

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Выборг Александр Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 19.03.2025 08:01:42

Уникальный программный ключ:

c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

Высшая школа туризма и социальных технологий

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### «Организация рекламной и PR-деятельности»

Направление подготовки:

**43.03.02 «Туризм»**

Направленность (профиль):

**«Туризм и индустрия гостеприимства»**

Квалификация выпускника: **бакалавр**

Рабочая программа дисциплины «Организация рекламной и PR-деятельности» разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм», утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017 г. № 516.

Рабочая программа дисциплины «Организация рекламной и PR-деятельности» разработана в соответствии с Профессиональным стандартом «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 28 октября 2014 г. № 811н.

Составители:

старший преподаватель  
(ученая степень, ученое звание)

Д. С. Калинина  
(ФИО)

РПД обсуждена на заседании Высшей школы туризма и социальных технологий  
26.08.2024 г., протокол № 1.

Актуализированная рабочая программа дисциплины обсуждена на заседании Ученого совета  
Высшей школы туризма и социальных технологий от 26.08.2024 г., протокол № 1.

Директор Высшей школы  
туризма и социальных технологий

к.ф.н., доцент  
(уч.степень, уч.звание)

Н.Д. Алексеева  
(ФИО)

## 1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

### 1.1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является:

- формирование у обучающихся компетенций, необходимых для решения задач в сфере рекламы и связей с общественностью;
- формирование у обучающихся универсальных компетенций, *направленных на развитие навыков командной работы и лидерства.*

### 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

| Код и наименование компетенции                                                                                                                    | Код и наименование индикатора достижения компетенции                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Планируемые результаты обучения по дисциплине                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Основание (ПС)<br>* для профессиональных компетенций                                                                                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни | ИУК-6.1. Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития, образовательного и профессионального роста; подбирает способы решения и средства развития, в том числе в цифровой среде<br>ИУК-6.2. Владеет технологиями и навыками управления своей познавательной деятельностью и ее совершенствования на основе самооценки, самоконтроля и принципов самообразования в течение всей жизни | <b>Знает:</b><br>- теорию и методологию рекламы и связей с общественностью;<br>- функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникативного проекта по рекламе и связям с общественностью;<br>- специфику каналов коммуникации;<br>- способы создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;<br>- способы тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;<br><b>Умеет:</b><br>- применять творческие решения, учитывать мировой и отечественный опыт рекламы и связей с общественностью;<br>- создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании;<br>- осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии<br><b>Владеет:</b><br>- навыками применения в профессиональной деятельности основных технологических решений, технических средств, приемов и методов | Продюсер информационных проектов<br><br>(Требования рынка труда<br>Требования работодателей<br>Обобщение отечественного и зарубежного опыта) |

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Модуль дополнительной специализации по выбору «Реклама и связи с общественностью»).

## 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 3.1. Объем и структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет **3 з.е. (108 часов)**, их распределение по видам работ и семестрам представлено в таблице.

| Виды учебных занятий и работы обучающихся                                                                             | Трудоемкость, час |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| <b>Общая трудоемкость дисциплины, час</b>                                                                             | <b>108</b>        |
| <b>Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего), в т.ч.:</b>                       | <b>56/8</b>       |
| <b>занятия лекционного типа (лекции)</b>                                                                              | 24/4              |
| <b>занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)</b> | 32/4              |
| <b>лабораторные работы</b>                                                                                            | -                 |
| <b>Самостоятельная работа всего, в т.ч.:</b>                                                                          | <b>52/96</b>      |
| Самоподготовка по темам (разделам) дисциплины                                                                         | 52/96             |
| Выполнение курсового проекта /курсовой работы                                                                         | -                 |
| <b>Контроль (часы на зачет)</b>                                                                                       | <b>-/4</b>        |
| <b>Промежуточная аттестация</b>                                                                                       | <b>зачет</b>      |

Примечание: -/- объем часов соответственно для очной, заочной форм обучения

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

В процессе освоения дисциплины может применяться электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

В процессе освоения дисциплины обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде и электронно-библиотечным системам.

### 3.1. Содержание дисциплины, структурированное по темам

| Планируемые<br>результаты<br>освоения:<br>код<br>формируемой<br>компетенции<br>и индикаторы<br>достижения<br>компетенций | Наименование разделов, тем                                                                                                                                                                                                                               | Виды учебной работы |                             |                              |                                | Формы<br>текущего<br>контроля<br>(наименование<br>оценочного<br>средства) |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----------------------------|------------------------------|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                          | Контактная работа   |                             |                              | Самостоятельная<br>работа, час |                                                                           |
|                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                          | Лекции, час         | Лабораторные<br>работы, час | Практические<br>занятия, час |                                |                                                                           |
| УК-6:<br>ИУК-6.1,<br>ИУК-6.2                                                                                             | <b>Тема 1. Понятие рекламы и ее классификация.</b><br>1. Реклама и общество.<br>2. Понятие, содержание и цели рекламы.<br>3. Классификация рекламы.<br>4. Кросс-культурный анализ рекламы.                                                               | 2/0,5               |                             |                              |                                | Сообщение / презентация.<br>Практическое задание.                         |
|                                                                                                                          | Практическое занятие 1. Понятие рекламы и ее классификация.                                                                                                                                                                                              |                     |                             | 2/0                          |                                |                                                                           |
|                                                                                                                          | Самостоятельная работа                                                                                                                                                                                                                                   |                     |                             |                              | 6/10                           |                                                                           |
| УК-6:<br>ИУК-6.1,<br>ИУК-6.2                                                                                             | <b>Тема 2. Сущность и содержание PR.</b><br>1. PR в повседневной жизни.<br>2. Понятие PR.<br>3. Принципы и функции PR.<br>4. PR и близкая к ним деятельность.                                                                                            | 2/0,5               |                             |                              |                                | Сообщение / презентация.<br>Практическое задание.                         |
|                                                                                                                          | Практическое занятие 2. Сущность и содержание PR.                                                                                                                                                                                                        |                     |                             | 2/0                          |                                |                                                                           |
|                                                                                                                          | Самостоятельная работа                                                                                                                                                                                                                                   |                     |                             |                              | 6/10                           |                                                                           |
| УК-6:<br>ИУК-6.1,<br>ИУК-6.2                                                                                             | <b>Тема 3. Правовые и этические аспекты регулирования рекламы и PR.</b><br>1. Правовое регулирование рекламы.<br>2. Правовое регулирование PR.<br>3. Реклама и этика.<br>4. Этика и PR.<br>5. Профессиональные требования к специалисту по рекламе и PR. | 2/0                 |                             |                              |                                | Сообщение / презентация.<br>Практическое задание.                         |
|                                                                                                                          | Практическое занятие 3. Правовые и этические аспекты регулирования рекламы и PR.                                                                                                                                                                         |                     |                             | 4/0                          |                                |                                                                           |
|                                                                                                                          | Самостоятельная работа                                                                                                                                                                                                                                   |                     |                             |                              | 6/10                           |                                                                           |
| УК-6:<br>ИУК-6.1,<br>ИУК-6.2                                                                                             | <b>Тема 4. Средства распространения рекламы.</b><br>1. Реклама на телевидении и радио.<br>2. Печатные СМИ и реклама.<br>3. Наружная реклама.<br>4. Реклама в Интернете.<br>5. Нетрадиционная реклама.                                                    | 2/0,5               |                             |                              |                                | Сообщение / презентация.<br>Практическое задание.                         |
|                                                                                                                          | Практическое занятие 4. Средства распространения рекламы.                                                                                                                                                                                                |                     |                             | 4/1                          |                                |                                                                           |
|                                                                                                                          | Самостоятельная работа                                                                                                                                                                                                                                   |                     |                             |                              | 6/11                           |                                                                           |
| УК-6:<br>ИУК-6.1,<br>ИУК-6.2                                                                                             | <b>Тема 5. Средства коммуникации в PR.</b><br>1. Общественность и общественное мнение как объекты PR.<br>2. Процесс коммуникации и PR.<br>3. Формы и средства взаимодействия PR и СМИ.                                                                   | 2/0,5               |                             |                              |                                | Сообщение / презентация.<br>Практическое задание.                         |
|                                                                                                                          | Практическое занятие 5. Средства коммуникации в PR.                                                                                                                                                                                                      |                     |                             | 4/1                          |                                |                                                                           |
|                                                                                                                          | Самостоятельная работа                                                                                                                                                                                                                                   |                     |                             |                              | 6/11                           |                                                                           |
| УК-6:<br>ИУК-6.1,<br>ИУК-6.2                                                                                             | <b>Тема 6. Субъекты рекламной и PR-деятельности.</b><br>1. PR-служба: структура и функции.<br>2. Рекламное агентство: структура и направления работы.                                                                                                    | 2/0                 |                             |                              |                                | Сообщение / презентация.<br>Практическое задание.                         |
|                                                                                                                          | Практическое занятие 6. Субъекты рекламной и PR-деятельности.                                                                                                                                                                                            |                     |                             | 4/0                          |                                |                                                                           |

| Планируемые<br>результаты<br>освоения:<br>код<br>формируемой<br>компетенции<br>и индикаторы<br>достижения<br>компетенций | Наименование разделов, тем                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Виды учебной работы |                             |                              |                                | Формы<br>текущего<br>контроля<br>(наименование<br>оценочного<br>средства) |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----------------------------|------------------------------|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Контактная работа   |                             |                              | Самостоятельная<br>работа, час |                                                                           |
|                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Лекции, час         | Лабораторные<br>работы, час | Практические<br>занятия, час |                                |                                                                           |
|                                                                                                                          | Самостоятельная работа                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                     |                             |                              | 6/11                           |                                                                           |
| УК-6:<br>ИУК-6.1,<br>ИУК-6.2                                                                                             | <b>Тема 7. Организация и управление рекламной деятельностью.</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>Рекламный процесс.</li> <li>Разработка рекламных сообщений.</li> <li>Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.</li> <li>Планирование и проведение рекламной кампании.</li> <li>Оценка эффективности рекламы.</li> </ol>                                                                   | 4/1                 |                             |                              |                                | Сообщение / презентация.<br>Практическое задание.                         |
|                                                                                                                          | Практическое занятие 7. Организация и управление рекламной деятельностью.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                     |                             | 4/1                          |                                |                                                                           |
|                                                                                                                          | Самостоятельная работа                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                     |                             |                              | 6/11                           |                                                                           |
| УК-6:<br>ИУК-6.1,<br>ИУК-6.2                                                                                             | <b>Тема 8. Организационное и коммуникационное обеспечение PR-деятельности.</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>PR и внутренние целевые аудитории.</li> <li>Связи с общественностью с внешней средой.</li> <li>Традиционные формы PR-деятельности.</li> <li>Интернет в практике PR.</li> <li>Планирование и проведение PR-кампаний.</li> <li>Критерии эффективности PR-деятельности.</li> </ol> | 4/1                 |                             |                              |                                | Сообщение / презентация.<br>Практическое задание.                         |
|                                                                                                                          | Практическое занятие 8. Организационное и коммуникационное обеспечение PR-деятельности.                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                     |                             | 4/1                          |                                |                                                                           |
|                                                                                                                          | Самостоятельная работа                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                     |                             |                              | 5/11                           |                                                                           |
| УК-6:<br>ИУК-6.1,<br>ИУК-6.2                                                                                             | <b>Тема 9. Особые направления PR.</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>Специальные мероприятия в системе PR.</li> <li>Выставочная деятельность как инструмент PR.</li> <li>СМИ и PR.</li> <li>PR в кризисных ситуациях.</li> <li>Спонсоринг и фандрайзинг в PR.</li> </ol>                                                                                                                      | 4/0                 |                             |                              |                                | Сообщение / презентация.<br>Практическое задание.                         |
|                                                                                                                          | Практическое занятие 9. Особые направления PR.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                     |                             | 4/0                          |                                |                                                                           |
|                                                                                                                          | Самостоятельная работа                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                     |                             |                              | 5/11                           |                                                                           |
|                                                                                                                          | <b>ИТОГО</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <b>24/4</b>         | <b>-</b>                    | <b>32/4</b>                  | <b>52/96</b>                   |                                                                           |

Примечание: -/- объем часов соответственно для очной, заочной форм обучения

## **4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **4.1. Общие методические рекомендации по освоению дисциплины, образовательные технологии**

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

При проведении учебных занятий по дисциплине обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплины в форме курса, составленного на основе результатов научных исследований, проводимых университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- *балльно-рейтинговая технология оценивания;*
- *электронное обучение;*
- *репродуктивные технологии;*
- *технологии развивающего обучения;*
- *информационные технологии: Яндекс-документы, Google-документы, Zoom.*

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости. Максимальное количество баллов в семестре – 100.

### **4.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях лекционного типа**

*Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов тематического плана. В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках каждой темы дисциплины. Обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала.*

Лекционные занятия проводятся в поточной аудитории с применением мультимедийного проектора в виде учебной презентации или в ЭИОС университета.

*В ходе лекционных занятий рекомендуется конспектирование учебного материала. Возможно ведение конспекта лекций в виде интеллект-карт.*

*Отдельные темы предлагаются для самостоятельного изучения (конспектируются).*

*Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям / лабораторным работам и выполнения заданий самостоятельной работы, а также к мероприятиям текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.*

### **4.3. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на лабораторных работах**

*Лабораторные работы по дисциплине не предусмотрены.*

### **4.4. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях семинарского типа/ на практических занятиях**

*Практические (семинарские) занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы. Основной формой проведения семинаров и практических занятий*

является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

*Практические (семинарские) занятия обучающихся обеспечивают:*

- *проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;*
- *развитие умений и навыков подготовки и выступления с докладами, сообщениями, презентациями;*
- *обсуждение вопросов по учебному материалу дисциплины;*
- *выполнение и анализ практических заданий;*
- *подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте дисциплины.*

*Практические занятия организуются, в том числе в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.*

#### **4.5. Методические указания по самостоятельной работе обучающихся**

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку обучающегося к аудиторным занятиям и мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных практических заданий и других форм текущего контроля.

Самостоятельная работа студентов включает:

- *изучение учебной литературы по курсу;*
- *работу с ресурсами Интернет;*
- *подготовку к практическим (семинарским) занятиям;*
- *выполнение практических заданий;*
- *подготовку к промежуточной аттестации по курсу.*

При выполнении заданий для самостоятельной работы рекомендуется проработка материалов лекций по каждой пройденной теме, а также изучение рекомендуемой литературы.

Для обучающихся по заочной форме обучения самостоятельная работа является основным видом учебной деятельности.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используется электронный учебный курс, созданный в ЭИОС университета <http://sdo.tolgas.ru/>

## 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Вся литература, включенная в данный перечень, представлена в виде электронных ресурсов в электронной библиотеке университета (ЭБС). Литература, используемая в печатном виде, представлена в научной библиотеке университета в объеме не менее 0,25 экземпляров на одного обучающегося.

#### Основная литература

1. Варакута, С. А. Связи с общественностью : учеб. пособие для вузов по направлению 38.03.02 "Менеджмент" / С. А. Варакута. - Документ read. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 207 с. : табл. - (Высшее образование). - URL: <https://znanium.com/read?id=367327> (дата обращения: 23.12.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-003443-0. - 978-5-16-101780-7. - Текст : электронный.
2. Кузнецов, П. А. Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии : учеб. для вузов / П. А. Кузнецов. - 4-е изд., стер. - Документ read. - Москва : Дашков и К, 2022. - 294 с. - (Стратегия успешного бизнеса). - URL: <https://znanium.ru/read?id=431545> (дата обращения: 16.02.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-04872-2. - Текст : электронный.
3. Гогугадзе, М. Г. Основы PR-технологий : учеб. пособие / М. Г. Гогугадзе, Е. В. Сорокина, Е. А. Черкасова ; Балт. гос. техн. ун-т «Военмех» им. Д.Ф. Устинова. - Документ read. - Санкт-Петербург : БГТУ, 2021. - 223 с. - URL: <https://reader.lanbook.com/book/220271> (дата обращения: 22.02.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-907324-36-7. - Текст : электронный.
4. Рекламная деятельность : учеб. для вузов по направлению подгот. 38.04.02 "Менеджмент" (квалификация (степень) "магистр") / О. З. Матвеева, В. Д. Секерин, М. А. Измайлова [и др.] ; под ред. В. Д. Секерина. - Документ read. - Москва : ИНФРА-М, 2022. - 281 с. - (Высшее образование - Бакалавриат). - URL: <https://znanium.ru/read?id=414316> (дата обращения: 16.01.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-005684-5. - Текст : электронный.
5. Музыкант, В. Л. Реклама : учеб. пособие для вузов по специальности "Реклама" и "Маркетинг" / В. Л. Музыкант. - Документ read. - Москва : РИОР [и др.], 2019. - 209 с. : ил., табл. - (Высшее образование - Бакалавриат). - Прил. - Темы рефератов, курсовых и диплом. работ. - URL: <https://znanium.com/read?id=354352> (дата обращения: 15.10.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-369-00780-8. - 978-5-16-101585-8. - Текст : электронный.
6. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы : учеб. для вузов по специальности "Реклама" / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. - 19-е изд., стер. - Документ Bookread2. - Москва : Дашков и К, 2023. - 538 с. - URL: <https://znanium.ru/read?id=431703> (дата обращения: 27.12.2023). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-05172-2. - Текст : электронный.
7. Шишова, Н. В. Теория и практика рекламы : учеб. пособие / Н. В. Шишова, А. С. Подопригора, Т. В. Акулич. - Документ read. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 299 с. - (Высшее образование). - Слов. - URL: <https://znanium.com/read?id=354635> (дата обращения: 08.12.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-004794-2. - 978-5-16-101903-0. - Текст : электронный.
8. Зубков, С. А. Государственное и общественное регулирование в сфере рекламы и связей с общественностью : учеб. пособие / С. А. Зубков. - Изд. 2-е, стер. - Документ read. - Санкт-Петербург [и др.] : Лань, 2024. - 151 с. - URL: <https://reader.lanbook.com/book/396482> (дата обращения: 24.10.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-507-49581-8. - Текст : электронный.
9. Методические рекомендации к выполнению курсовой работы по дисциплине "Теория и практика рекламы и связей с общественностью" : для студентов направления

подгот. 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" : метод. материалы / Поволж. гос. ун-т сервиса (ФГБОУ ВО "ПВГУС"), ВШКИИиБ, Каф. "Соц.технологии и гуманитар. науки" ; сост. Д. С. Калинина. - Документ Adobe Acrobat. - Тольятти : ПВГУС, 2024. - 435,39 КБ, 37 с. - Прил. - URL: <http://elib.tolgas.ru/> (дата обращения: 22.08.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - 0-00. - Текст : электронный.

### **Дополнительная литература**

10. Антипов, К. В. Основы рекламы : учеб. для экон. вузов / К. В. Антипов. - 5-е изд., стер. - Документ read. - Москва : Дашков и К, 2021. - 326 с. - URL: <https://znanium.ru/read?id=431704> (дата обращения: 03.02.2025). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-04207-2. - Текст : электронный.

11. Васильев, Г. А. Технологии производства рекламной продукции : учеб. пособие для вузов по направлению подгот. 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" (квалификация (степень) "бакалавр") / Г. А. Васильев, В. А. Поляков, А. А. Романов. - Документ read. - Москва : Вузов. учеб. [и др.], 2021. - 271 с. - URL: <https://znanium.com/read?id=398371> (дата обращения: 03.06.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9558-0155-1. - 978-5-16-004085-1. - Текст : электронный.

12. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации : учеб. пособие для вузов по специальностям "Связи с общественностью", "Журналистика" (специалисты, бакалавры, магистры) / Б. Р. Мандель. - 2-е изд., испр. и доп. - Документ read. - Москва : ИНФРА-М, 2024. - 238 с. - (Высшее образование). - Прил. - URL: <https://znanium.ru/read?id=439471> (дата обращения: 15.02.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-112213-6. - Текст : электронный.

13. Романов, А. А. Разработка рекламного продукта : учеб. пособие для вузов по направлениям подгот. 38.03.02 "Менеджмент", 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" (квалификация (степень) "бакалавр") / А. А. Романов, Г. А. Васильев, В. А. Поляков. - Документ read. - Москва : Вуз. учеб. [и др.], 2019. - 256 с. : ил., табл. - . - Прил. - URL: <https://znanium.com/read?id=355021> (дата обращения: 18.03.2021). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9558-0124-7. - 978-5-16-003867-4. - Текст : электронный.

14. Тимофеев, М. И. Связи с общественностью (паблик рилейшнз) : учеб. пособие / М. И. Тимофеев. - 4-е изд. - Документ read. - Москва : РИОР [и др.], 2018. - 192 с. - (Высшее образование - Бакалавриат). - URL: <https://znanium.com/read?id=372209> (дата обращения: 30.11.2021). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-369-00534-7 (РИОР). - 978-5-16-103204-6 (ИНФРА-М online). - Текст : электронный.

### **5.2. Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы, интернет-ресурсы**

1. eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. - Москва, 2000. - URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 28.08.2023). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный.

2. КонсультантПлюс : справочная правовая система : сайт / ЗАО «КонсультантПлюс». - Москва, 1992. - URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения 28.08.2023). - Текст : электронный.

3. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса : сайт / ФГБОУ ВО «ПВГУС». - Тольятти, 2010. - URL : <http://elib.tolgas.ru> (дата обращения: 28.08.2023). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

4. Электронно-библиотечная система Znanium.com: сайт / ООО "ЗНАНИУМ". - Москва, 2011. - URL : <https://znanium.com/> (дата обращения: 28.08.2023). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

5. Электронно-библиотечная система Лань: сайт / ООО "ЭБС ЛАНЬ". - Москва, 2011. - URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения: 28.08.2023). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

### 5.3. Программное обеспечение

Информационное обеспечение учебного процесса по дисциплине осуществляется с использованием следующего программного обеспечения (лицензионного и свободно распространяемого), в том числе отечественного производства:

| №<br>п/п | Наименование      | Условия доступа                                                                    |
|----------|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| 1        | Microsoft Windows | из внутренней сети университета (лицензионный договор)                             |
| 2        | Microsoft Office  | из внутренней сети университета (лицензионный договор)                             |
| 3        | КонсультантПлюс   | из внутренней сети университета (лицензионный договор)                             |
| 4        | СДО MOODLE        | из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет<br>(лицензионный договор) |

## 6. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения.

**Занятия лекционного типа.** Учебные аудитории для занятий лекционного типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук), учебно-наглядные пособия (презентации по темам лекций), обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие данной программе дисциплины.

**Занятия семинарского типа.** Учебные аудитории для занятий семинарского типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

**Промежуточная аттестация.** Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используются компьютерные классы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета и/или учебные аудитории, укомплектованные мебелью и техническими средствами обучения.

**Самостоятельная работа.** Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета. Для организации самостоятельной работы обучающихся используются:

компьютерные классы университета;

библиотека (медиазал), имеющая места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет.

**Электронная информационно-образовательная среда университета (ЭИОС).** Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) <http://sdo.tolgaz.ru/> из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", как на территории университета, так и вне ее.

ЭИОС университета обеспечивает:

доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик;

формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

В случае реализации образовательной программы с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий ЭИОС дополнительно обеспечивает:

фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения образовательной программы;

проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;

взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети "Интернет".

## **7. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ**

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения. Для этого требуется заявление студента (его законного представителя) и заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК).

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида, могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

## 8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 8.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости. Максимальное количество баллов в семестре – 100.

#### Шкала оценки результатов освоения дисциплины, сформированности результатов обучения

| Форма проведения промежуточной аттестации | Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения |                       | Шкала оценки уровня освоения дисциплины |                                                  |                             |
|-------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------------------------|--------------------------------------------------|-----------------------------|
|                                           | Уровневая шкала оценки компетенций                        | 100 балльная шкала, % | 100 балльная шкала, %                   | 5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл | недифференцированная оценка |
| Зачет                                     | допороговый                                               | ниже 61               | ниже 61                                 | «неудовлетворительно» / 2                        | не зачтено                  |
|                                           | пороговый                                                 | 61-85,9               | 61-69,9                                 | «удовлетворительно» / 3                          | зачтено                     |
|                                           |                                                           |                       | 70-85,9                                 | «хорошо» / 4                                     | зачтено                     |
|                                           | повышенный                                                | 86-100                | 86-100                                  | «отлично» / 5                                    | зачтено                     |

По итогам текущей успеваемости студенту может быть выставлена оценка по промежуточной аттестации в соответствии за набранными за семестр баллами (по накопительному рейтингу). Студентам, набравшим в ходе текущего контроля успеваемости по дисциплине от 61 до 100 баллов и выполнившим все обязательные виды запланированных учебных занятий, по решению преподавателя без прохождения промежуточной аттестации выставляется оценка в соответствии со шкалой оценки результатов освоения дисциплины.

**Результат обучения считается сформированным (повышенный уровень),** если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний, использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 86 до 100, что соответствует повышенному уровню сформированности результатов обучения.

**Результат обучения считается сформированным (пороговый уровень),** если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 61 до 85,9, что соответствует пороговому уровню сформированности результатов обучения.

**Результат обучения считается несформированным,** если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже 61, что соответствует допороговому уровню.

### Формы текущего контроля успеваемости

| Формы текущего контроля    | Количество контрольных точек | Количество баллов за 1 контр. точку | Макс. возм. кол-во баллов |
|----------------------------|------------------------------|-------------------------------------|---------------------------|
| Сообщение / презентация    | 9                            | 5                                   | 45                        |
| Практическое задание       | 11                           | 5                                   | 55                        |
| <b>Итого по дисциплине</b> |                              |                                     | <b>100 баллов</b>         |

Система оценивания представлена в электронном учебном курсе по дисциплине <http://sdo.tolgas.ru/>.

## **8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы для ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ**

### **8.2.1. Типовые задания к практическим (семинарским) занятиям**

#### **Примерные темы сообщений / презентаций**

#### **Практическое занятие 1. Понятие рекламы и ее классификация.**

1. Понятие, содержание и цели рекламы.
2. Классификация рекламы.
3. История развития рекламы в России.
4. История развития рекламы за рубежом.
5. Особенности современного этапа развития рекламы.

#### **Практическое занятие 2. Сущность и содержание PR.**

1. Понятие PR.
2. Принципы и функции PR.
3. PR и близкая к ним деятельность.
4. История становления PR в России.
5. История становления PR за рубежом.
6. Задачи связей с общественностью в современном обществе.

#### **Практическое занятие 3. Правовые и этические аспекты регулирования рекламы и PR.**

1. Правовое регулирование рекламы.
2. Правовое регулирование PR.
3. Реклама и этика.
4. Этика и PR.
5. Профессиональные требования к специалисту по рекламе и PR.
6. Личностные качества специалиста по рекламе и PR.

#### **Практическое занятие 4. Средства распространения рекламы.**

1. Современные представления о средствах распространения рекламы.
2. Реклама на телевидении и радио.
3. Пресса и реклама.
4. Наружные и транзитные средства рекламы.
5. Прямая почтовая реклама.
6. Реклама в местах продаж.
7. Реклама в Интернете.
8. Директ маркетинг.
9. Промоушн.
10. Мерчендайзинг.
11. Выставки и ярмарки.

#### **Практическое занятие 5. Средства коммуникации в PR.**

1. Понятие и типологии общественности.
2. Целевые группы общественности.
3. Приоритетные группы общественности.
4. Общественное мнение.
5. Процесс коммуникации и PR.
6. Работа со средствами информации.
7. Обращение с информацией.
8. Связи со СМИ.

#### **Практическое занятие 6. Субъекты рекламной и PR-деятельности.**

1. Современный отдел рекламы и связей с общественностью как структурное подразделение организации.
2. Основные направления деятельности отдела рекламы и связей с общественностью.
3. Состав отдела рекламы и связей с общественностью и профессиональные требования к его сотрудникам.
4. Миссия, цель, функции и задачи отдела рекламы и связей с общественностью.

5. Принципы организации деятельности отдела рекламы и связей с общественностью.
6. Разработка концепции работы отдела рекламы и связей с общественностью.
7. Правовые основы деятельности отдела рекламы и связей с общественностью.
8. Этические аспекты деятельности отдела рекламы и связей с общественностью.

**Практическое занятие 7. Организация и управление рекламной деятельностью.**

1. Схема и составные элементы рекламного процесса.
2. Разработка рекламных сообщений.
3. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.
4. Этапы планирования рекламной деятельности.
5. Цели и задачи рекламной кампании.
6. Позиционирование.
7. Рекламные стратегии.
8. Организационный аспект рекламной деятельности.
9. Особенности рекламы отдельных видов товаров.
10. Оценка эффективности рекламы.

**Практическое занятие 8. Организационное и коммуникационное обеспечение PR-деятельности.**

1. PR-деятельность с внутренними целевыми аудиториями.
2. Фирменный стиль и корпоративная философия.
3. Корпоративный имидж.
4. Корпоративная культура организации.
5. Связи с общественностью с внешними целевыми аудиториями.
6. Информационный повод как основа PR.
7. Event-мероприятия.
8. Паблисити.
9. Спичрайтинг и копирайтинг.
10. Форматы PR-деятельности в Интернет.
11. Планирование PR-деятельности: работы до проведения PR-кампании.
12. Этапы разработки и проведения PR-кампании.
13. Оценка эффективности PR-деятельности.

**Практическое занятие 9. Особые направления PR.**

1. Специальные мероприятия в системе PR.
2. Выставочно-ярмарочная деятельность как инструмент PR.
3. Использование СМИ в PR-деятельности.
4. PR-деятельность в кризисных ситуациях.
5. Спонсоринг как вид PR-деятельности.
6. Особенности фандрайзинга в PR.
7. PR в избирательных кампаниях.
8. PR в государственных структурах.

**Примерные практические задания**

**Задание 1.**

Пользуясь информацией, размещенной на сайте вашего вуза, определите основные направления его рекламной и PR-деятельности.

**Задание 2.**

Выберите любое рекламное сообщение и проанализируйте его с точки зрения соблюдения ст. 5, 6 и 7 Федерального закона «О рекламе».

**Задание 3.**

Изучите материалы, представленные на сайте выбранной вами организации, сопоставьте стратегические цели ее развития, а также рекламной и PR-деятельности. Определите, есть ли между ними противоречия. Если есть, предложите корректировку стратегических целей рекламы и связей с общественностью.

**Задание 4.**

Каждый из нас в повседневной жизни выступает в качестве клиента многих организаций. Вспомните, какие коммуникации, обращенные к вам как к реальному или потенциальному клиенту, вызывали у вас положительные эмоции, а какие отторжение? Поделитесь с сокурсниками своими впечатлениями.

**Задание 5.**

Выберите организацию, работающую в социокультурной сфере. Подберите оптимальных партнеров для этой организации. Поясните, почему вы считаете этих партнеров оптимальными.

**Задание 6.**

Составьте таблицу «Характеристика технологий рекламы».

| №<br>п/п | Технологии рекламы | «плюсы» | «минусы» | Назначение |
|----------|--------------------|---------|----------|------------|
|          |                    |         |          |            |

**Задание 7.**

Проанализируйте содержание рекламных кампаний, реализуемых в регионах России (не менее 5 кейсов).

Оформите работу в таблицу:

| №<br>п/п | Цель и задачи программы | Целевая аудитория | Форма реализации | Основное содержание |
|----------|-------------------------|-------------------|------------------|---------------------|
|          |                         |                   |                  |                     |

### **8.3. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине: *зачет (по результатам накопительного рейтинга или в форме устно-письменного опроса).*

#### **Перечень вопросов для подготовки к зачету**

#### **УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни**

1. Понятие, содержание и цели рекламы.
2. Классификация рекламы.
3. История развития рекламы в России.
4. История развития рекламы за рубежом.
5. Особенности современного этапа развития рекламы.
6. Понятие PR.
7. Принципы и функции PR.
8. PR и близкая к ним деятельность.
9. История становления PR в России.
10. История становления PR за рубежом.
11. Задачи связей с общественностью в современном обществе.
12. Правовое регулирование рекламы.
13. Правовое регулирование PR.
14. Реклама и этика.
15. Этика и PR.
16. Профессиональные требования к специалисту по рекламе и PR.
17. Личностные качества специалиста по рекламе и PR.
18. Современные представления о средствах распространения рекламы.
19. Реклама на телевидении и радио.
20. Пресса и реклама.

21. Наружные и транзитные средства рекламы.
22. Прямая почтовая реклама.
23. Реклама в местах продаж.
24. Реклама в Интернете.
25. Директ маркетинг.
26. Промоушн.
27. Мерчендайзинг.
28. Выставки и ярмарки.
29. Понятие и типологии общественности.
30. Целевые группы общественности.
31. Приоритетные группы общественности.
32. Общественное мнение.
33. Процесс коммуникации и PR.
34. Работа со средствами информации.
35. Обращение с информацией.
36. Связи со СМИ.
37. Современный отдел рекламы и связей с общественностью как структурное подразделение организации.
38. Основные направления деятельности отдела рекламы и связей с общественностью.
39. Состав отдела рекламы и связей с общественностью и профессиональные требования к его сотрудникам.
40. Миссия, цель, функции и задачи отдела рекламы и связей с общественностью.
41. Принципы организации деятельности отдела рекламы и связей с общественностью.
42. Разработка концепции работы отдела рекламы и связей с общественностью.
43. Правовые основы деятельности отдела рекламы и связей с общественностью.
44. Этические аспекты деятельности отдела рекламы и связей с общественностью.
45. Схема и составные элементы рекламного процесса.
46. Разработка рекламных сообщений.
47. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.
48. Этапы планирования рекламной деятельности.
49. Цели и задачи рекламной кампании.
50. Позиционирование.
51. Рекламные стратегии.
52. Организационный аспект рекламной деятельности.
53. Особенности рекламы отдельных видов товаров.
54. Оценка эффективности рекламы.
55. PR-деятельность с внутренними целевыми аудиториями.
56. Фирменный стиль и корпоративная философия.
57. Корпоративный имидж.
58. Корпоративная культура организации.
59. Связи с общественностью с внешними целевыми аудиториями.
60. Информационный повод как основа PR.
61. Event-мероприятия.
62. Паблицити.
63. Спичрайтинг и копирайтинг.
64. Форматы PR-деятельности в Интернет.
65. Планирование PR-деятельности: работы до проведения PR-кампании.
66. Этапы разработки и проведения PR-кампании.
67. Оценка эффективности PR-деятельности.
68. Специальные мероприятия в системе PR.
69. Выставочно-ярмарочная деятельность как инструмент PR.
70. Использование СМИ в PR-деятельности.
71. PR-деятельность в кризисных ситуациях.
72. Спонсоринг как вид PR-деятельности.

- 73. Особенности фандрайзинга в PR.
- 74. PR в избирательных кампаниях.
- 75. PR в государственных структурах.