



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ИВАНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Отделение журналистики, рекламы и связей с общественностью

ОДОБРЕНО:

Руководитель ОП

Е.Е.Ломакина

(подпись)

29 августа 2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Проектная деятельность

в области рекламы и связей с общественностью

Уровень высшего образования:	бакалавриат
Квалификация выпускника:	бакалавр
Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность образовательной программы:	Реклама и связи с общественностью

Иваново



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

1. Цели освоения дисциплины

Цель курса: обобщение теоретических знаний в области РСО; повышение общей профессиональной культуры студентов, выработка навыков написания и презентации научных и практикоориентированных проектов.

Задачи курса:

- дать студентам общие представления о требованиях, предъявляемых к курсовой и выпускной работы;
- закрепить при написании работ по специальности полученные знания;
- сформировать определенные навыки рецензирования и защиты курсовой и выпускной работ.

Для освоения данной дисциплины обучающийся должен:

- Знать: основные исследовательские методы, технологии деятельности в области рекламы и СО;
- Уметь: работать с научной литературой по выбранному направлению исследования, проводить самостоятельную деятельность;
- Иметь навыки научно-исследовательской деятельности в области рекламы и СО (обоснование актуальности темы, формулировка цели и задач исследования, определение его объекта и предмета, работа с источниками и литературой по теме, выделение прикладных и теоретических проблем, реализация собственного проекта и т.п.).

Данные знания, умения и навыки формируются как при изучении предшествующих дисциплин профессионального направления («Основы интегрированных коммуникаций», «Основы менеджмента в рекламе и СО», «Маркетинговые исследования и ситуативный анализ», «Разработка и технология производства рекламного и СО-продукта» и др.), так и при прохождении практик (например, производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, а также первичных навыков исследовательской деятельности, рекламно-информационных практик, а позднее – преддипломной производственной практики).

2. Место дисциплины в структуре ОП

Основы проектной деятельности в области рекламы и связей с общественностью» С этим связана специфика заданий, выдвигаемых преподавателем, и особенности самостоятельной работы студентов.

На основе знакомства с источниками исследований и их анализа они пишут и предлагают для совместного обсуждения в группе части курсовых и выпускных работ.

Тематика докладов достаточно разнообразна, поскольку при ее определении прежде всего учитываются дифференцированные интересы и способности авторов. Вместе с тем сосредоточенность каждого из них на том или ином аспекте творческой деятельности рекламиста или специалиста по связям с общественностью создает возможности для объединения при решении сходных задач.

Занятия проводятся регулярно, кроме того, студенты постоянно консультируются по возникающим проблемам как с преподавателем, непосредственно ведущим дисциплину, так и со своими научными руководителями. В ходе межсессионной аттестации подводятся предварительные итоги и намечаются сроки ликвидации появившихся задолженностей.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине.

3.1. Компетенции, формированию которых способствует данная дисциплина

При реализации дисциплины формируются следующие компетенции в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

общепрофессиональные (ОПК):



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

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

ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

авторская деятельность: способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа (ПК – 1);

маркетинговая деятельность: способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационных проектов (ПК – 2);

организационная деятельность: способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПК – 3);

проектная деятельность: способен реализовать типовые алгоритмы проектов и коммуникаций в сфере рекламы и связей с общественностью (ПК – 4).

3.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с формируемыми компетенциями.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

- Знать:
 - принципы работы рекламного агентства и агентства по связям с общественностью; основные понятия науки о рекламе и связях с общественностью; принципы осуществления рекламной и СО-коммуникации; специфику работы с целевой аудиторией в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта .
 - основные этапы и принципы производства рекламной продукции для различных носителей; виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде; правовые и этические основы рекламы и СО; принципы организации работы отделов интегрированных коммуникаций; основы правового саморегулирования рекламно-коммуникационной деятельности; основы семиотического подхода к разработке и производству рекламного продукта разных типов; основы копирайтинга; основы графического дизайна; основы полиграфии; основы написания рекламного сценария (; содержание понятий: маркетинговое исследование, прогноз развития рынка, емкость спроса, динамика спроса, предпочтение потребителей, конкурентные позиции; цели и задачи маркетингового исследования; базовые методики проведения маркетинговых исследований; значение маркетингового исследования по повышению конкурентоспособности продукции; аспекты взаимодействия продавцов и покупателей на современном рынке;
 - круг источников информации для составления аналитических материалов, обзоров, прогнозов по проблематике рекламы и СО; правила написания аналитических материалов, обзоров, прогнозов по проблематике рекламы и СО; специфики рекламы и СО как научных и прикладных сфер коммуникационной деятельности ;
- Уметь:
 - выполнять функциональные обязанности в рамках различных профессиональных компетенций (копирайтера, дизайнера, специалиста, отвечающего за разработку и реализацию проекта, специалиста в области медиапланирования и т.д.); сотрудничать с коллегами и заказчиками при разработке рекламного или СО-проекта, устанавливать контакты с различными социальными группами; использовать базовые знания в области рекламы и СО для достижения цели деятельности; адаптировать научные знания для прагматических целей; выбирать адекватную стратегию общения с различными целевыми аудиториями .



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

- формировать требования и оценивать качества выполнения работ по разработке и производства рекламной продукции; выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ; создавать эффективный рекламный продукт разного типа; воздействовать через рекламный продукт на сознание и подсознание целевой аудитории; организовывать и осуществлять на высоком уровне рекламные кампании и кампании по СО;
- ориентироваться в методиках проведения маркетинговых исследований; моделировать мероприятия по повышению конкурентоспособности продукции; планировать направления собственной деятельности в области повышения конкурентоспособности продукции; оценивать результаты мероприятий по повышению конкурентоспособности продукции);
- размещать рекламный текст на разных поверхностях - работать с различными источниками информации для составления аналитических материалов, обзоров, прогнозов по проблематике рекламы и СО; создавать аналитические материалы в области рекламы и СО; использовать специальные программы обработки информации для создания аналитических материалов, обзоров, прогнозов по проблематике рекламы и СО; квалифицированно представлять составленные аналитические справки, обзоры и прогнозы

Иметь навыки

- навыками работы в рекламном и СО-агентстве; навыками организационно-управленческой работы; основными понятиями данных профессиональных сфер; развитыми навыками профессионального коммуникатора; информационными ресурсами и технологиями, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности (ОПК-1).
- профессиональной терминологией; навыками составления технического задания; навыками разработки рекламных компаний разных типов; навыками работы в различных графических и текстовых редакторах; традиционными и современными, креативными технологиями разработки рекламного продукта разных типов (ПК-8); техникой проведения маркетингового исследования; навыками самостоятельной работы, по повышению конкурентоспособности продукции; навыками ориентации в традициях поведения потребителей; современной научной терминологией, в области повышения конкурентоспособности продукции; навыками ведения научной дискуссии, в области повышения конкурентоспособности продукции; приёмами самоконтроля, самооценки и самовоспитания (ПК-9);
- приемами и программами мониторинга различных источников получения информации в области рекламы и СО; навыками написания аналитической документации; способностью прогнозировать развитие имеющихся в настоящее время тенденций в сфере массовой коммуникации (ПК-11).

4. Содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц: 288 часа. Проводится в 6,7,8 семестрах.

4.1. Содержание дисциплины по разделам (темам), соотнесенное с видами и трудоемкостью занятий лекционно-семинарского типа

Объем иной контактной работы и самостоятельной работы обучающегося по дисциплине указан в учебном плане образовательной программы.

№	Разделы (темы) дисциплины	Семестр	Виды занятий, их объем (в ак. часах, по очной форме обучения)	Формы текущего контроля успеваемости (по очной форме обучения)
---	---------------------------	---------	--	--



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Формы промежуточной аттестации
1	Определение уровня входных учебных достижений. Введение в проблематику курса, представление рабочей программы, осмысление требований к организации процесса обучения, самостоятельной работы и форм аттестации по курсу. Изучение РП, списка источников, формулировка, вопросов, интересующих студентов на основе изучения содержания курса	6		4	Входная диагностика. Список вопросов, интересующих студентов по содержанию учебного материала (сдается в письменном виде)
2.	Установочное занятие: цели и задачи курса. Выбор темы курсовой работы.	6		4	Защита темы курсовой работы
3.	Работа с научной литературой и периодическими изданиями. Правила использования источников информации.	6		4	Составление аннотированного списка литературы по теме курсовой работы Составление плана написания курсовой работы - 4 ч.
4.	Защита развернутых планов курсового сочинения.	6		4	Защита плана курсовой работы
5.	Представление тезисов и материалов основной части курсовых работ.	6		4	Составление тезисов



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

6.	Написание введения к курсовой работе.	6		4	Написание текста введения
7.	Структура и оформление курсовой работы.	6		4	Защита структуры курсовой работы
8.	Представление выводов по курсовому сочинению	6		4	Рецензирование письменных сообщений
9.	Итоговое занятие: подготовка к процедуре защиты курсовой работы.	6		4	Тренинг-защита курсовой работы
	ИТОГО ЗА СЕМЕСТР			108	ЗАЧЕТ
	Курсовая работа			36	Защита курсовой работы
10.	Выбор темы выпускной работы. Утверждение темы.	7		6	Собеседование-защита темы выпускной работы - Составление плана написания выпускной работы
11.	Написание рабочего варианта введения.	7		6	Рабочий вариант введения -
12.	Требования к содержанию выпускной работы.	7		6	Обоснование объекта и предмета исследования
13.	Подбор материалов и изложение результатов исследования.	7		4	Составление аннотированного списка литературы по теме выпускной работы
14.	.Разработка проекта в сфере продвижения выбранного объекта	7		10	Составление тезисов с цитатами (различные способы)
	ИТОГО ЗА СЕМЕСТР			32	ЗАЧЕТ
15.	Руководство выпускной работой.	8		4	Корректировка плана написания выпускной работы
16.	Структура выпускной работы.	8		4	Защита структуры выпускной работы
17.	Правила редактирования	8		4	Редактирование текста



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

	текста.				
18.	Оформление выпускной работы.	8		6	Подготовка предзащитного слова
19.	Подготовка к предзащите выпускной работы.	8		6	Предзащита
20.	Взаимное рецензирование работ	8		2	Рецензирование
21.	Критерии оценки выпускной работы.	8		2	Проверка черновика выпускной работы.
	ИТОГО ЗА СЕМЕСТР			28	Экзамен
	Итого по дисциплине			96	

4.2.Содержание учебного материала по разделам (темам), или модульное распределение материала

Тематика лабораторных занятий

Установочное занятие: цели и задачи спецсеминара. Выбор темы курсовой работы.

Письменное обоснование важности и целесообразности темы курсовой работы. Совместное определение творческого задания для студентов.

Работа с научной литературой и периодическими изданиями. Правила использования источников информации.

Тренинг «Работа с цитатой». Составление памятки «Правила оформления ссылок».

Защита развернутых планов курсового сочинения.

Проблематизация темы курсовой работы.

Представление тезисов и материалов основной части курсовых работ.

Обсуждение тезисов работ.

Написание введения к курсовой работе.

Обоснование принципиальных позиций: актуальность темы исследования, цель и задачи работы, объект и предмет исследования, степень изученности темы, новизна, теоретическая и практическая значимость работы, ее гипотеза и структура.

Структура и оформление курсовой работы.

Анализ курсовых работ студентов прежних курсов по разработанному алгоритму.

Представление выводов по курсовому сочинению.

Экспертиза выводов.

Итоговое занятие: подготовка к процедуре защиты курсовой работы.



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Деловая игра «Защита».

Выбор темы выпускной работы. Утверждение темы.

Тренинг по сужению-расширению темы выпускной работы.

Написание рабочего варианта введения.

Совместное обсуждение рабочих вариантов введения.

Требования к содержанию выпускной работы.

Определение границ темы.

Подбор материалов и изложение результатов исследования.

Составление аннотированного списка литературы по теме.

Правила использования источников информации. Цитирование.

Тренинг «использование различных вариантов цитирования»

Руководство выпускной работой.

Составление вопросов для консультации с научным руководителем.

Структура выпускной работы.

Обоснование плана выпускной работы (собеседование).

Правила редактирования текста.

Тренинг «редактирование».

Оформление выпускной работы.

Анализ выпускных (дипломных) работ студентов прежних лет.

Подготовка к предзащите выпускной работы.

Апробация процедуры предзащиты в рамках деятельности спецсеминара.

5. Образовательные технологии

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине: технологии смешанного обучения, мультимедиа технологии; технологии визуализации (скрайбинг, презентационная графика, виртуальная экскурсия).

При изучении данной дисциплины используются следующие образовательные технологии: проблемного обучения, проектная, технология развития критического мышления, кейс-технологии, технология учебной дискуссии, игровые технологии, активные методы и формы обучения и т.д., используемые при реализации различных видов учебных занятий, а также информационно-коммуникационные технологии: технологии смешанного обучения, мультимедиа технологии, технологии визуализации (инфографика); интерактивные информационные технологии и др.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

В начале семестров и непосредственно перед зачетами для всех студентов проводится ряд общих консультаций по курсу. На них высказываются методические рекомендации о том, в каких последовательности и формах следует работать над курсовой или выпускной работой, а также даются разъяснения по наиболее сложным вопросам.

Студенты, обучающиеся на коммерческой основе, и иностранные учащиеся имеют, помимо того, возможности дополнительной подготовки. На индивидуальных занятиях, проводимых в форме



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

собеседований преподаватель способен вносить конкретные коррективы в обучение каждого, согласовывая при этом действия с научными руководителями студентов. В зависимости от особенностей конкретной аудитории и реальных возможностей почасовой работы преподавателя круг обсуждаемых проблем может увеличиваться, либо, наоборот, сокращаться.

См. в Приложении 1 к РП.

7. Характеристика оценочных средств для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по дисциплине

Основной разновидностью промежуточной проверки считается межсессионная аттестация, которая проводится в середине семестра. В процессе аттестации учащиеся, которые пропускали лабораторные занятия или недостаточно активно работали на них, отчитываются по соответствующим темам и участвуют в собеседовании по отдельным разделам дисциплины.

Для проведения текущего контроля используются доклады, письменные работы (эссе). Текущий контроль проводится при изучении ключевых тем дисциплины и/или чтении концептуально значимых трудов.

Оценочные средства и задания для самостоятельной работы приведены в приложении 1 к РП: тематика занятий семинарского типа, темы докладов по разделам дисциплины.

В приложении 1 к РП представлены вопросы к экзамену.

Критерии оценивания:

«Отлично»: выполнено правильно 90- 100 % заданий. Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, использует в ответе материал монографической литературы.

«Хорошо»: выполнено правильно 80-89 % заданий. Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос.

«Удовлетворительно»: выполнено правильно 60-79 % заданий. Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он обладает знаниями только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.

Основная литература:

1. Азарская, М.А. Научно-исследовательская работа в вузе : учебное пособие / М.А. Азарская, В.Л. Поздеев ; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола : ПГТУ, 2016. - 230 с. : ил. - Библиогр.: с. 166-168 - ISBN 978-5-8158-1785-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=461553> (12.03.2019).

2. Исакова, А.И. Учебно-исследовательская работа : учебное пособие / А.И. Исакова ; Министерство образования и науки РФ, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР). - Томск : ТУСУР, 2016. - 117 с. : схем., табл. - Библиогр. с. 57-58 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=492597> (12.03.2019).

3. Основы научно-исследовательской работы (студентов) : учебное пособие / сост. Д.Д. Родионова. - Кемерово : КемГУКИ, 2007. - 116 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227894> (12.03.2019).

Дополнительная литература:



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

1. Левкина, А.О. Компьютерные технологии в научно-исследовательской деятельности: учебное пособие для студентов и аспирантов социально-гуманитарного профиля / А.О. Левкина. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. - 119 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-2826-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496112> (12.03.2019).

2. Манушин, Д.В. Основы студенческих научно-исследовательских работ в области экономики : учебное пособие / Д.В. Манушин ; Институт экономики, управления и права (г. Казань). - Казань : Познание, 2012. - 148 с. : табл. - ISBN 978-5-8399-0364-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=257538> (12.03.2019).

3. Попков, В.Н. Научно-исследовательская деятельность : учебное пособие / В.Н. Попков ; Сибирский государственный университет физической культуры и спорта. - Омск : Издательство СибГУФК, 2007. - 339 с. : схем., табл. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=298132> (12.03.2019).

Система электронной поддержки образовательного процесса «Мой университет»
<https://uni.ivanovo.ac.ru>

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru

Электронная библиотека ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru>

Электронный каталог НБ ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/ek>

Программное обеспечение: операционная система Microsoft Windows, пакет офисных программ Microsoft Office и(или) LibreOffice, интернет-браузер Microsoft Edge и(или) Yandex Browser.

Профессиональные порталы:

www.raso.ru

www.aup.ru

<https://www.sostav.ru/>

<http://www.advesti.ru/>

<https://adindex.ru/>

www.advertology.ru

www.public.ru

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории:

- для проведения занятий лекционного типа с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения, служащими для предоставления учебной информации большой аудитории;

- для проведения занятий семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения;

Помещение для самостоятельной работы, оснащенное комплектом специализированной учебной мебели, компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС.

Демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия для занятий лекционного типа, обеспечивающие тематические иллюстрации: электронные пособия (презентации, электронные словари и т.п.), аудио-визуальные пособия (аудиозаписи, видеоматериалы и т.п.), печатные пособия (таблицы, схемы и т.п.)



Основная профессиональная образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(Реклама и связи с общественностью)

Авторы рабочей программы дисциплины: доцент, канд. фил. наук Е.Е.Ломакина, доцент, канд. фил. наук Т.А.Майорова

Программа рассмотрена и утверждена на заседании отделения журналистики, рекламы и связей с общественностью

«__1__» _____ сентября ____ 2023 г., протокол № __1__

Программа обновлена
протокол заседания кафедры №1 от «29» августа 2024 г.

Согласовано:

Руководитель ОП _____ И.О. Фамилия
(подпись)

Программа обновлена
протокол заседания кафедры № __1__ от « 29 августа 2025 г.

Согласовано:

Руководитель ОП _____ Е.Е. Ломакина
(подпись)