в работе со СМИ.
25. Организация и проведение специальных ПР-мероприятий.
26. Тематический обзор материалов делового издания.
27. Анализ содержания корпоративного web site.
28. Участие ПР-службы в ведении специализированных рубрик в СМИ.

## Критерии оценивания реферата

Критерий	Максимальное количество баллов
Содержательная глубина	10
Самостоятельная оценка ситуации на основе методологических знаний	8
Оформление реферата	6
Практикоориентированность реферата	8
Всего:	32

### Тесты

#### Примерные вопросы для тестирования

1. Пробразом какого компонента современной рекламы была средневековая геральдика?  
А) Слоган  
Б) Логотип  
В) Модуль  
Г) Миссия
2. Классическая рекламная формула AIDA последовательно включает в себя следующие компоненты  
А) внимание  
–интерес  
–желание  
–действие  
Б) внимание  
–понимание  
–убеждение  
–действие  
В) осведомленность  
–знание  
–убеждение  
–действие  
Г) внимание  
–мотив  
–доверие  
–действие
3. Какой жанр телерекламы является наиболее распространённым?  
А) Дикторское объявление  
Б) Бегущая строка  
В) Электронная заставка  
Г) Рекламный ролик
4. Какая из рекламных моделей появилась ранее других?  
а) DIBABA  
б) ACCA  
в) AIDA
5. Какое название является синонимом целевой аудитории рекламы?  
а) мишень рекламы  
б) ядро рекламы  
в) фокус-группа.

6. Какое средство не является письменной формой распространения PR-обращения?

- а) книги
- б) факс-релизы
- в) кинофильмы

7. Какова правильная последовательность в рекламной коммуникации?

- а) субъект  
–посредник  
–получатель  
–обратная реакция
- б) субъект  
–получатель  
–обратная реакция  
–посредник
- в) получатель  
–обратная реакция  
–посредник  
–субъект

8. К какому виду относится реклама, основанная на неосознаваемых потребителем манипуляциях?

- а) неэтичная реклама
- б) лживая реклама
- в) скрытая реклама

9. Кто по Закону РФ «О рекламе» несет ответственность за содержание рекламной информации?

- а) рекламодатель
- б) рекламораспространитель
- в) рекламопроизводитель

#### Критерии оценивания ответов

Критерий	Максимальное количество баллов
Правильный ответ на тестовый вопрос (количество вопросов варьируется в зависимости от изученной темы)	1

#### Проблемные вопросы

##### Примерные проблемные вопросы

1. Что имеют в виду исследователи, когда говорят об «эре Гуттенберга»?
2. Каковы древнейшие формы убеждения?
3. Кто из перечисленных является великими ораторами древности?
4. Каковы отличительные черты рекламы в СССР?
5. Чем отличается журналистика от PR?
6. Чем привлекательны связи с общественностью как сфера деятельности?
7. В чем разница между публицити и рекламой?
8. Зачем журналисты ходят на пресс-конференцию?
9. Чем пресс-подход отличается от брифинга?
10. Как осуществляется мониторинг СМИ?
11. Назовите признаки «специального события».
12. Назовите основные цели публичного выступления.
13. Назовите контактоустанавливающие средства публичной речи.
14. Какие жанры наиболее часто используются в технологии спичрайтинга?

15. Дайте определение спонсорингу.
16. Дайте определение фандрайзингу.
17. Назовите три закона распространения идей, которые используются в акте коммуникации.
18. Для какой модели ПР характерны следующие особенности: адресат выступает в роли пассивного получателя информации; используются любые средства воздействия на потребителя, без учёта их этичности; правдивость, объективность информации не являются обязательными; минимальный набор средств и выделения целевых групп (в основном используются СМИ); информирование сугубо одностороннее, обратная связь с потребителем не устанавливается?
19. Каковы особенности «ассиметричной модели» ПР?
20. Как называется матрица, состоящая из 4-х полей и выбора определённой модели коммуникации в зависимости от типа проблемы, фазы политики и фазы общественности?
21. Что такое социальная реклама и каковы её особенности?
22. Какие три подхода к рекламным текстам выделяют Т. Рассел и Р. Лейн?
23. Какие наборы принципов можно отнести к основным принципам макетирования коммерческой рекламы?
24. Что такое копирайтинг?
25. Формирование информационного потока осуществляется через ...
26. Как меняется алгоритм ПР-воздействия в случае кризисной ситуации?

#### **Критерии оценивания ответов**

Критерий	Максимальное количество баллов
Содержательная глубина ответа на вопрос	3
Фактологическая точность изложенного материала	3
Композиционное оформление ответа на вопрос	3
Практикоориентированность в подаче материала	3
Всего:	12

#### **Проекты**

##### **Примерные темы проектов**

1. Рекламный материал об историко-филологическом факультете (целевая аудитория – выпускники средних школ и СПО).
2. Обзор удачной и неудачной рекламы в СМИ (с комментарием-анализом).
3. ПР-материал об университете.

#### **Критерии оценивания проекта**

Критерий	Максимальное количество баллов
Содержательная глубина проекта	3
Фактологическая точность изложенного материала	3
Оформление проекта	3
Практикоориентированность проекта	3
Всего:	12

#### *Перечень учебно-методических изданий кафедры по вопросам организации самостоятельной работы обучающихся*

1. Артамонов В.Н. Организация самостоятельной работы студентов: учебно-методические рекомендации / В.Н. Артамонов, С.В. Зуева, Е.С. Сафронова, С.М. Шаврыгин.

– Ульяновск: УлГПУ, 2018. – 31 с.

2. Артамонов, В. Н. Функционально-стилистический анализ текста: Учебное пособие для студентов специальностей «Издательское дело и редактирование», «Связи с общественностью» и других родственных специальностей. – Ульяновск: УлГТУ, 2004. – 54 с. – Режим доступа: <http://linguistics-online.narod.ru/artamonov.pdf>

## 7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

### Организация и проведение аттестации бакалавра

ФГОС ВО в соответствии с принципами Болонского процесса ориентированы преимущественно не на сообщение обучающемуся комплекса теоретических знаний, но на выработку у бакалавра компетенций – динамического набора знаний, умений, навыков и личностных качеств, которые позволят выпускнику стать конкурентоспособным на рынке труда и успешно профессионально реализовываться.

В процессе оценки бакалавров необходимо используются как традиционные, так и инновационные типы, виды и формы контроля. При этом постепенно традиционные средства совершенствуются в русле компетентного подхода, а инновационные средства адаптированы для повсеместного применения в российской вузовской практике.

**Цель проведения аттестации** – проверка освоения образовательной программы дисциплины-практикума через сформированность образовательных результатов.

**Промежуточная аттестация** осуществляется в конце семестра и завершает изучение дисциплины; помогает оценить крупные совокупности знаний и умений, формирование определенных компетенций.

#### 7.1. Перечень компетенций, с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы:

Компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатели формирования компетенции - образовательные результаты (ОР)		
		Знать	Уметь	Владеть
ОК-4 способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	<b>Теоретический (знать)</b> современную теоретическую концепцию культуры речи, орфоэпические, акцентологические, грамматические, лексические нормы русского литературного языка; грамматическую систему и лексический минимум одного из	ОР-1 базовые правила грамматики; продуктивный лексический запас в рамках тематики курса;  ОР-2 языковые средства (лексические, грамматические, фонетические), на основе которых совершенствуются базовые умения говорения, аудирования,		

	<p>иностранных языков; универсальные закономерности и структурной организации и самоорганизации текста;</p>	<p>чтения и письма.  ОР-3 требования к речевому и языковому оформлению устных и письменных текстов с учетом специфики профессиональной культуры;</p>		
	<p><b>Модельный (уметь)</b> извлекать смысл из сказанного и прочитанного на иностранном языке; использовать иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности; логически верно организовывать устную и письменную речь;</p>		<p>ОР-4 отойти от подготовленного текста выступления и развивать интересные точки зрения, высказанные кем-то из слушателей, демонстрируя логичность в построении высказываний и легкость в формулировании мыслей, понимать простые повседневные выражения, направленные на удовлетворение простых информативных потребностей; понимать короткие простые тексты, содержащие фактическую информацию и написанные повседневным или профессионально-ориентированным языком,  ОР-5 писать четкие, хорошо структурированные тексты по сложной тематике,</p>	

			<p>подчеркивая важные, остро стоящие вопросы, расширяя и подкрепляя точку зрения при помощи довольно развернутых дополнительных рассуждений, доводов и подходящих примеров и завершая повествование выводами, дать оценку различным идеям и вариантам решения проблем как в устной, так и письменной форме, соблюдая языковой стиль, соответствующий предполагаемому адресату самостоятельно извлекать информацию из прочитанного, меняя вид и скорость чтения, в зависимости от типа текста и целей и избирательно используя необходимые справочные материалы.</p> <p>ОР-6</p> <p>принять активное участие в обсуждениях на профессиональную тему, без усилий самостоятельно понимая собеседника, хотя иногда уточняя отдельные детали; понимать и извлекать информацию из всех</p>	
--	--	--	--	--



			<p>форм письменной речи, включая сложные в структурном отношении нехудожественные тексты, относящиеся к сфере профессиональных интересов при условии, что имеет возможность перечитать сложные отрезки; уверенно и ясно изложить сложную тему аудитории, строя речь таким образом и упрощая ее настолько, насколько этого требует аудитория, писать сложные доклады, статьи и эссе с аргументацией или критической оценкой проектов или литературных произведений, делать публичные неподготовленные сообщения, говоря бегло и соблюдая логику изложения мыслей, пользуясь ударением и интонацией для более точной передачи смысла</p>	
	<p><b>Практический (владеть)</b>  техникой речевой коммуникации, опираясь на современное состояние языковой культуры; навыками извлечения необходимой информации из оригинального</p>			<p>ОР-7  навыками обнаружения лексико-грамматических, орфографических и пунктуационных ошибок в текстах (рукописных и печатных),</p>

	<p>текста на иностранном языке по профессиональной проблематике.</p>			<p>стратегиям и обмена информацией в ходе официального обсуждения проблемы, связанной с профессиональной деятельностью, если говорят медленно и четко; способность излагать и запрашивать в устном и письменном виде простую, необходимую информацию.</p> <p>ОР-8-стратегиям и обмена информацией на повседневные и другие темы из области профессиональных интересов, уверенно подтверждая собранную фактическую информацию по типичным вопросам в рамках своей</p>
--	--	--	--	--

				<p>профессиональной деятельности; способностью передавать информацию в устной и письменной формах по конкретной тематике, четко и правильно объясняя суть проблемы.</p> <p>ОР-9</p> <p>стратегиям и обмена информацией на повседневные и другие темы из области профессиональных интересов, останавливаясь на причинах и следствиях и взвешивая положительные и отрицательные стороны различных подходов; способностью передавать информацию в устной и письменной формах как по конкретной,</p>
--	--	--	--	--

				так и по абстрактной тематике, ясно и четко выражая мысль, успешно приспосабливаясь к адресату сообщения.
ОК-6 способностью к самоорганизации и самообразованию	<b>Теоретический (знать)</b> систему современного русского языка (фонетический, лексический, грамматический уровни);	ОР-10 содержание процессов самоорганизации и самообразования, их особенности (допускает существенные ошибки при раскрытии содержания и особенностей процессов самоорганизации и самообразования)  ОР-11 содержание процессов самоорганизации и самообразования, их особенности и технологий реализации, исходя из целей совершенствования профессиональной деятельности (демонстрирует знание содержания и особенностей процессов самоорганизации и самообразования, но дает		

		<p>неполное обоснование соответствия выбранных технологий реализации процессов целям профессионального роста).</p> <p>ОР-12 содержание процессов самоорганизации и и самообразования, их особенности и технологий реализации, исходя из целей совершенствования профессиональной деятельности.</p>		
	<p><b>Модельный (уметь)</b> применять знания о единицах различных уровней языковой системы в учебной деятельности; выделять единицы различных уровней языковой системы и анализировать их в единстве содержания, формы и функции</p>		<p>ОР-13 планировать цели и устанавливать приоритеты при осуществлении деятельности; строить процесс овладения информацией, отобранной и структурированной для выполнения профессиональной деятельности (допускает ошибки; испытывает трудности при планировании и установлении приоритетов).</p> <p>ОР-14 планировать цели и устанавливать приоритеты при осуществлении деятельности; самостоятельно строить процесс овладения</p>	

			<p>информацией, отобранной и структурированной для выполнения профессиональной деятельности (может затрудниться при обоснование выбранных целей и приоритетов).</p> <p>ОР-15 планировать цели и устанавливать приоритеты при осуществлении деятельности; самостоятельно строить процесс овладения информацией, отобранной и структурированной для выполнения профессиональной деятельности.</p>	
	<p><b>Практический (владеть)</b> навыками выделения единиц различных уровней языковой системы и анализа этих единиц в единстве их содержания, формы и функции</p>			<p>ОР-16 технология ми организаци и процесса самообразова ния и самооргани зации (владеет отдельными приемами самообразова ния и саморегуля ции, допускает ошибки при их реализации)</p> <p>ОР-17 технология ми организаци и процесса</p>

				<p>самообразования и самоорганизации.</p> <p>ОР-18 технологиями организации и процесса самообразования и самоорганизации; приемами целеполагания во временной перспективе, способами планирования, организации, самоконтроля и самооценки деятельности.</p>
<p>ПК - 6 Готовность к взаимодействию с участниками образовательного процесса</p>	<p><b>Теоретический (знать)</b> способы организации сотрудничества и взаимодействия участников образовательного процесса, основные методы сплочения коллектива;</p>	<p>ОР-19 основные представления о принципах взаимодействия с участниками образовательного процесса, сущность педагогического общения; основы организации работы в коллективе;</p> <p>ОР-20 основные методы оптимизации взаимодействия с участниками образовательного процесса,</p>		

		<p>основы организации работы в коллективе;</p> <p>ОР-21</p> <p>все необходимые сведения в области педагогики, психологии, социологии и других дисциплин, необходимые для решения задачи оптимального взаимодействия с другими участниками образовательного процесса (в рамках как изученных лекционных курсов, так и изученной самостоятельно дополнительной литературы);</p>		
	<p><b>Модельный (уметь)</b></p> <p>осуществлять организацию сотрудничества и взаимодействия обучающихся; самостоятельно оценивать эффективность собственной педагогической деятельности с точки зрения взаимодействия с другими участниками образовательного процесса; планировать и</p>		<p>ОР-22</p> <p>оценивать различные элементы образовательного процесса с позиций оптимальности взаимодействия с участниками данного процесса, вести диалог и добиваться успеха в процессе коммуникации;</p> <p>ОР-23</p> <p>самостоятельно составлять учебные программы с учетом оптимизации процесса взаимодействия с участниками</p>	



	<p>организовывать свою деятельность в целостном педагогическом процессе;</p>		<p>образовательного процесса, осуществлять диалог и добиваться успеха в процессе коммуникации;</p> <p>ОР-24</p> <p>планировать и осуществлять образовательный процесс с учетом взаимодействия с другими участниками данного процесса;</p>	
	<p><b>Практический (владеть)</b> способами взаимодействия с различными субъектами педагогического процесса.</p>			<p>ОР-25</p> <p>базовыми представлениями о принципах взаимодействия с участниками и образовательного процесса; в целом коммуникативными навыками, способами установления контактов и поддержания взаимодействия;</p> <p>ОР-26</p> <p>практическими навыками взаимодействия с участниками и образовательного процесса;</p> <p>ОР-27</p>

				всем необходим ым профессион альным инструмент арием, позволяющ им грамотно решать задачу взаимодейс твия с участникам и образовател ьного процесса.
--	--	--	--	--

















Оценочными средствами текущего оценивания являются: ответы на проблемные вопросы, выполнение тестовых заданий, защита реферата и проекта. Контроль усвоения материала ведется регулярно в течение всего семестра на практических занятиях.

## Текущая аттестация Критерии и шкалы оценивания

### ОС-1 Рефераты

#### Примерные темы рефератов

1. Жанр «житейская история» в системе текстов современной российской рекламы.
2. Современная политическая реклама.
3. Малые формы современной печатной рекламы.
4. POS-материалы: история и современность.
5. Эволюция российской социальной рекламы.
6. Средства манипулятивного воздействия в рекламе и ПР.
7. Палитра коммуникационных технологий в структуре Паблик Рилейшнз.
8. Основные жанры вербальной рекламы в прессе.
9. Рекламный ролик на телевидении.
10. Жанр рекламной песенки в радиорекламе.
11. Проблемы языкового манипулирования в рекламной деятельности.
12. Основные стратегии создания рекламного текста.
13. Язык современной рекламы.
14. Психология цвета и формы в рекламе.
15. Социальная реклама России.
16. Журналистика и реклама: основы взаимодействия.
17. Отделы рекламы в СМИ: структура и организация работы.
18. Становление Паблик Рилейшнз как сферы деятельности и науки.
19. ПР-службы (отделы ПР в организации и ПР-агентства): структура и организация работы.
20. Взаимодействие Паблик Рилейшнз и СМИ.
21. Правовое и этическое регулирование рекламной и ПР-деятельности в России.
22. Характеристика основных ПР-документов для работы со СМИ.
23. Виды ПР-мероприятий по взаимодействию со СМИ.
24. Проблемы этики в работе со СМИ.
25. Организация и проведение специальных ПР-мероприятий.
26. Тематический обзор материалов делового издания.
27. Анализ содержания корпоративного web site.
28. Участие ПР-службы в ведении специализированных рубрик в СМИ.

#### Критерии и шкала оценивания

Критерий	Этапы формирования компетенций	Шкала оценивания (максимальное количество баллов)
Знает современную теоретическую концепцию культуры речи, орфоэпические, акцентологические, грамматические, лексические нормы русского литературного языка; грамматическую систему и лексический минимум одного из иностранных языков; универсальные закономерности структурной организации и самоорганизации текста (ОК-4); систему современного русского языка (фонетический, лексический, грамматический уровни (ОК-6, ПК-6)	Теоретический (знать)	11

<p>Умеет извлекать смысл из сказанного и прочитанного на иностранном языке; использовать иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности; логически верно организовывать устную и письменную речь (ОК-4); применять знания о единицах различных уровней языковой системы в учебной деятельности; выделять единицы различных уровней языковой системы и анализировать их в единстве содержания, формы и функции (ОК-6, ПК-6)</p>	<p>Модельный (уметь)</p>	<p>11</p>
<p>Владеет техникой речевой коммуникации, опираясь на современное состояние языковой культуры; навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по профессиональной проблематике (ОК-4); навыками выделения единиц различных уровней языковой системы и анализа этих единиц в единстве их содержания, формы и функции (ОК-6, ПК-6)</p>	<p>Практический (владеть)</p>	<p>10</p>
<p>Всего:</p>		<p>32 (соответствует количеству баллов за контрольную работу по БРС)</p>

## ОС-2 Тесты

### Примерные вопросы для тестирования

1. Прообразом какого компонента современной рекламы была средневековая геральдика?
  - А) Слоган
  - Б) Логотип
  - В) Модуль
  - Г) Миссия
  
2. Классическая рекламная формула AIDA последовательно включает в себя следующие компоненты
  - А) внимание
    - интерес
    - желание
    - действие
  - Б) внимание
    - понимание
    - убеждение
    - действие
  - В) осведомленность
    - знание
    - убеждение
    - действие
  - Г) внимание
    - мотив

- доверие
- действие

3. Какой жанр телерекламы является наиболее распространённым?

- А) Дикторское объявление
- Б) Бегущая строка
- В) Электронная заставка
- Г) Рекламный ролик

4. Какая из рекламных моделей появилась ранее других?

- а) DIBABA
- б) ACCA
- в) AIDA

5. Какое название является синонимом целевой аудитории рекламы?

- а) мишень рекламы
- б) ядро рекламы
- в) фокус-группа.

6. Какое средство не является письменной формой распространения PR-обращения?

- а) книги
- б) факс-релизы
- в) кинофильмы

7. Какова правильная последовательность в рекламной коммуникации?

- а) субъект  
–посредник  
–получатель  
–обратная реакция
- б) субъект  
–получатель  
–обратная реакция  
–посредник
- в) получатель  
–обратная реакция  
–посредник  
–субъект

8. К какому виду относится реклама, основанная на неосознаваемых потребителем манипуляциях?

- а) неэтичная реклама
- б) лживая реклама
- в) скрытая реклама

9. Кто по Закону РФ «О рекламе» несет ответственность за содержание рекламной информации?

- а) рекламодатель
- б) рекламораспространитель
- в) рекламопроизводитель

#### Критерии и шкала оценивания

Критерий	Этапы формирования компетенций	Шкала оценивания (максимальное количество баллов)
----------	--------------------------------	---

<p>Знает современную теоретическую концепцию культуры речи, орфоэпические, акцентологические, грамматические, лексические нормы русского литературного языка; грамматическую систему и лексический минимум одного из иностранных языков; универсальные закономерности структурной организации и самоорганизации текста (ОК-4); систему современного русского языка (фонетический, лексический, грамматический уровни (ОК-6, ПК-6)</p>	<p>Теоретический (знать)</p>	<p>12</p>
<p>Всего:</p>		<p>12 (соответствует количеству баллов за работу на занятиях, выполнен задания оценочного средства по БРС)</p>

### ОС-3 Проблемные вопросы

#### Примерные проблемные вопросы

1. Что имеют в виду исследователи, когда говорят об «эре Гуттенберга»?
2. Каковы древнейшие формы убеждения?
3. Кто из перечисленных является великими ораторами древности?
4. Каковы отличительные черты рекламы в СССР?
5. Чем отличается журналистика от ПР?
6. Чем привлекательны связи с общественностью как сфера деятельности?
7. В чем разница между паблисити и рекламой?
8. Зачем журналисты ходят на пресс-конференцию?
9. Чем пресс-подход отличается от брифинга?
10. Как осуществляется мониторинг СМИ?
11. Назовите признаки «специального события».
12. Назовите основные цели публичного выступления.
13. Назовите контактоустанавливающие средства публичной речи.
14. Какие жанры наиболее часто используются в технологии спичрайтинга?
15. Дайте определение спонсорингу.
16. Дайте определение фандрайзингу.
17. Назовите три закона распространения идей, которые используются в акте коммуникации.
18. Для какой модели ПР характерны следующие особенности: адресат выступает в роли пассивного получателя информации; используются любые средства воздействия на потребителя, без учёта их этичности; правдивость, объективность информации не являются обязательными; минимальный набор средств и выделения целевых групп (в основном используются СМИ); информирование сугубо одностороннее, обратная связь с потребителем не устанавливается?
19. Каковы особенности «асимметричной модели» ПР?
20. Как называется матрица, состоящая из 4-х полей и выбора определённой модели коммуникации в зависимости от типа проблемы, фазы политики и фазы общественности?
21. Что такое социальная реклама и каковы её особенности?
22. Какие три подхода к рекламным текстам выделяют Т. Рассел и Р. Лейн?
23. Какие наборы принципов можно отнести к основным принципам макетирования коммерческой рекламы?
24. Что такое копирайтинг?

25. Формирование информационного потока осуществляется через ...

26. Как меняется алгоритм ПР-воздействия в случае кризисной ситуации?

Критерий	Этапы формирования компетенций	Шкала оценивания (максимальное количество баллов)
<p>Знает современную теоретическую концепцию культуры речи, орфоэпические, акцентологические, грамматические, лексические нормы русского литературного языка; грамматическую систему и лексический минимум одного из иностранных языков; универсальные закономерности структурной организации и самоорганизации текста (ОК-4); систему современного русского языка (фонетический, лексический, грамматический уровни (ОК-6, ПК-6)</p>	<p>Теоретический (знать)</p>	<p>4</p>
<p>Умеет извлекать смысл из сказанного и прочитанного на иностранном языке; использовать иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности; логически верно организовывать устную и письменную речь (ОК-4); применять знания о единицах различных уровней языковой системы в учебной деятельности; выделять единицы различных уровней языковой системы и анализировать их в единстве содержания, формы и функции (ОК-6, ПК-6)</p>	<p>Модельный (уметь)</p>	<p>4</p>
<p>Владеет техникой речевой коммуникации, опираясь на современное состояние языковой культуры; навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по профессиональной проблематике (ОК-4); навыками выделения единиц различных уровней языковой системы и анализа этих единиц в единстве их содержания, формы и функции (ОК-6, ПК-6)</p>	<p>Практический (владеть)</p>	<p>4</p>
<p>Всего:</p>		<p>12 (соответствует количеству баллов за работу на занятиях, выполнен задания оценочного средства по БРС)</p>

#### ОС-4 Проекты

#### Примерные темы проектов

1. Рекламный материал об историко-филологическом факультете (целевая аудитория –

выпускники средних школ и СПО).

2. Обзор удачной и неудачной рекламы в СМИ (с комментарием-анализом).

3. ПР-материал об университете.

### Критерии и шкала оценивания

Критерий	Этапы формирования компетенций	Шкала оценивания (максимальное количество баллов)
Знает современную теоретическую концепцию культуры речи, орфоэпические, акцентологические, грамматические, лексические нормы русского литературного языка; грамматическую систему и лексический минимум одного из иностранных языков; универсальные закономерности структурной организации и самоорганизации текста (ОК-4); систему современного русского языка (фонетический, лексический, грамматический уровни (ОК-6, ПК-6)	Теоретический (знать)	4
Умеет извлекать смысл из сказанного и прочитанного на иностранном языке; использовать иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности; логически верно организовывать устную и письменную речь (ОК-4); применять знания о единицах различных уровней языковой системы в учебной деятельности; выделять единицы различных уровней языковой системы и анализировать их в единстве содержания, формы и функции (ОК-6, ПК-6)	Модельный (уметь)	4
Владеет техникой речевой коммуникации, опираясь на современное состояние языковой культуры; навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по профессиональной проблематике (ОК-4); навыками выделения единиц различных уровней языковой системы и анализа этих единиц в единстве их содержания, формы и функции (ОК-6, ПК-6)	Практический (владеть)	4
Всего:		12 (соответствует количеству баллов за работу на занятиях, выполненная задания оценочного средства по БРС)

### Промежуточная аттестация ОС-5 Зачет в форме устного собеседования по вопросам

При проведении зачета учитывается уровень знаний обучающегося при ответах на вопросы (теоретический этап формирования компетенций), умение обучающегося отвечать на дополнительные вопросы по применению теоретических знаний на практике и по выполнению обучающимся заданий текущего контроля (модельный этап формирования компетенций), выполнение практического задания (практический этап формирования компетенций).

### Критерии и шкала оценивания

Критерий	Этапы формирования компетенций	Шкала оценивания (максимальное количество баллов)
Знает современную теоретическую концепцию культуры речи, орфоэпические, акцентологические, грамматические, лексические нормы русского литературного языка; грамматическую систему и лексический минимум одного из иностранных языков; универсальные закономерности структурной организации и самоорганизации текста (ОК-4); систему современного русского языка (фонетический, лексический, грамматический уровни (ОК-6, ПК-6)	Теоретический (знать)	11
Умеет извлекать смысл из сказанного и прочитанного на иностранном языке; использовать иностранный язык в межличностном общении и профессиональной деятельности; логически верно организовывать устную и письменную речь (ОК-4); применять знания о единицах различных уровней языковой системы в учебной деятельности; выделять единицы различных уровней языковой системы и анализировать их в единстве содержания, формы и функции (ОК-6, ПК-6)	Модельный (уметь)	11
Владеет техникой речевой коммуникации, опираясь на современное состояние языковой культуры; навыками извлечения необходимой информации из оригинального текста на иностранном языке по профессиональной проблематике (ОК-4); навыками выделения единиц различных уровней языковой системы и анализа этих единиц в единстве их содержания, формы и функции (ОК-6, ПК-6)	Практический (владеть)	10
Всего:		32 (соответствует количеству баллов за зачет по БРС)



**7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы:**

**Примерные вопросы для зачета**

На зачёте студенты отвечают на один теоретический вопрос и защищают проект по курсу.

1. Реклама: сущность понятия, основные функции.
2. Зарождение и основные этапы развития рекламы как сферы деятельности и науки.
3. Классификации рекламы.
4. Специфика и основные характеристики рекламы в прессе.
5. Специфика и основные характеристики радиорекламы.
6. Специфика и основные характеристики телевизионной рекламы.
7. Специфика и основные характеристики Интернет-рекламы.
8. Основные участники и этапы процесса рекламной деятельности, их характеристика.
9. Психологические аспекты рекламной деятельности.
10. Особенности и структура рекламного обращения и методика его составления.
11. Рекламные службы (отделы рекламы в СМИ и рекламные агентства): структура и организация работы.
12. Паблик рилейшнз: сущность понятия, основные функции.
13. Становление паблик рилейшнз как сферы деятельности и науки.
14. Виды паблик рилейшнз и их краткая характеристика.
15. Основные методы и формы паблик рилейшнз и их краткая характеристика.
16. Взаимодействие паблик рилейшнз со СМИ.
17. Основные виды ПР-материалов для прессы.
18. ПР-службы (ПР-агентства и отделы ПР в организациях): структура и организация работы.
19. Правовое и этическое регулирование рекламной и ПР-деятельности в России.
20. Журналистика, реклама и ПР: сущностная и технологическая взаимосвязь и особенности.

Материалы для организации текущей аттестации представлены в п.б программы.

**7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенции.**

Краткая характеристика процедуры реализации текущего и промежуточного контроля для оценки компетенций обучающихся представлена в таблице.

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика процедуры оценивания компетенций	Представление оценочного средства в фонде
1.	Рефераты	Реферат соответствует теме и имеет практико-ориентированный характер, выдержаны структура и оформление, изучено 85–100 % источников, выводы четко сформулированы	Темы рефератов
2.	Тесты	Тестирование проводится с использованием различных типов тестов: закрытых, открытых, на установление соответствия и на установление последовательности.	Тестовые вопросы

		Количество вопросов и время на их ответы определяются характером изучаемой темы.	
3.	Ответы на проблемные вопросы	Ответ на проблемный вопрос используется для проверки и контроля усвоения материала. Время на выполнение – 10–15 минут (в зависимости от характера вопроса).	Проблемные вопросы
4.	Проекты	Проект соответствует теме и имеет практико-ориентированный характер, выдержаны структура и оформление, изучено 85–100 % источников, выводы четко сформулированы	Темы проектов
5.	Зачет в форме устного собеседования по вопросам	Проводится в заданный срок, согласно графику учебного процесса. При выставлении оценки «зачтено/ не зачтено» учитывается уровень приобретенных компетенций студента. Компонент «знать» оценивается теоретическими вопросами по содержанию дисциплины, компоненты «уметь» и «владеть» – практикоориентированными заданиями.	Комплект примерных вопросов к зачету

В конце изучения дисциплины подводятся итоги работы студентов на лекционных и практических занятиях путем суммирования заработанных баллов в течение семестра.

### Критерии оценивания знаний обучающихся по дисциплине 10 семестр

№ п/п	Вид деятельности	Максимальное количество баллов
1.	Посещение лекций	3
2.	Посещение практических занятий	5
3.	- работа на занятии, выполнение задания оценочного средства  - контрольное мероприятие	60  -
4.	Зачёт	32
ИТОГО:	1 зачетная единица	100 баллов

### Формирование балльно-рейтинговой оценки работы обучающихся

		Посещение лекционных занятий	Посещение практических занятий	Работа на практических занятиях	Зачёт
<b>10 семестр</b>	Разбалловка по видам работ	3×1=3 балла	5×1=5 баллов	5×12=60 баллов	32 балла
	Суммарный макс. балл	3 балла max	8 баллов max	68 баллов max	100 баллов max

### Критерии оценивания работы обучающегося по итогам семестра

По итогам изучения дисциплины «Основы рекламы и паблик рилейшнз», трудоёмкость которой составляет 1 ЗЕ и изучается в 10 семестре, обучающийся набирает определённое

количество баллов, которое соответствует «зачтено» или «не зачтено» согласно следующей таблице:

Отметка	1 ЗЕ
«зачтено»	более 51 балла
«не зачтено»	менее 51 балла

## **8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### **Основная литература**

1. **Галумов, Эраст Александрович.** Основы PR [Текст] : [учебник]. - Москва : Летопись XXI, 2004. - 407 с. : ил. - Библиогр. в конце гл. - ISBN 5-206-00635-1 : 265.00.
2. **Головлева, Е. Л.** Основы рекламы [Текст] : учеб. пособие. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2004. - 314,[2] с. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 312-315. - ISBN 5-222-04272-3 : 82.50.
3. **Назайкин, А. Н.** Рекламная деятельность газет и журналов [Текст] : практическое пособие. - Москва : РИП-холдинг, 2002. - 205 с. - (Академия рекламы). - Библиогр.: с. 203-205. - ISBN 5-900045-30-7 : 106.00.
4. **Основы рекламы** [Текст] : учебник для вузов / авт. кол. : Ю. С. Бернадская и др.; под ред. Л. М. Дмитриевой. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. - 350,[1] с. : ил. - (Азбука рекламы). - Список лит. в конце глав. - ISBN 5-238-01252-0 : 145.00.
5. **Ученова, Виктория Васильевна.** История рекламы [Текст] : [учеб. для вузов по спец. "Реклама"] / Н.В. Старых. - 2-е изд. - Санкт-Петербург : Питер, 2002. - 303 с. - (Учебник для вузов). - Библиогр.: с. 302-303. - ISBN 5-94723-431-9 : 113.50.
6. **Ученова, Виктория Васильевна.** История отечественной рекламы. 1917-1990 [Текст] : [учеб. пособие для вузов] / В.В. Ученова. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. - 287 с. - (Медиаобразование). - ISBN 5-238-00712-4 : 152.50.

### **Дополнительная литература**

1. **Ермаков, Вадим Васильевич.** Рекламное дело [Текст] : учеб. пособие / РАО, Моск. псих.-социал. ин-т. - Москва : МПСИ ; Воронеж : МОДЭК, 2004. - 182,[1] с. - (Библиотека студента). - Библиогр.: с. 181. - ISBN 5-89502-469-6 : 73.00.
2. **Аржанов, Николай Петрович.** История отечественной рекламы [Текст] : (галерея рекламной классики) / Т. А. Пирогова; под общ. ред. Е. В. Ромата. - Харьков : Студцентр, 2004. - 299 с. : ил. - (Библиотека журнала "Маркетинг и реклама"). - ISBN 966-7530-33-7 : 225.00.
3. **Мокшанцев, Рудольф Иванович.** Психология рекламы [Текст] : учеб. пособие [для вузов] / Новосиб. гос. акад. экономики и управления. - Москва : Инфра-М ; Новосибирск : Сибирское соглашение, 2003. - 228,[1] с. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 227-229. - ISBN 5-16-000135-2 : 65.00.
4. **Мудров, Александр Николаевич.** Основы рекламы [Текст] : учеб. для вузов. - Москва : Экономистъ, 2007. - 318 с. : ил. - (Номо Faber). - Список лит.: с. 316-318. - ISBN 5-98118-112-5 : 210.40.
5. **Щепилова, Галина Германовна.** Основы рекламы [Текст] : учебник для бакалавров. - Москва : Юрайт, 2013. - 521 с. - (Бакалавр) (Базовый курс). - Список лит. в конце глав. - ISBN 978-5-9916-2477-0 : 397.98.

## **9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

### **Интернет-ресурсы**

*Карта доступности студентов к электронным фондам*

Наименование курса	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
Основы рекламы и публичных отношений	<a href="http://www.vipstudent.ru/?q=lib&amp;r=17&amp;id=1190277024">http://www.vipstudent.ru/?q=lib&amp;r=17&amp;id=1190277024</a>	Алешина И.В. Публичных отношений для менеджеров. М., 2006.	Свободный доступ
	<a href="http://www.textfighter.org/text15/033.php">http://www.textfighter.org/text15/033.php</a>	Галумов Э. Основы PR. М., 2004.	Свободный доступ
	<a href="http://www.modernlib.ru/books/kira_alekseevna_ivanova/kopirayting_sekrety_sostavleniya_reklamnih_i_pr_tekstov/read_1/">http://www.modernlib.ru/books/kira_alekseevna_ivanova/kopirayting_sekrety_sostavleniya_reklamnih_i_pr_tekstov/read_1/</a>	Иванова К.А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов. М., 2006.	Свободный доступ
	<a href="http://www.easyschool.ru/books/14/69/">http://www.easyschool.ru/books/14/69/</a>	Мокшанцев Р.И. Психология рекламы. М., 2006.	Свободный доступ
	<a href="http://mudrov-a.n.-osnovy-reklamy">mudrov-a.n.-osnovy-reklamy</a>	Мудров А.Н. Основы рекламы. М., 2007.	Свободный доступ
	<a href="http://socioline.ru/pages/yus-bernadskaya-osnovy-reklamy">http://socioline.ru/pages/yus-bernadskaya-osnovy-reklamy</a>	Основы рекламы: Учебник / Ю.С. Бернадская, С.С. Марочкина, Л.Ф. Смотрова. Под ред. Л.М. Дмитриевой. М., 2005.	Свободный доступ
	<a href="http://pankratov_reklamna_deyatelnost(1)">pankratov_reklamna_deyatelnost(1)</a>	Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Шакуров В.Г. Рекламная деятельность. М., 2004.	Свободный доступ
	<a href="http://www.vipstudent.ru/?q=lib&amp;r=17&amp;id=1187358503">http://www.vipstudent.ru/?q=lib&amp;r=17&amp;id=1187358503</a>	Почепцов Г.Г. Публичных отношений. М., 2004.	Свободный доступ

**Электронные библиотечные системы (ЭБС), с которыми сотрудничает  
УлГПУ им. И.Н. Ульянова**

№	Название ЭБС	№, дата договора	Срок использования	Количество пользователей
1	«ЭБС ZNANIUM.COM»	Договор № 1718 от 30.05.2016	с 30.05.2016 по 30.05.2017	6 000
2	ЭБС «Айбукс.ру/ibooks/ru»	Контракт № 628 от 30.05.2016	с 30.05.2016 по 30.05.2017	100% доступ
3	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Договор № 1010 от 26.07.2016	с 22.08.2016 по 21.11.2017	6 000
4		Соглашение		

	ЭБС IPRbooks	№2301/16 на предоставление длительного тестового доступа от 01.09.2016	с 01.10.2016 по 31.12.2016	100% доступ
--	--------------	--	----------------------------	-------------

## 10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Успешное изучение курса требует от студентов посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с художественными произведениями, базовыми учебниками, основной и дополнительной литературой.

Запись лекции – одна из форм активной самостоятельной работы студентов, требующая навыков и умения кратко, схематично, последовательно и логично фиксировать основные положения, выводы, обобщения, формулировки. В конце лекции преподаватель оставляет время (5 минут) для того, чтобы студенты имели возможность задать уточняющие вопросы по изучаемому материалу. Лекции имеют в основном обзорный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов, а также призваны способствовать формированию навыков работы с научной литературой. Предполагается также, что студенты приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендуемым программой.

Подготовка к практическому занятию предполагает работу над терминами и понятиями, необходимыми для решения задач, установленных планом занятия; составление конспектов и выписок из рекомендованной научной литературы в соответствии с планом занятия (приветствуется использование дополнительной литературы); выполнение заданий к занятию; работу, обеспечивающую в результате наличие на занятии текста/текстов изучаемых произведений (работу с фондами библиотек, в т.ч. электронных).

При работе над темами, определенными для самостоятельного изучения, проработать соответствующий раздел учебного пособия; сделать конспект изученного раздела (в соответствии с указанной проблемой) в тетради для самостоятельных работ.

## 11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

№	Название ПО и ИСС	Договоры (контракты), по которому закупалось
1	Microsoft Windows 7 Pro	№16-10-оаэ ГК от 08.09.2010 г., №17-10-оаэ ГК от 29.10.2010 г., №15-11 оаэ ГК от 07.11.2011 г., №0368100013812000009-0003977-01 от 22.10.2012 г. №0368100013813000050-0003977-01 от 02.10.2013 г., №0368100013814000035-0003977-01 от 05.11.2014 г., №0368100013814000031-0003977-01 от 18.08.2014 г.
2	Microsoft Office 2007 Professional Plus	№09-АЕ01278350 от 22.10.2009 г., №16-10-оаэ ГК от 08.09.2010 г.,
3	Microsoft Office 2010 Professional Plus/Std/Home	№17-10-оаэ ГК от 29.10.2010 г.,

	and Student	№15-11 оаз ГК от 07.11.2011 г., №200712-1Ф от 20.07.2012 г., №0368100013812000009-0003977-01 от 22.10.2012 г.
4	Microsoft Office 2013 Professional Plus/Std	№797 от 05.09.2013 г., №0368100013813000025-0003977-01 от 17.06.2013 г., №0368100013813000032-0003977-01 от 09.07.2013 г.,
5	Visual Studio Professional 2012 RUS OLP NL Acdmc	№0368100013814000028-0003977-01 от 24.06.2013 г.
6	Photoshop Extended CS6 13.0 MLP AOO License RU	№0368100013813000026-0003977-01 от 17.06.2013 г.
7	Консультант Плюс	№1-2016-1478 от 01.10.2016 г.
8	Гарант	№ 301/033/2011 от 21.02.2011 г.
9	1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях	№163 от 28.11.2016 г.
10	Антивирус ESET NOD32 Business Edition renewal	№260916-1ЛД от 12.12.2016 г.
11	Программное обеспечение Vitek 2 Systems (Biomerieux) для работы с анализатором Vitek 2 Compact, обработки	№1083 от 18.07.2016 г.
12	Программное обеспечение для анализа и обработки информации ZEN pro	№0368100013813000051-0003977-01 от 04.10.2013 г.
13	Программное обеспечение для оценки гистологических препаратов HistoQuant	№0368100013813000051-0003977-01 от 04.10.2013 г.
14	Программное обеспечение E-School для проведения обучения и электронных экзаменов	№0368100013813000051-0003977-01 от 04.10.2013 г.
15	Единая программа управления для цитофлуориметра, сортера клеток и автозагрузчика проб	№0368100013813000052-0003977-01 от 02.10.2013 г.
16	Программное обеспечение GrindEQ Word-to-LaTeX, LaTeX-to-Word	№0368100013814000028-0003977-01 от 24.06.2013 г.
17	Программное обеспечение Intel Cluster Studio XE for Windows OS - Single Academic (Esd)	
18	Программное обеспечение ABBYY FineReader 11 Corporate Edition	
19	Программное обеспечение NetCat Corporate	
20	Программное обеспечение Autodesk Maya 2013 Commercial New	
21	Программное обеспечение Adobe After Effects CS6	
22	Программное обеспечение MathWorks Academic Concurrent на 1 рабочее место в составе: MATLAB, MATLAB Parallel Computing Toolbox, Optimization Toolbox, Global Optimization Toolbox	
23	Программное обеспечение MATLAB Distributed Computing Server new Product Academic (для работы на 16 ядрах)	
24	Программное обеспечение STATISTICA Advanced for Windows Academic Однопольз. Версии	
25	Программное обеспечение STATISTICA Advanced for Windows Однопольз. Версии	
26	Программное обеспечение Maple 17: Universities or Equivalent Degree Granting Institutions Stand-	

	alone New License 1 User Academic, Программное обеспечение Maple 1-User Media Pack	
27	Программное обеспечение Mathcad Professor Edition - Individual	
28	ОЛИМПОКС	№ЛЦ-75974/001 от 13.02.2017 г.
29	iSpring Suite 8	№272-л от 02.06.2017 г.
30	Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ»	№557 от 14.12.2015 г.
31	Информационная система управления образовательным процессом ВУЗа «Intranet Academic»	№1103 от 15.12.2014 г.
32	<p>Apache OpenOffice Media Player Classic - Home Cinema VLC media player The KMPlayer 7-Zip AIMP GNU Image Manipulation Program (GIMP) Inkscape DjVu WinDjView PDF Adobe Reader Google Chrome Opera Mozilla Firefox</p> <p>Python(x,y) Pascal ABC Dev-C++ SharpDevelop Lazarus MikTeX TurboSite Stellarium Celestia Open Universe Virtual Moon Atlas Астрономический Календарь (АК) С-MuniPack DipTrace Freeware Electronics Workbench FLProg</p>	Свободно распространяемое ПО

## 12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
--	---	--

<p>432071 Ульяновск, площадь 100-летия со дня рождения В. И. Ленина, дом 4. Аудитория № 440 Аудитория для лекционных занятий.</p>	<p>Посадочные места – 100. Комплект мультимедийного оборудования: 1 ноутбук Lenovo G560 с пред.прогр.обеспеч. (ВА0000004089), 1 проектор BenQ Projector MX (ВА0000003953), 1 экран настенный Screen Media 200*150 см.(ВА0000001019) Мебель: Трибуна большая – 1 шт; комплект аудиторной ученической мебели – 1шт; (ВА000000580) стол преподавательский – 1 шт. Доска 3 элементная зеленая(ВА0000003455) – 1 шт.; Шторы – 8 шт.</p>	<p>Ноутбук Lenovo G560 Windows 7 Professional + MS Office Professional Plus 2010 Государственный контракт № 15-11 оаэ ГК «07» ноября 2011 г.</p>
<p>Аудитория № 442 Аудитория для лекционных занятий.</p>	<p>Посадочные места – 100. Комплект мультимедийного оборудования: 1 ноутбук Lenovo IdeaPad B590 в составе Intel Pentium 2020M 4Gb.500Gb.+мышь беспровод. (ВА0000005902), 1 проектор BenQ Projector MX(ВА0000003953), 1 экран проекционный NOBO, матов, тренога(ВА0000003650). Трибуна большая – 1 шт; Комплект аудиторной ученической мебели – 1шт (9417032); стол преподавательский – 1 шт. Доска 3 элементная зеленая(03416941) – 1 шт.; Шторы – 7 шт. Пианино – 1 шт (3067)</p>	<p>НоутбукLenovoideapad (b590) * Операционная система Windows Pro 7 RUS Upgrd OLP NL Acdmc, Open License: 60302891, договор № 0368100013813000050-0003977-01 от 02.10.2013 г., действующая лицензия. * Офисный пакет программ MicrosoftOfficeStandard 2010 OLP NL Academic, OpenLicense: 60696830, договор №200712-1Ф от 20.07.2012 г., действующая лицензия</p>
<p>Аудитория № 444 Аудитория для семинарских и практических занятий.</p>	<p>Посадочные места – 30. Стол ученический двухместный– 15 шт., стол преподавателя – 1 шт., стул ученический (ВА0000003063) – 30 шт., стол компьютерный прямой с тумбой – 1 шт. Шкаф со стеклом – 2шт. (ВА0000002814, ВА0000002815) Шкаф закрытый – 6 шт. (ВА0000002828,</p>	<p>Ноутбук Lenovo G560 Windows 7 Professional + MS Office Professional Plus 2010 Государственный контракт № 15-11 оаэ ГК «07» ноября 2011 г.</p>



<p>Аудитория № 445 Аудитория для семинарских и практических занятий.</p>	<p>ВА0000002824, ВА0000002825, ВА0000002826, ВА0000002827, ВА0000002829); Атлас диалектологический – 20 шт.; Комплект мультимедийного оборудования: 1 видеомэгафнон «Сони» (01387308), 1 доска 3 элементная с 5-ю рабочими поверхностями магнитно- меловая ТЭ 400М - (ВА0000002913),1 Комплект мультимедийного оборудования: интерактивная электронная доска SMART 660 диагональ 647162,6см (ВА0000001539), 1 музыкальный центр «Самсунг»(1387302), 1 мультимедийный проектор PE LD 04 (ВА0000002891), 1 ноутбук Lenovo G560 с пред. прогр. обеспеч. (ВА0000004089). Атлас диалектологический – 20шт</p> <p>Посадочные места – 30. Стол ученический одноместный– 30 шт.(ВА0000007360), стол преподавателя (компьютерный, угловой) – 1 шт. , стул ученический – 30 шт., Стул преподавателя(офисный) – 1 шт.(9419013), дополнительные столы для техники – 2 шт., жалюзи – 3 шт. Комплект мультимедийного оборудования: 1 доска для мела магнитно-маркерная двусторонняя 90*120см передвижная.зеленая BRAUBERG (ВА0000005473), 1 доска магнитно-маркерная 2x3 трехэлементная 100*150*300 см (ВА0000005359), 1 доска магнитно-маркерная 90*120</p>	<p>Лицензионные программы * Архиватор 7-Zip, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. * Антивирус ESET Endpoint Antivirus for Windows, лицензия EAV-0120085134, контракт №260916 – 1ЛД от 12.12.2016г. действующая лицензия. * Операционная система Windows Pro 8 OEM, Гражданско-правовой договор №0368100013813000032- 0003977-01 от 09.07.2013 г., действующая лицензия. * Офисный пакет программ Microsoft Office ProPlus 2013 OLP NL Academic, Open License: 62135981, Гражданско-правовой договор</p>
--	--	---

	<p>см (BA0000005355), 1 информационный стенд факультета университета (2000*1500мм) (BA0000007713), 1 информационный стенд факультета университета (2000*1500мм) (BA0000007712), 1 мультимедийный класс в составе : интерактивная система SMART Board SB685. Ноутбук HP Pavilion g6-2364/мышь .кабель, коммутатор-D-Link (BA0000005364), 1 телевизор "Тошиба" (01387305).</p>	<p>№0368100013813000032-0003977-01 от 09.07.2013 г., действующая лицензия. * Учебное программное обеспечение Smart, , Гражданско-правовой договор №0368100013813000032-0003977-01 от 09.07.2013 г., действующая лицензия. * Программа для просмотра файлов формата DjVu WinDjView, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. * Программа для просмотра файлов формата PDF Adobe Reader XI, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. * Браузер Google Chrome, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано.</p>
<p>Аудитория № 446 Аудитория для семинарских и практических занятий.</p>	<p>Посадочные места – 30. Стол ученический двухместный – 15 шт., стол преподавателя – 1 шт., стул ученический – 30 шт., Шкаф закрытый двухстворчатый, книжный – 1 шт. (3694), шкаф мелаллический – 1 шт. Комплект мультимедийного оборудования: 1 доска 3 элементная с 5-ю рабочими поверхностями магнитно-меловая ТЭ 300М(BA0000002924), 1 коммутатор TP-Link TL-SL2452WEB 48+4G (BA0000004604), ноутбук AcerAspireM3 -581TGC15-3317U 15"4GB 500+20GBW8 NXRYKER 034 – 25 шт., 1 экран проекционный Lumien ,матовый настенный 153x203 см (BA0000004035).</p>	<p>НоутбукAcerAspire M3-581 Предустановленная операционная система Windows 7 HomePremium (64 bit) Гражданско-правовой договор № 0368100013812000010-0003977-01 «22» октября 2012 г. * Офисный пакет программ MicrosoftOfficeStandard 2010 OLP NL Academic, OpenLicense: 60696830, договор №200712-1Ф от 20.07.2012 г., действующая лицензия</p>
<p>Аудитория № 447 Компьютерный класс.</p>	<p>Посадочные места – 22. Стол ученический двухместный –</p>	<p>Лицензионные программы * Архиватор 7-Zip, открытое</p>

<p>Кабинет для самостоятельной подготовки с доступом в Интернет. Аудитория для практических и семинарских занятий.</p>	<p>11 шт, стол преподавателя – 1 шт., стул ученический – 23 шт. Моноблок Acer Aspire Z3-615 (DQ SVBER 0.16) – 8 шт. (BA0000006936, BA0000006935, BA0000006934, BA0000006933, BA0000006932, BA0000006931, BA0000006930, BA0000006929), 1 доска 1000*3000 зеленая 5р.п. (BA0000003415).</p>	<p>программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. * Антивирус ESET Endpoint Antivirus for Windows, лицензия EAV-0120085134, контракт №260916 – 1ЛД от 12.12.2016г., действующая лицензия. * Операционная система Windows 7 Home Premium OEM, Гражданско-правовой договор № 0368100013812000009-0003977-01 от 22.10.2012 г., действующая лицензия. * Офисный пакет программ Microsoft Office ProPlus 2013 OLP NL Academic, Open License: 62135981, Гражданско-правовой договор №0368100013813000032-0003977-01 от 09.07.2013 г., действующая лицензия. * Программа для просмотра файлов формата DjVu WinDjView, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. * Программа для просмотра файлов формата PDF Adobe Reader XI, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. * Браузер Google Chrome, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано.</p>
<p>Аудитория № 449 Аудитория для семинарских и практических занятий.</p>	<p>Посадочные места – 34. Стол ученический двухместный – 17 шт., стол преподавателя – 1 шт., стол компьютерный угловой с тумбой – 1 шт., стул ученический – 35 шт., шкаф со стеклом – 2шт. Шкаф закрытый – 7 шт. (BA0000003490, BA0000003491, BA0000003492,</p>	<p>Лицензионные программы * Архиватор 7-Zip, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. * Антивирус ESET EndpointAntivirus for Windows, лицензия EAV-0120085134, контракт №260916 – 1ЛД от 12.12.2016г, действующая</p>

<p>Медиацентр</p>	<p>BA0000003493, BA0000003494, BA0000003495, BA0000003496</p> <p>Комплект мультимедийного оборудования: 1 доска 3 элементная с 5-ю рабочими поверхностями магнитно-меловая ТЭ 300М(BA0000002925 ), 1 проектор BenQProjectorMX (BA0000003953), 1 ноутбук Lenovo IdeaPad B590 в составе Intel Pentium 2020M 4Gb.500Gb.+мышь беспровод. (BA0000005902), 1 экран проекционный Lumien, матовый настенный 153x203 см (BA0000003990), 1 диктофон "Сони" (3436970), 1 диктофон Samsung (9417490), 1 диктофон (9417243), 1 микрофон (9417244), 1 микрофон (9417471), 1 видеокамера Ранасоник (3436969), 1 видеомagneтофон Фунай V-8008 CM M (BA0000002835), 1 DVD "SAMSUNG" (01387303-a).</p> <p>73 моноблока, соединённых локальной компьютерной сетью; беспроводная сеть Wi-Fi; стационарный проектор; экран; 5 ЖК-мониторов, 2</p>	<p>лицензия. * Операционная система Windows Pro 7 RUS Upgrd OLP NL Acdmc, Open License: 60302891, договор № 0368100013813000050-0003977-01 от 02.10.2013 г., действующая лицензия. * Офисный пакет программ OfficeProPlus 2013 RUS OLP NL Acdmc, OpenLicense: 62176011, договор №0368100013813000032-0003977-01 от 09.07.2013 г., действующая лицензия. * Программа для просмотра файлов формата DjVuWinDjView, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. * Программа для просмотра файлов формата PDF AdobeReader XI, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. * Браузер GoogleChrome, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано. Ноутбук Lenovoideapad (b590) * Операционная система Windows Pro 7 RUS Upgrd OLP NL Acdmc, Open License: 60302891, договор № 0368100013813000050-0003977-01 от 02.10.2013 г., действующая лицензия. * Офисный пакет программ MicrosoftOfficeStandard 2010 OLP NL Academic, OpenLicense: 60696830, договор №200712-1Ф от 20.07.2012 г., действующая лицензия</p> <p>Лицензионные программы * Архиватор 7-Zip, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано.</p>
-------------------	--	--

	<p>ЖК-панели; система видеоконференцсвязи – PolycomHDX6000HD; акустическая система: вокальная аудиосистема и акустические колонки.</p>	<p>* Антивирус ESET Endpoint Antivirus for Windows, лицензия EAV-0120085134, контракт №1110 от 15.12.2014 г., действующая лицензия.</p> <p>* Операционная система Windows 7 Домашняя расширенная, действующая лицензия, договор №0368100013812000013-169793 от 20.12.2012 г., действующая лицензия.</p> <p>* Офисный пакет программ OfficeProPlus 2013 RUS OLP NL Acdmс, Open License: 61704351, договор №0368100013812000013-169793 от 20.12.2012 г., действующая лицензия.</p> <p>* Программа для просмотра файлов формата DjVu WinDjView, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано.</p> <p>* Программа для просмотра файлов формата PDF Adobe Reader XI, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано.</p> <p>* Браузер Google Chrome, открытое программное обеспечение, бесплатная лицензия, пролонгировано.</p> <p>*Консультант Плюс Договор №1-2016-147801. от 01.10.2016 г.</p>
--	--	--