

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о подписи:

ФИО: Выборцова Любовь Александровна

Должность: Ректор

Дата подписания: 02.12.2021 15:25:36

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»)

Кафедра «Социальные технологии и гуманитарные науки»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б.1.В.ДВ.01.2 Немедийные коммуникации

Направление подготовки:

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль) программы бакалавриата:

«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация выпускника: **бакалавр**

Рабочая учебная программа дисциплины разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017 г. № 512 (зарегистрировано Министерством юстиции Российской Федерации 29 июня 2017 г. № 47220).

Разработчик РПД:

к.с.н., доцент

(ученая степень, ученое звание)

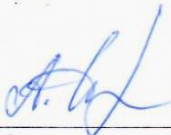

(подпись)

О.В. Кораблева

(ФИО)

СОГЛАСОВАНО:

Директор научной библиотеки


(подпись)

Н. В. Еремина

Начальник управления по информатизации


(подпись)

В. В. Обухов

РПД утверждена на заседании кафедры «Социальные технологии и гуманитарные науки» «20» мая 2020 г. протокол № 9.

Заведующий кафедрой, д.с.н., доцент

(ученая степень, ученое звание)


(подпись)

С. В. Явон

СОГЛАСОВАНО:

Начальник научно-методического отдела


(подпись)

Н. М. Шемендюк

Рабочая программа дисциплины утверждена в составе основной профессиональной образовательной программы решением Ученого совета Протокол № 6 от 20.05.2020 г.

Срок действия рабочей программы дисциплины до 26.06.2024 г.

АННОТАЦИЯ

Б.1.В.ДВ.01.2 Немедийные коммуникации

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриат (Модуль направленности (профиля). Элективные дисциплины (модули), углубляющие освоение профиля.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) * для профессиональных компетенций
ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ИПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ИПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Знает: - принципы и способы тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; - специфику использования немедийных технологий в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Умеет: - осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; - применять методы, инструменты, немедийных технологий Владеет: - навыками применения принципов, методов, инструментов немедийных технологий в рамках реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Требования рынка труда Требования работодателей Обобщение отечественного и зарубежного опыта

Краткое содержание дисциплины:

Введение в немедийные коммуникации.

Виды немедийных коммуникаций.

Инструменты немедийных коммуникаций: Shopper Marketing. Trade marketing. Consumer promo.

Инструменты немедийных коммуникаций: Event Маркетинг.

Потребительское поведение. Поведенческая экономика.

Креатив в немедийных коммуникациях.

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

1.1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у профессиональных компетенций, необходимых для решения следующих задач профессиональной деятельности:

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности
сфера рекламы и связей с общественностью.	организационный	организация процесса создания коммуникационного продукта (презентационных материалов)

К основным задачам изучения дисциплины относится подготовка обучающихся к выполнению следующих трудовых функций в соответствии с профессиональными стандартами:

Наименование профессиональных стандартов (ПС)	Код, наименование и уровень квалификации ОТФ, на которые ориентирована дисциплина	Код и наименование трудовых функций, на которые ориентирована дисциплина
Требования рынка труда Требования работодателей Обобщение отечественного и зарубежного опыта	ОТФ. Реализация коммуникационной стратегии	- Тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии - Организация взаимодействия с профессиональными сообществами, экспертами, аналитиками, конкурентами, партнерами, представляющими инфраструктуру рынка

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) * для профессиональных компетенций
ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ИПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ИПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и	Знает: - принципы и способы тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; - специфику использования немедийных технологий в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий Умеет: - осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; - применять методы, инструменты, немедийных технологий Владет: - навыками применения принципов, методов, инструментов немедийных технологий в рамках реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Требования рынка труда Требования работодателей Обобщение отечественного и зарубежного опыта

	корпоративной культуры	
--	------------------------	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриат (Модуль направленности (профиля). Элективные дисциплины (модули), углубляющие освоение профиля.

Освоение дисциплины осуществляется в 7 семестре (очная форма обучения), в 8 семестре (заочная форма обучения).

Дисциплины, на освоение которых опирается данная дисциплина:

- Основы интегрированных коммуникаций в коммерческой сфере;
- Социология массовых коммуникаций;
- Психология массовых коммуникаций;
- Теория и практика рекламы и связей с общественностью.

Дисциплины, для которых необходимы знания, умения, навыки, приобретаемые в результате изучения данной дисциплины:

- Управление проектами в рекламе и связях с общественностью.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 5 з.е. (180 час.), их распределение по видам работ и семестрам представлено в таблице.

Виды учебных занятий и работы обучающихся	Трудоёмкость, час
Формат изучения дисциплины (традиционный или с использованием элементов электронного обучения)	с использованием элементов электронного обучения
Общая трудоёмкость дисциплины	180
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего), в т.ч.:	74/18
занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками)	32/8
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	42/10
Самостоятельная работа всего, в т.ч.:	106/162
Самоподготовка по темам (разделам) дисциплины	106/162
Выполнение курсового проекта /курсовой работы	- /-
Контроль (часы на зачет)	-/-
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет

3.1. Содержание дисциплины, структурированное по темам, для студентов **ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ**

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы проведения учебной работы
		Контактная работа			Самостоятельная работа, час	
		Лекции, час	Лабораторны е работы, час	Практические занятия, час		
ПК-1: ИПК-1.1, ИПК-1.2, ИПК-1.3	Тема 1. Введение в немедийные коммуникации	4				Лекция-визуализация
	Практическое занятие Тема 1. Введение в немедийные коммуникации			6		Семинар-конференция
	Самостоятельная работа				15	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов/ сообщений/реферата/презентации/тестовых вопросов/вопросов для обсуждения к семинарским занятиям
ПК-1: ИПК-1.1, ИПК-1.2, ИПК-1.3	Тема 2. Виды немедийных коммуникаций	4				Лекция-визуализация
	Практическое занятие Тема 2. Виды немедийных коммуникаций			6		Семинар-конференция
	Самостоятельная работа				15	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов/ сообщений/реферата/презентации/тестовых вопросов/вопросов для обсуждения к семинарским занятиям
ПК-1: ИПК-1.1, ИПК-1.2, ИПК-1.3	Тема 3. Инструменты немедийных коммуникаций: Shopper Marketing. Trade marketing. Consumer promo.	6				Лекция-визуализация
	Практическое занятие Тема 3. Инструменты немедийных коммуникаций: Shopper Marketing. Trade marketing. Consumer promo			8		Семинар-конференция
	Самостоятельная работа				20	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов/ сообщений/реферата/презентации/тестовых вопросов/вопросов для обсуждения к семинарским занятиям Выполнение практического задания
ПК-1: ИПК-1.1, ИПК-1.2, ИПК-1.3	Тема 4. Инструменты немедийных коммуникаций: Event Маркетинг	6				Лекция-визуализация
	Практическое занятие Тема 4. Инструменты немедийных коммуникаций: Event Маркетинг			8		Семинар-конференция
	Самостоятельная работа				20	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов/ сообщений/реферата/презентации/тестовых вопросов/вопросов для обсуждения к семинарским занятиям
ПК-1: ИПК-1.1, ИПК-1.2, ИПК-1.3	Тема 5. Потребительское поведение. Поведенческая экономика	6				Лекция-визуализация
	Практическое занятие Тема 5. Потребительское			6		Семинар-конференция

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы проведения учебной работы
		Контактная работа			Самостоятельная работа, час	
		Лекции, час	Лабораторны е работы, час	Практические занятия, час		
	поведение. Поведенческая экономика					
	Самостоятельная работа				20	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов/ сообщений/реферата/презентации/тестовых вопросов/вопросов для обсуждения к семинарским занятиям
ПК-1: ИПК-1.1, ИПК-1.2, ИПК-1.3	Тема 6. Креатив в немедийных коммуникациях	6				Лекция-визуализация
	Практическое занятие Тема 6. Креатив в немедийных коммуникациях			8		Семинар-конференция
	Самостоятельная работа				16	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов/ сообщений/реферата/презентации/тестовых вопросов/вопросов для обсуждения к семинарским занятиям Выполнение практического задания
	ИТОГО	32	-	42	106	

**Формы и критерии текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
(технологическая карта для студентов ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ)**

Формы текущего контроля	Условия допуска	Количество контрольных точек	Количество баллов за 1 контр.точку	Макс. возм. кол-во баллов
Доклад/сообщение/ответы на тестовые вопросы	допускаются все студенты	8	5	40
Выполнение практического задания	допускаются все студенты	1	20	20
Подготовка тестовых вопросов по темам лекционных занятий	допускаются все студенты	2	10	20
Подготовка и защита реферата по выбранной теме	допускаются все студенты	1	10	10
Подготовка презентации по выбранной теме	допускаются все студенты	1	10	10
	Итого по дисциплине	13		100 баллов

Форма проведения промежуточной аттестации	Условия допуска	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
Дифференцированный зачет (по накопительному рейтингу или устно-письменный опрос)	допускаются все студенты	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

3.2.

Содержание дисциплины, структурированное по темам, для студентов **ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ**

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы						Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
		Контактная работа			Формы проведения контактной работы : лекций, лабораторных, практических занятий	Самостоятельная работа		
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час		в часах	формы организации самостоятельной работы	
ПК-1: ИПК-1.1, ИПК-1.2, ИПК-1.3	Тема 1. Введение в немедийные коммуникации	1		1	Лекция-визуализация (в т.ч. в ЭИОС) Семинар-конференция	25	Самостоятельное изучение темы	Подготовка докладов/ сообщений/реферата/презентации/тестовых вопросов/вопросов для обсуждения к семинарским занятиям
ПК-1: ИПК-1.1, ИПК-1.2, ИПК-1.3	Тема 2. Виды немедийных коммуникаций	1		1	Лекция-визуализация (в т.ч. в ЭИОС) Семинар-конференция	25	Самостоятельное изучение темы	Подготовка докладов/ сообщений/реферата/презентации/тестовых вопросов/вопросов для обсуждения к семинарским занятиям
ПК-1: ИПК-1.1, ИПК-1.2, ИПК-1.3	Тема 3. Инструменты немедийных коммуникаций: Shopper Marketing. Trade marketing. Consumer promo	2		3	Лекция-визуализация (в т.ч. в ЭИОС) Семинар-конференция	31	Самостоятельное изучение темы	Подготовка докладов/ сообщений/реферата/презентации/тестовых вопросов/вопросов для обсуждения к семинарским занятиям Выполнение практического задания
ПК-1: ИПК-1.1, ИПК-1.2, ИПК-1.3	Тема 4. Инструменты немедийных коммуникаций: Event Маркетинг	1		1	Лекция-визуализация (в т.ч. в ЭИОС) Семинар-конференция	25	Самостоятельное изучение темы	Подготовка докладов/ сообщений/реферата/презентации/тестовых вопросов/вопросов для обсуждения к семинарским занятиям
ПК-1: ИПК-1.1, ИПК-1.2, ИПК-1.3	Тема 5. Потребительское поведение. Поведенческая экономика	1		1	Лекция-визуализация (в т.ч. в ЭИОС) Семинар-конференция	25	Самостоятельное изучение темы	Подготовка докладов/ сообщений/реферата/презентации/тестовых вопросов/вопросов для обсуждения к семинарским занятиям
ПК-1: ИПК-1.1, ИПК-1.2, ИПК-1.3	Тема 6. Креатив в немедийных коммуникациях	2		3	Лекция-визуализация (в т.ч. в ЭИОС) Семинар-конференция	31	Самостоятельное изучение темы	Подготовка докладов/ сообщений/реферата/презентации/тестовых вопросов/вопросов для обсуждения к семинарским занятиям Выполнение практического задания
	ИТОГО	8		10		162		

**Формы и критерии текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
(технологическая карта для студентов ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ)**

Формы текущего контроля	Условия допуска	Количество контрольных точек	Количество баллов за 1 контр.точку	Макс. возм. кол-во баллов
Доклад/сообщение/ответы на тестовые вопросы	допускаются все студенты	8	5	40
Выполнение практического задания	допускаются все студенты	1	20	20
Подготовка тестовых вопросов по темам лекционных занятий	допускаются все студенты	2	10	20
Подготовка и защита реферата	допускаются все студенты	1	10	10
Подготовка презентации по выбранной теме	допускаются все студенты	1	10	10
	Итого по дисциплине	13		100 баллов

Форма проведения промежуточной аттестации	Условия допуска	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
Дифференцированный зачет (по накопительному рейтингу или устно-письменный опрос)	допускаются все студенты	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

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.

Контактная работа может быть аудиторной, внеаудиторной, а также проводиться в электронной информационно-образовательной среде университета (далее - ЭИОС). В случае проведения части контактной работы по дисциплине в ЭИОС (в соответствии с расписанием учебных занятий), трудоемкость контактной работа в ЭИОС эквивалентна аудиторной работе.

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;
- проблемное обучение;
- разбор конкретных ситуаций.

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.

По итогам текущей успеваемости студенту может быть выставлена оценка по промежуточной аттестации в соответствии за набранными за семестр баллами. 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.

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

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

4.3. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях семинарского типа

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;
- получение умений и навыков составления докладов и сообщений, обсуждения вопросов по учебному материалу дисциплины;
- подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте дисциплины.

4.4. 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.

При выполнении заданий для самостоятельной работы рекомендуется проработка материалов лекций по каждой пройденной теме, а также изучение рекомендуемой литературы, представленной в Разделе 5.

В процессе самостоятельной работы при изучении дисциплины студенты могут использовать в специализированных аудиториях для самостоятельной работы компьютеры, обеспечивающему доступ к программному обеспечению, необходимому для изучения дисциплины, а также доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет» к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) и электронной библиотечной системе (ЭБС), где в электронном виде располагаются учебные и учебно-методические материалы, которые могут быть использованы для самостоятельной работы при изучении дисциплины.

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

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. Папкина, О. В. Деловые коммуникации : учеб. для вузов по направлению подгот. 38.00.00 "Экономика и упр." / О. В. Папкина. - Документ read. - Москва : Вузов. учеб. [и др.], 2020. - 160 с. - (Высшее образование - Бакалавриат). - URL: <https://znanium.com/read?id=359428> (дата обращения: 09.12.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9558-0301-2. - 978-5-16-100641-2. - Текст : электронный.

2. Ромашко, Т. В. Фандрейзинг, спонсорство и благотворительность : учеб.-метод. пособие / Т. В. Ромашко. - Изд. 2-е, стер. - Документ Reader. - Санкт-Петербург [и др.] : Лань, 2020. - 84 с. - URL: <https://e.lanbook.com/reader/book/146619/#1> (дата обращения: 15.10.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-8114-5934-6 : 0-00. - Текст : электронный.

3. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации. Реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учеб. пособие для вузов по направлению подгот. "Реклама и связи с общественностью" / Ф. И. Шарков. - 2-е изд., стер. - Документ Bookread2. - Москва : Дашков и К, 2020. - 324 с. - Слов. - URL: <https://znanium.com/read?id=358550> (дата обращения: 09.04.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-03519-7. - Текст : электронный.

4. Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учеб. для вузов по специальности "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков. - 5-е изд., стер. - Документ Bookread2. - Москва : Дашков и К, 2020. - 488 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Глоссарий. - URL: <http://https://znanium.com/read?id=358540> (дата обращения: 15.10.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-03544-9. - Текст : электронный.

5. Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учеб. пособие / Ф. И. Шарков. - 5-е изд., стер. - Документ Bookread2. - Москва : Дашков и К [и др.], 2020. - 272 с. : ил. - Крат. слов.-справ. - URL: <https://znanium.com/read?id=358568> (дата обращения: 09.04.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-03640-8. - Текст : электронный.

6. Шпаковский, В. О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова, И. В. Кирильчук. — 4-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 126 с. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093220> (дата обращения: 19.10.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей. — ISBN 978-5-394-03520-3. - Текст : электронный.

Дополнительная литература

7. Ньюсом, Д. Все о PR. Теория и практика паблик рилейшнз : [учебник] / Д. Ньюсом, Терк, Дж., Д. Крукеберг ; [пер. с англ. О. В. Дубицкой [и др.]]. - 7-е изд. - Москва : ИМИДЖ-Контакт [и др.], 2001. - 628 с. : табл. - (Современные консалтинговые технологии). - ISBN 5-94369-007-7. - 5-16-000794-7 : 54-61. - Текст : непосредственный.

8. Романов, А. А. Маркетинговые коммуникации : учеб. для вузов по направлениям подгот. 38.03.06 "Торговое дело" и 41.03.06 "Публич. политика и соц. науки" / А. А. Романов, И. М. Синяева, В. А. Поляков. - Документ read. - Москва : Вузов. учеб. [и др.], 2018. - 383 с. : ил. - URL: <https://znanium.com/read?id=372535> (дата обращения: 09.04.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9558-0194-0. - 978-5-16-004217-6. - Текст : электронный.

9. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации. Правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике : учеб. пособие для вузов по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / Ф. И. Шарков. - 3-е изд., перераб. и

доп. - Документ Bookread2. - Москва : Дашков и К [и др.], 2016. - 334 с. - Глоссарий. - Прил. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=414955> (дата обращения: 09.04.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-00783-5. - 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: 09.04.2020). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный.

2. ГАРАНТ.RU : информ. – правовой портал : [сайт] / ООО «НПП «ГАРАНТ-СЕРВИС». – Москва, 1990 - . - URL: <http://www.garant.ru> (дата обращения 09.04.2020). - Текст : электронный.

3. КонсультантПлюс : справочная правовая система : сайт / ЗАО «КонсультантПлюс». – Москва, 1992 - . - URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения 09.04.2020). - Текст : электронный.

4. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса : сайт / ФГБОУ ВО «ПВГУС». – Тольятти, 2010 - . - URL. : <http://elib.tolgas.ru> (дата обращения 09.04.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

5. Электронно-библиотечная система Znanium.com : сайт / ООО "ЗНАНИУМ". – Москва, 2011 - . - URL: <https://znanium.com/> (дата обращения 09.04.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

6. Электронно-библиотечная система Лань : сайт / ООО "ЭБС ЛАНЬ". - Москва, 2011 - . - URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения 09.04.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

5.3. Программное обеспечение

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1	MicrosoftWindows	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
2	MicrosoftOffice	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 (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.tolgas.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. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта в ходе текущего контроля успеваемости

8.1.1. Типовые задания к практическим (семинарским) занятиям (Темы докладов/сообщений)

Семинарские занятия. Тема 1. Введение в немедийные коммуникации

Темы докладов/сообщений:

1. Понятие и виды немедийных коммуникаций.
2. Цели и задачи немедийных коммуникаций.
3. Предмет немедийных коммуникаций.
4. Методы и функции немедийных коммуникаций.
5. Отличие между BTL(немедийными) и ATL-агентствами/
6. История немедийных коммуникаций.

Семинарские занятия. Тема 2. Виды немедийных коммуникаций

Темы докладов/сообщений:

1. Прямая реклама (Direct Advertising).
2. Печатная реклама (Print Advertising).
3. Реклама в местах продаж (Point-of-Sale Advertising).
4. Имиджевая и сувенирная продукция (Souvenir Advertising).

Семинарские занятия. Тема 3. Инструменты немедийных коммуникаций: Shopper Marketing. Trade marketing. Consumer promo.

Темы докладов/сообщений:

1. Понятия Shopper и Trade marketing и их различия.
2. Покупатель и потребитель.
3. Инструменты Shopper и Trade marketing.
4. Роль ритейлера в покупательском опыте.
5. Современные тенденции в trade marketing.
6. Тренды и инструменты Consumer promo.
7. Понятие и способы промо-активации.

Семинарские занятия. Тема 4. Инструменты немедийных коммуникаций: Event Маркетинг.

Темы докладов/сообщений:

1. Понятие «Event-маркетинг».
2. Виды ивентов по целям и форматам.
3. Понятие и сущность специальных мероприятий
4. Классификация и виды специальных мероприятий
5. Этапы разработки проекта специального мероприятия
6. Аналитический этап разработки проекта специального мероприятия.
7. Планирование ивента.
8. Реализация ивента.
9. Оценка эффективности ивента.
10. Организация ивента.

Семинарские занятия. Тема 5. Потребительское поведение. Поведенческая экономика

Темы докладов/сообщений:

1. Роль потребительского поведения в BTL коммуникациях.
2. Основные факторы эффективности коммуникаций.
3. Коммуникативные ошибки.
4. Теория подталкивания (Nudge theory).

5. Поведенческая экономика.

Семинарские занятия. Тема 6. Креатив в немедийных коммуникациях

Темы докладов/сообщений

1. Особенности креатива в BTL.
2. Техники развития креативности.

8.1.2. Типовые практические задания к семинарским занятиям

Практическое задание № 1 (по дисциплине)

Студенты получают бриф, для решения которого потребуются знания и навыки из всей программы. После каждого семинара студенты должны будут подготовить фрагмент работы, соответствующей теме семинара. В результате выполнения всех этапов задания студент полностью проработает бриф и подготовит финальную презентацию решения.

8.1.4. Типовые темы докладов, рефератов, презентаций

Темы рефератов/презентаций

1. Концепции массового общества и немедийные коммуникации.
2. Конструирование социальной реальности как эффект немедийных коммуникаций.
3. Продвижение продаж (демонстрации, ярмарки, соревнования).
4. Организация и участие в выставках.
5. Исследования в немедийных коммуникациях.
6. Печатная продукция (каталоги, брошюры, индивидуальные письма).
7. Конференция и семинары как формат.
8. Современное общество как общество коммуникаций.
9. Основные функции немедийной коммуникации.
10. Специфика PR-деятельности в отношении различных видов немедийных коммуникаций.
11. Аудитория и социологические способы ее изучения.
12. Исследования функций немедийной коммуникации.
13. Эффекты немедийной коммуникации.
14. Проблема эффективности.
15. Исследования коммуникатора.
16. Немедийные средства рекламы.
17. Информационный повод в немедийных коммуникациях.
18. Ярмарки и салоны.
19. POS как форма немедийной коммуникации
20. Роль телемаркетинга в коммуникационной стратегии компании
21. Мобильный маркетинг. Сущность и виды.
22. Стимулирование торговых посредников.
23. Стимулирование покупателей.
24. Корпоративные мероприятия.
25. Партизанский маркетинг в структуре немедийных коммуникаций.

8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта в ходе промежуточной аттестации по дисциплине

Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине – **Дифференцированный зачет** по результатам накопительного рейтинга или в форме устно-письменного опроса (очная и заочная формы обучения).

Примерные вопросы для дифференцированного зачета (ИПК-1.1-1.3)

1. Понятие и виды немедийных коммуникаций.
2. Цели, задачи и функции немедийных коммуникаций.
3. Предмет и метод немедийных коммуникаций.
4. Отличие между BTL(немедийными) и ATL-агентствами/
5. История немедийных коммуникаций.
6. Прямая реклама (Direct Advertising).
7. Печатная реклама (Print Advertising).

8. Реклама в местах продаж (Point-of-Sale Advertising).
9. Имиджевая и сувенирная продукция (Souvenir Advertising).
10. Роль потребительского поведения в BTL коммуникациях.
11. Основные факторы эффективности коммуникаций.
12. Коммуникативные ошибки.
13. Теория подталкивания (Nudge theory).
14. Поведенческая экономика.
15. Понятия Shopper и Trade marketing и их различия.
16. Покупатель и потребитель.
17. Инструменты Shopper и Trade marketing.
18. Роль ритейлера в покупательском опыте.
19. Современные тенденции в trade marketing.
20. Тренды и инструменты Consumer promo.
21. Понятие и способы промо-активации.
22. Понятие «Event-маркетинг».
23. Виды ивентов по целям и форматам.
24. Понятие и сущность специальных мероприятий
25. Классификация и виды специальных мероприятий
26. Этапы разработки проекта специального мероприятия.
27. Аналитический этап разработки проекта специального мероприятия.
28. Планирование ивента.
29. Реализация ивента.
30. Оценка эффективности ивента.
31. Организация ивента.
32. Особенности креатива в BTL-коммуникациях.