

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования



**Пермский национальный исследовательский
политехнический университет**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе


_____ Н.В.Лобов

« 08 » июня 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина: _____ Учебно-исследовательская работа студентов
(наименование)

Форма обучения: _____ очная
(очная/очно-заочная/заочная)

Уровень высшего образования: _____ бакалавриат
(бакалавриат/специалитет/магистратура)

Общая трудоёмкость: _____ 288 (8)
(часы (ЗЕ))

Направление подготовки: _____ 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления)

Направленность: _____ Реклама и связи с общественностью (общий профиль, СУОС)

(наименование образовательной программы)

1. Общие положения

1.1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование способности отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4); разрабатывать и реализовывать коммуникационные проекты (ПКО-2).

Задачи:

формирование знаний:

- применять методы исследования с целью определения потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные и пр.) для прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты;
- проводить и интерпретировать социологические, маркетинговые, репутационные, медийные и прочие исследования (качественные и количественные);
- разрабатывать план мероприятий по реализации коммуникационного проекта;
- разрабатывать пакет информационных материалов (информация о компании, буклеты, справ-ки, пресс-портреты, информация о проектах, Q&A и пр.), включая разработку контента, визуализацию;
- разрабатывать систему оценки эффективности коммуникационных программ;
- отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

формирование умений:

- технологии работы с контентом (определение целей-задач, стратегических фокусов, копирай-тинг и пр.);
- технологии работы с контентом (основные информационно-коммуникационные технологии, возможности программного обеспечения, необходимых для осуществления профессиональной деятельности);
- принципы и этапы организации рекламных и PR проектов;
- основные методы проектного планирования;
- инструменты маркетинговых коммуникаций (реклама, BTL, digital и пр.);
- процедуры, методики качественного и количественного анализа социологических, медийных и иных данных.

формирование навыков:

- применения полученных результатов исследования с целью определения потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные и пр.) для создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;
- разработки и проведения коммуникационных кампаний в организации;
- определения каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации;
- разработки рекламных акций по стимулированию продаж;
- бюджетирования проектов;
- определения и анализа стейкхолдеров и среды для коммуникаций (медиа, экспертные площадки и пр.);
- разработки коммуникационного проекта, правил и гайдлайнов по работе с медиа, социальными сетями и пр.;
- копирайтинга;
- медиа-планирования;
- деловых переговоров;
- ведения прямой коммуникации при помощи CRM- и интернет-систем (включая социальные сети, блоги и форумы и пр.);
- оценки эффективности коммуникационных продуктов;
- использования в профессиональной деятельности современных технологий рекламы и связей с общественностью, цифровых инструментов, технических средства и программного обеспечения.

1.2. Изучаемые объекты дисциплины

- Поисквые системы и базы цитирования
- MS Word
- MS Excel
- MS Powerpoint
- Научный текст. Технология работы с научным текстом.
- Презентация.
- Публичная защита.
- Целевые аудитории.
- Каналы коммуникации.
- Проектная деятельность

1.3. Входные требования

Требования к предметным результатам освоения базового курса обществознания основной образовательной программы среднего общего образования, а также базовых курсов Культура речи: эффективные коммуникации; Основы рекламной коммуникации; Введение в специальность; Основы журналистики; Психология; Риторика и ораторское искусство основной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Связи с общественностью и реклама».

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
-------------	-------------------	---	--	-----------------

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ОПК-4	ИД-1ОПК-4	<p>Знает</p> <ul style="list-style-type: none"> - технологии работы с контентом (определение целей-задач, стратегических фокусов, копирай-тинг и пр.); - технологии работы с контентом (основные информационно-коммуникационные техноло-гии, возможности программного обеспечения, необходимых для осуществления профессио-нальной деятельности); - принципы и этапы организации рекламных и PR проектов; - основные методы проектного планирования; - инструменты маркетинговых коммуникаций (реклама, BTL, digital и пр.); - процедуры, методики качественного и количественного анализа социологических, медийных и иных данных. 	<p>Знает методы исследования потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные и пр.) в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.</p>	Дифференцированный зачет
ОПК-4	ИД-2ОПК-4	<p>Умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять методы исследования с целью определения потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные и пр.) для прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты; - проводить и интерпретировать 	<p>Умеет применять методы исследования с целью определения потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные и пр.) для прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.</p>	Индивидуальное задание

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
		<p>социологические, маркетинговые, репутационные, медийные и прочие исследования (качественные и количественные);</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать план мероприятий по реализации коммуникационного проекта; - разрабатывать пакет информационных материалов (информация о компании, буклеты, справки, пресс-портреты, информация о проектах, Q&A и пр.), включая разработку контента, визуализацию; - разрабатывать систему оценки эффективности коммуникационных программ; 		
ОПК-4	ИД-3ОПК-4	<p>Владеет навыками</p> <ul style="list-style-type: none"> - применения полученных результатов исследования с целью определения потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные и пр.) для создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; - разработки и проведения коммуникационных кампаний в организации; - определения каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации; - разработки рекламных акций по стимулированию продаж; - бюджетирования 	<p>Владеет навыками</p> <p>применения полученных результатов исследования с целью определения потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные и пр.) для создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.</p>	Индивидуальное задание

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
		<p>проектов;</p> <ul style="list-style-type: none"> - определения и анализа стейкхолдеров и среды для коммуникаций (медиа, экспертные площадки и пр.); - разработки коммуникационного проекта, правил и гайдлайнов по работе с медиа, социальными сетями и пр.; - оценки эффективности коммуникационных продуктов; 		
ПКО-2	ИД-1ПКО-2	<p>Знает</p> <ul style="list-style-type: none"> - технологии работы с контентом (определение целей-задач, стратегических фокусов, копирай-тинг и пр.); - технологии работы с контентом (основные информационно-коммуникационные технологии, возможности программного обеспечения, необходимых для осуществления профессиональной деятельности); - принципы и этапы организации рекламных и PR проектов; - основные методы проектного планирования; - инструменты маркетинговых коммуникаций (реклама, BTL, digital и пр.); - процедуры, методики качественного и количественного анализа социологических, медийных и иных данных. 	<p>Знает принципы и этапы организации рекламных и PR проектов; основные методы проектного планирования; законодательство Российской Федерации в области рекламы, связей с общественностью и маркетинговой деятельности, стандарты и этические принципы, регулирующие коммуникационную политику организации; методы медиа-планирования; основы бюджетирования; инструменты маркетинговых коммуникаций (реклама, BTL, digital и пр.); технологии работы с контентом (определение целей-задач, стратегических фокусов, копирайтинг и пр.); процедуры, методики качественного и количественного анализа социологических, медийных и иных данных;</p>	Дифференцированный зачет
ПКО-2	ИД-2ПКО-2	<p>Умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять методы исследования с целью 	<p>Умеет проводить внутренние и внешние коммуникационные</p>	Индивидуальное задание

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
		<p>определения потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные и пр.) для прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты;</p> <p>- проводить и интерпретировать социологические, маркетинговые, репутационные, медийные и прочие исследования (качественные и количественные);</p> <p>- разрабатывать план мероприятий по реализации коммуникационного проекта;</p> <p>- разрабатывать пакет информационных материалов (информация о компании, буклеты, справки, пресс-портреты, информация о проектах, Q&A и пр.), включая разработку контента, визуализацию;</p> <p>- разрабатывать систему оценки эффективности коммуникационных программ</p>	<p>кампании; продвигать товары (услуги) организации на рынок; проводить и интерпретировать социологические, маркетинговые, репутационные, медийные и прочие исследования (качественные и количественные);</p> <p>разрабатывать план мероприятий по реализации коммуникационного проекта; разрабатывать пакет информационных материалов (информация о компании, буклеты, справки, пресс-портреты, информация о проектах, Q&A и пр.), включая разработку контента, визуализацию;</p> <p>разрабатывать систему оценки эффективности коммуникационных программ.</p>	
ПКО-2	ИД-3ПКО-2	<p>Владеет навыками</p> <p>- применения полученных результатов исследования с целью определения потребностей общества и интересов целевых аудиторий (социологические, маркетинговые, медийные и пр.) для создания медиатекстов и</p>	<p>Владеет навыками разработки и проведения коммуникационных кампаний в организации; определения каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации;</p>	Индивидуальное задание

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
		<p>(или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;</p> <ul style="list-style-type: none"> - разработки и проведения коммуникационных кампаний в организации; - определения каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации; - разработки рекламных акций по стимулированию продаж; - бюджетирования проектов; - определения и анализа стейкхолдеров и среды для коммуникаций (медиа, экспертные площадки и пр.); - разработки коммуникационного проекта, правил и гайдлайнов по работе с медиа, социальными сетями и пр.; - оценки эффективности коммуникационных продуктов; 		

3. Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах			
		Номер семестра			
		1	2	3	4
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	144	36	36	36	36
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:					
- лекции (Л)					
- лабораторные работы (ЛР)					
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	136	34	34	34	34
- контроль самостоятельной работы (КСР)	8	2	2	2	2
- контрольная работа					
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	144	36	36	36	36
2. Промежуточная аттестация					
Экзамен					
Дифференцированный зачет	36	9	9	9	9
Зачет					
Курсовой проект (КП)					
Курсовая работа (КР)					
Общая трудоемкость дисциплины	288	72	72	72	72

4. Содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
1-й семестр				
Модуль 1. Информационно-технологическая поддержка создания коммуникационных проектов. Тема 1. Технология портфолио для профессиональной деятельности в технологичной и промышленной сфере.	0	0	4	6
Виды и типы портфолио. Проектирование траектории профессио-нального роста и личностного развития.				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Тема 2. Особенности работы современных компьютерных технологий поиска информации	0	0	6	6
Особенности работы современных компьютерных технологий поиска информации, работа с поисковыми системами и сайтами, работа с российскими и международными поисковыми системами и базами цитирования РИНЦ, Scopus, Web of Science и т.п. Получение и анализ данных в открытых поисковых системах, работа с электронными библиотеками; пользование современных компьютерных технологий, открытых поисковых систем и баз цитирования в профессиональной деятельности; индексирование в поисковых системах				
Тема 3. Работа в текстовом редакторе MS Word	0	0	6	4
Работа в текстовом редакторе MS Word: основные возможности MS Word; базовые принципы ввода, редактирования и форматирования текста; создание и редактирование таблиц; работа с графическими объектами; работа с нумерованными и не нумерованными списками				
Тема 4. Работа с большим документом в текстовом редакторе MS Word	0	0	6	6
Работа с большим документом в текстовом редакторе MS Word: стилевая разметка документа с помощью экспресс-стилей; работа со стилями документа: создание, редактирование, копирование из других документов, связь с многоуровневыми списками; создание списков: таблиц, иллюстраций, схем, литературы; работа с оглавлением; рецензирование документов, вставка сносок, примечаний, защита документа; создание перекрестных ссылок на элементы документа; гиперссылки, работа с менеджерами библиографических ссылок; добавление титульной страницы; навигация по документу; работа с разделами документа: разбивка на разделы, применение разделов при работе с документами; создание колонтитулов (разные колонтитулы для разных разделов документа).				
Тема 5. Визуализация данных в MS Excel и Word	0	0	6	8
Визуализация данных в MS Excel и Word: виды диаграмм, их назначение и возможности их использования; создание и форматирование диаграмм; построение и форматирование диаграмм со вспомогательной вертикальной осью; построение и форматирование смешанных диаграмм; построение и форматирование трехмерных диаграмм (поверхности и изолинии).				
Тема 6. Создание презентаций в MS Power Point	0	0	6	6

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Создание презентаций в MS Power Point: основные этапы создания презентации; создание презентации с использованием тем, шаблонов и образцов слайдов; демонстрация презентации: показ слайдов, широкоэкранный показ слайдов, настройка демонстрации, навигация по слайдам, рукописные пометки на слайдах, автоматические презентации; анимационные эффекты; мультимедиа в презентации: вставка звукового файла, речевое сопровождение в презентации, добавление видео (формат AVI, QuickTime и MPEG, Macromedia-flash); встроенные и связанные объекты: работа с графикой, вставка в слайды картинок, вставка рисунка из файла, вставка рисунка с веб-страницы, редактирование изображений, использование таблиц, создание диаграмм, работа с графикой Smart Art, объект Word Art.				
ИТОГО по 1-му семестру	0	0	34	36
2-й семестр				
Модуль 2. Научно-исследовательская поддержка создания коммуникационных проектов. Тема 1. Исследования в сфере рекламы и связей с общественностью	0	0	2	6
Исследования в сфере рекламы и связей с общественностью. Аналитическая деятельность как основа создания, реализации и оценки эффективности рекламной и PR-деятельности.				
Тема 2. Научный текст	0	0	6	6
Общая характеристика научного стиля. Проблемы компиляции и плагиата. Понятие компиляции и плагиата. Как избежать плагиата. Правила цитирования. Проверка на плагиат. Научный текст, его характеристики, его виды. Содержание и форма разных видов научного текста. Структурная организация научной статьи, тезисов. Аннотация. Ключевые слова. Курсовая работа (проект) – самостоятельное исследование конкретной проблемы. Этапы подготовки и структура курсовой работы. Требования к оформлению курсовой работы. Содержание структурных элементов курсовой работы.				
Тема 3. Технология работы с научным текстом	0	0	6	6
Основные этапы выполнения научной работы. Выбор темы. Составление списка литературы и ее анализ. Печатные и электронные ресурсы. Сбор и анализ материала. Составление плана работы. Апробация работы. Создание текста. Редактирование текста. Графическое редактирование текста. Структура и содержание				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
научной работы. Структура научной работы. Содержание структурных элементов текста: титульный лист, оглавление, введение, основная часть, заключение, список использованной литературы, список используемых сокращений, приложения. Типичные ошибки в структуре и содержании работы. Оформление научной работы. Форматирование. Оформление структурных элементов работы, библиографических ссылок, библиографического списка, используемых сокращений, цитат, таблиц и иллюстраций (рисунков, схем, диаграмм, графиков). Типичные ошибки в оформлении текста работы. Подготовка статьи / тезисов к публикации.				
Тема 4. Научный доклад	0	0	6	6
Научный доклад: характеристика, виды, формы представления. Структура доклада				
Тема 5. Устная презентация	0	0	6	6
Устная презентация как эффективный способ изложения идеи и результатов проведенного исследования. Цель презентации – информирование о содержании исследования, достоверности и обоснованности полученных результатов, рекомендаций. Структура презентации. Типичные ошибки презентаций. Правила и рекомендации				
Тема 6. Публичная защита	0	0	8	6
Публичная защита текста научно-исследовательской работы. Публичный диалог и его специфика в условиях публичной защиты научного исследования				
ИТОГО по 2-му семестру	0	0	34	36
3-й семестр				
Модуль 3. Создание и реализация коммуникационных проектов в сфере рекламы. Тема 1. Цели и задачи проекта в сфере рекламы	0	0	4	4
Цели и задачи проекта в сфере рекламы. Бриф. Проблематика. Актуальность и оригинальность идеи. Цель. Задачи. Максимальная практическая значимость				
Тема 2. Целевые аудитории проекта в сфере рекламы	0	0	6	4
Сегментирование ЦА				
Тема 3. Каналы коммуникации проекта в сфере рекламы	0	0	6	6
Определение каналов коммуникации				
Тема 4. Структура проекта	0	0	6	6
Стратегия, тактика, практические действия				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
(мероприятия (реализованные/план), бюджет (смета), результаты (должны соответствовать задачам, если какие-то не удалось выполнить, необходимо дать анализ причин и возникших в ходе подготовки и реализации проекта проблем), перспективы (как можно развить, улучшить проект, кого еще привлечь, откуда получить новую поддержку и т.д., главное - насколько он жизнеспособен в будущем, чтоб он не был бесполезным, не «умер», даже если его реализацию вы бы передали другой команде в будущем).				
Тема 5. Оценка эффективности	0	0	6	8
Качественные и количественные методы оценки эффективности проекта в сфере рекламы				
Тема 6. Реализация проекта	0	0	6	8
Публичная защита и визуализация проекта, подготовка проекта к полной или частичной реализации, к конкурсу, фестивалю				
ИТОГО по 3-му семестру	0	0	34	36
4-й семестр				
Модуль 4. Создание и реализация коммуникационных проектов в сфере связей с общественностью. Тема 1. Цели и задачи проекта	0	0	4	4
Цели и задачи проекта проекта в сфере связей с общественностью. Бриф.				
Тема 2. Целевые аудитории проекта в сфере связей с общественностью	0	0	6	6
Таргетирование ЦА				
Тема 3. Каналы коммуникации проекта в сфере связей с общественностью	0	0	4	4
Определение каналов коммуникации проекта				
Тема 4. Структура проекта	0	0	6	6
Структура проекта в сфере связей с общественностью				
Тема 5. Оценка эффективности проекта в сфере связей с общественностью	0	0	6	8
Оценка эффективности проекта в сфере связей с общественностью: количественные и качественный методы				
Тема 6. Реализация проекта	0	0	8	8
Публичная защита и визуализация проекта, подготовка проекта к полной или частичной реализации, к конкурсу, фестивалю				
ИТОГО по 4-му семестру	0	0	34	36
ИТОГО по дисциплине	0	0	136	144

Тематика примерных практических занятий

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
1	1 семестр. Модуль 1. Информационно-технологическая поддержка создания коммуникационных проектов
2	Основы создания и сбора профессионального портфолио, основы создания резюме
3	Структурирование информации и оформление портфолио
4	Работа с российскими и иностранными поисковыми системами и базами цитирования РИНЦ, Scopus, Web of Science и т.п. Сбор и анализ информации
5	Работа в открытых поисковых системах, алгоритмы поиска информации, использование достоверных ис-точников
6	Работа в текстовом редакторе MS Word: создание и форматирование текста документа (формирование обзора данных по специальности, собранных и проанализированных в рамках 1 лабораторной работы), работа со стилями документа, разрывы страниц и разделов, маркированные и нумерованные списки, созда-ние списка литературы
7	Работа в текстовом редакторе MS Word: создание и редактирование таблиц; работа с графическими объектами; работа с формулами (Microsoft Equations, Math Type).
8	Работа в текстовом редакторе MS Word: работа с большим документом (стилевая разметка документа с помощью экспресс-стилей; работа со стилями документа: создание, редактирование, копирование из дру-гих документов, связь с многоуровневыми списками; создание списков: таблиц, иллюстраций, схем, лите-ратуры; работа с оглавлением).
9	Работа с менеджером библиографических ссылок
10	Работа в текстовом редакторе MS Word: работа с большим документом (рецензирование документов, вставка сносок, примечаний, защита документа; создание перекрестных ссылок на элементы документа; гиперссыки; добавление титульной страницы; навигация по документу; работа с разделами документа: разбивка на разделы, применение разделов при работе с документами; создание колонтитулов).
11	Работа в табличном процессоре MS Excel: создание и форматирование электронных таблиц; основные функции (математические, логические, текстовые, даты и время, финансовые и т.д.) и примеры их исполь-зование; автоматическое создание таблиц по данным из внешнего источника и их редактирование
12	Визуализация данных в MS Excel: виды диаграмм, их назначение и возможности их использования; созда-ние и форматирование диаграмм; построение и форматирование диаграмм со вспомогательной вертикаль-ной осью; построение и форматирование смешанных диаграмм; построение и форматирование трехмерных диаграмм (поверхности и изолинии).
13	Создание презентаций в MS Powerpoint и альтернативных программах создания презентаций, в том числе онлайн. Создание слайдов, основы дизайна, использование технических средств для визуализации инфор-мации.
14	Контрольная работа: создание макета профессионального портфолио, удовлетворяющего требования со-временных промышленных и высокотехнологичных предприятий, основы создания резюме
15	2 семестр Модуль 2. Научно-исследовательская поддержка создания коммуникационных проектов
16	Исследования в сфере рекламы и связей с общественностью
17	Научный текст
18	Технология работы с научным текстом.

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
19	Научный доклад
20	Устная презентация
21	Публичная защита
22	Подготовка научного текста к публикации
23	3 семестр Модуль 3. Создание и реализация коммуникационных проектов в сфере рекламы
24	Цели и задачи проекта в сфере рекламы. Бриф
25	Целевые аудитории проекта в сфере рекламы
26	Каналы коммуникации проекта в сфере рекламы
27	Структура проекта в сфере рекламы
28	Оценка эффективности проекта в сфере рекламы
29	Публичная защита и визуализация проекта, подготовка проекта к полной или частичной реализации, к конкурсу, фестивалю
30	4 семестр Модуль 4. Создание и реализация коммуникационных проектов в сфере связей с общественностью
31	Цели и задачи проекта в сфере связей с общественностью. Бриф.
32	Целевые аудитории проекта в сфере связей с общественностью
33	Каналы коммуникации проекта в сфере связей с общественностью
34	Структура проекта в сфере связей с общественностью
35	Оценка эффективности проекта в сфере связей с общественностью
36	Публичная защита и визуализация проекта, подготовка проекта к полной или частичной реализации, к конкурсу, фестивалю

5. Организационно-педагогические условия

5.1. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при котором учащиеся не пассивные слушатели, а активные участники занятия, отвечающие на вопросы преподавателя. Вопросы преподавателя нацелены на активизацию процессов усвоения материала, а также на развитие логического мышления. Преподаватель заранее намечает список вопросов, стимулирующих ассоциативное мышление и установление связей с ранее освоенным материалом.

Практические занятия проводятся на основе реализации метода обучения действием: определяются проблемные области, формируются группы. При проведении практических занятий преследуются следующие цели: применение знаний отдельных дисциплин и креативных методов для решения проблем и принятия решений; отработка у обучающихся навыков командной работы, межличностных коммуникаций и развитие лидерских качеств; закрепление основ теоретических знаний.

При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинги и анализ ситуаций и имитационных моделей.

5.2. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям, лабораторным работам и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

6. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Печатная учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке
1. Основная литература		
1	Информатика. Базовый курс : учебное пособие для вузов. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2015.	90
2	Мазур И.И. Управление проектами : учебное пособие для вузов / И.И. Мазур, В.Д. Шапиро, Н.Г. Ольдерогге. - М.: Омега-Л, 2007.	22
3	Научно-исследовательская работа магистров : учебное пособие для вузов / В. В. Прокин [и др.]. - Пермь: Изд-во ПНИПУ, 2012.	22
4	Чумиков А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник для вузов / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - Москва: ИНФРА-М, 2014.	50
2. Дополнительная литература		
2.1. Учебные и научные издания		
1	Асмолова М. Л. Искусство презентаций и ведения переговоров : учебное пособие / М. Л. Асмолова. - Москва: РИОР, ИНФРА-М, 2012.	2
2	Бусыгин А. В. Деловое проектирование и управление проектом : курс лекций / А. В. Бусыгин. - Москва: Бусыгин, 2003.	12
3	Горбунов В. В. Как написать научную статью и не только.. Советы студенту по подготовке, написанию и оформлению научной статьи : монография / В. В. Горбунов. - Москва: Русайнс, 2017.	10
4	Кузьмина О. Г. Социологическое обеспечение рекламы и маркетинга : учебное пособие / О. Г. Кузьмина. - Москва: Наука-Спектр, 2015.	3
5	Поташник М.М. Как подготовить проект на получение грантов : методическое пособие / М.М. Поташник. - М.: Пед. о-во России, 2005.	1
6	Фарбей Э. Эффективная рекламная кампания : Руководство по стратегии, планированию и выявлению потенциального потребителя : пер. с англ. / Э. Фарбей. - Днепропетровск: Баланс-Клуб, 2003.	2

7	Шапова И. Н. Информатика : учебное пособие / И. Н. Шапова, В. А. Шапов. - Пермь: Изд-во ПНИПУ, 2016	20
2.2. Периодические издания		
	Не используется	
2.3. Нормативно-технические издания		
	Не используется	
3. Методические указания для студентов по освоению дисциплины		
	Не используется	
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента		
	Не используется	

6.2. Электронная учебно-методическая литература

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Дополнительная литература	Н. Л. Никульшина Учись писать науч-ные статьи на англи-ском языке : Учебное пособие / Н. Л. Никульшина, О. А. Гливенкова, Т. В. Мордовина. - Тамбов: Тамбовский? государственны-технически- университет, ЭБС АСВ, 2012.	http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks86745	локальная сеть; свободный доступ
Дополнительная литература	О. А. Пасько Научно-исследовательская работа магистранта : Учебно-методическое пособие / О. А. Пасько, В. Ф. Ковязин. - Томск: Том-ский? политехнически- университет, 2017.	http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks88699	локальная сеть; свободный доступ
Дополнительная литература	Проектная деятельность как способ развития личности студентов и их профессиональной? подготовки : Мето-дические указания / сост. Е. А. Булато-ва. - Нижний? Новгород: Нижегород-ский? государственны- архитектурно-строительны- университет, ЭБС АСВ, 2015.	http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks85636	локальная сеть; свободный доступ

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Дополнительная литература	Протопопова Е. Э. Научная работа. Новые правила оформления. Библио-графический аппарат научных, исследовательских и творческих работ (ГОСТ 7.80-2000, ГОСТ 7.32-2001, ГОСТ 7.82-2001, ГОСТ 7.1-2003, ГОСТ 7.0.5-2008, ГОСТ 7.0.12-2011) : практическое пособие	http://elib.pstu.ru/Record/RUPNRPUelib3627	локальная сеть; свободный доступ
Дополнительная литература	Семенова Д. М. Управление проектами : учебное пособие / Д. М. Семенова. - Пермь: Изд-во ПНИПУ, 2017.	http://elib.pstu.ru/Record/RUPNRPUelib3990	локальная сеть; свободный доступ
Основная литература	Василенко С. В. Эффектная и эффективная презентация: практическое пособие / С. В. Василенко. – Москва: Дашков и К. – 2012. – 135 с.: ил.	http://elib.pstu.ru/Record/RUPSTUbooks164022	локальная сеть; свободный доступ
Основная литература	Каменских А. А. Информатика: работа в табличном процессе MS Excel : учебно-методическое пособие. - Пермь: Изд-во ПНИПУ, 2017.	http://elib.pstu.ru/Record/RUPNRPUelib3965	локальная сеть; свободный доступ
Основная литература	Международная база данных SciVerse Scopus: основные возможности для научного поиска и контактов : методические рекомендации / Пермский национальный исследовательский политехнический университет ; Сост. П. С. Волегов, М. А. Ташкинов, М. В. Шардакова, О. Д.	http://elib.pstu.ru/Record/RUPNRPUelib3444	локальная сеть; свободный доступ
Основная литература	Мухин О. И. Интерактивная информатика : учебное пособие / О. И. Мухин, О. А. Полякова. - Пермь: Изд-во ПНИПУ, 2017.	http://elib.pstu.ru/Record/RUPSTUbooks193450	локальная сеть; свободный доступ
Основная литература	Научно-исследовательская работа магистров : учебное пособие для вузов / В. В. Прокин [и др.]. - Пермь: Изд-во ПНИПУ, 2012.	http://elib.pstu.ru/Record/RUPNRPUelib3450	локальная сеть; свободный доступ

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Основная литература	Шардакова М. В. Российский индекс научного цитирования (РИНЦ) : вопро-сы и ответы / М. В. Шардакова. - Пермь: Научная библиотека ПНИПУ, 2012	http://elib.pstu.ru/Record/RUPNRPUelib4216	локальная сеть; свободный доступ
Основная литература	Щапова И. Н. Информатика : учебное пособие / И. Н. Щапова, В. А. Щапов. - Пермь: Изд-во ПНИПУ, 2016.	http://elib.pstu.ru/Record/RUPNRPUelib3829	локальная сеть; свободный доступ

6.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Вид ПО	Наименование ПО
Операционные системы	MS Windows 8.1 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)
Офисные приложения.	Adobe Acrobat Reader DC. бесплатное ПО просмотра PDF
Офисные приложения.	Microsoft Office Professional 2007. лиц. 42661567

6.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Наименование	Ссылка на информационный ресурс
Научная библиотека Пермского национального исследовательского политехнического университета	http://lib.pstu.ru/
Электронно-библиотечная система Лань	https://e.lanbook.com/
Электронно-библиотечная система IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru/
Информационные ресурсы Сети КонсультантПлюс	http://www.consultant.ru/
Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки	http://www.diss.rsl.ru/

7. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Практическое занятие	ноутбук	1
Практическое занятие	проектор	1

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Практическое занятие	экран	1

8. Фонд оценочных средств дисциплины

Описан в отдельном документе