

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**  
**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ИЭФ



Ю.И. Соколов

16 сентября 2020 г.



Кафедра «Экономика и управление на транспорте»

Автор Евдокимов Олег Георгиевич, к.б.н.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Эффективность рекламной и PR деятельности**

Направление подготовки:	42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
Профиль:	Реклама и связи с общественностью в отрасли
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Форма обучения:	очная
Год начала подготовки	2020

Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 1 31 августа 2020 г. Председатель учебно-методической комиссии  М.В. Ишханян	Одобрено на заседании кафедры Протокол № 1 31 августа 2020 г. Заведующий кафедрой  Н.П. Терешина
--	---

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля) в виде электронного документа выгружена из единой корпоративной информационной системы управления университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)  
ID подписи: 2575  
Подписал: Заведующий кафедрой Терешина Наталья Петровна  
Дата: 31.08.2020

Москва 2020 г.

## **1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Целью изучения дисциплины является формирование у студентов всесторонних знаний, практических навыков решения конкретных задач в процессе работы над повышением эффективности рекламы или разработки эффективной рекламной и PR - кампании.

Задачи обучения: дать студентам необходимый уровень знаний об общих методологических подходах в оценке эффективности рекламной продукции; дать студентам необходимый уровень знаний о конкретных методах оценки эффективности рекламы и PR; сформировать навыки проведения оценки эффективности рекламной продукции и связей с общественностью.

## **2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО**

Учебная дисциплина "Эффективность рекламной и PR деятельности" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

### **2.1. Наименования предшествующих дисциплин**

Для изучения данной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

#### **2.1.1. Основы маркетинга:**

Знания: принципы SWOT анализа применительно к своим сильным и слабым сторонам

Умения: критически оценивать свои достоинства и недостатки

Навыки: умением критически оценивать свои достоинства и недостатки

#### **2.1.2. Основы менеджмента:**

Знания: как находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, основы научного подхода, правила элементарной логики, принципы SMART для постановки целей

Умения: воспринимать, обобщать анализировать информацию, находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, работать над собой и мобилизовываться для достижения цели

Навыки: культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановки целей и выбору путей её достижения, способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях

### **2.2. Наименование последующих дисциплин**

Результаты освоения дисциплины используются при изучении последующих учебных дисциплин:

2.2.1. Государственная итоговая аттестация

2.2.2. Преддипломная практика

### 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины студент должен:

№ п/п	Код и название компетенции	Ожидаемые результаты
1	ПКС-1 Способен разрабатывать программы мероприятий рекламы и связей с общественностью для решения проблем, целевых задач и успешного экономического развития организации и отрасли	<p>ПКС-1.1 Выполняет изучение ситуации в организации и ее окружении, целевых аудиторий, особенностей их поведения и восприятия.</p> <p>ПКС-1.2 Учитывает при выборе формы и содержания рекламы и PR социально-экономические механизмы их влияния на деятельность организации и отрасли.</p> <p>ПКС-1.3 Осуществляет планирование и управление программами рекламы и PR при создании и реализации планов развития бизнеса.</p> <p>ПКС-1.4 Способен применять в профессиональной деятельности базовые решения с использованием средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций в рекламе и связях с общественностью.</p>
2	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p>УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие.</p> <p>УК-1.2 Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи.</p> <p>УК-1.3 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов.</p> <p>УК-1.4 При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения.</p> <p>УК-1.5 Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки.</p>

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСАХ

##### 4.1. Общая трудоемкость дисциплины составляет:

4 зачетных единиц (144 ак. ч.).

##### 4.2. Распределение объема учебной дисциплины на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающихся

Вид учебной работы	Количество часов	
	Всего по учебному плану	Семестр 7
Контактная работа	68	68,15
Аудиторные занятия (всего):	68	68
В том числе:		
лекции (Л)	34	34
практические (ПЗ) и семинарские (С)	34	34
Самостоятельная работа (всего)	31	31
Экзамен (при наличии)	45	45
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, часы:	144	144
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, зач.ед.:	4.0	4.0
Текущий контроль успеваемости (количество и вид текущего контроля)	КР (1), ПК1, ПК2	КР (1), ПК1, ПК2
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	ЭК	ЭК

### 4.3. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	7	Тема 1 Эффективность рекламы: понятие сущность, виды. Связи с общественностью в системе научного знания. Междисциплинарная, комплексная природа PR. Когнитивный и прагма-тический подходы к изучению паблик рилейшнз. Категориальный аппарат связей с общественностью Основы социологии, социо-психологии, менеджмента как база, обуславливающая интегративный характер системы понятийных категорий паблик рилейшнз. Возникновение и развитие PR как сферы профессиональной деятельности и социального института. Социальные, экономические, политические, причины возникновения связей с общественностью. Интерференция нескольких измерений исторического процесса как основа периодизации PR: истории общества, истории специфической деятельности в этом обществе, истории	10		10			8	28	

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		социальной мысли, отражающей их динамику.							
2	7	Тема 2 Экономическая эффективность рекламы: выбор критериев оценки Коммуникация как социальный процесс Понятие и природа коммуникации. Основные методологические направления исследований социальной коммуникации: исследования в сфере коммуникаций воздействия, психодинамическое, социокультурное направление. PR как вид социальной коммуникации. Реализация коммуникативных стратегий в различных моделях PR Основные формы вербальных коммуникаций в публичных отношениях Роль вербальной коммуникации в системе связей с общественностью.	10		6		5	21	ПК1
3	7	Тема 3 Факторы, влияющие на экономическую эффективность рекламы. Имидж как инструмент общения и воздействия на групповое и массовое сознание Роль PR-технологий в формировании общественного	8		10		8	26	ПК2, ТК1 – текущий контроль по разделам 1-3 (устный опрос, подготовка устных докладов и презентаций по тематике курса)

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежу- точной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		мнения Миф как продукт PR, средство управления общественным сознанием и настроением							
4	7	Тема 4 Реклама как форма инвестирования. Объём продаж, прибыльность и ROI PR-деятельность в коммуникативных сферах менеджмента и маркетинга Взаимодействие PR с другими видами управленческой деятельности, в том числе с GR. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью PR-коммуникация как средство управления кризисами.	6		8		10	24	КР
5	7	Экзамен						45	ЭК
6		Всего:	34		34		31	144	



#### 4.4. Лабораторные работы / практические занятия

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

Практические занятия предусмотрены в объеме 34 ак. ч.

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего часов/ из них часов в интерактивной форме
1	2	3	4	5
1	7	Тема: Эффективность рекламы: понятие сущность, виды.	Эффективность рекламы: понятие сущность, виды.  Характер и содержание PR-деятельности. Место и роль PR в системе социальных институтов общества.	10
2	7	Тема: Экономическая эффективность рекламы: выбор критериев оценки	Экономическая эффективность рекламы: выбор критериев оценки  Социальная коммуникация, ее сущность, функции и разновидности. Психологические аспекты коммуникации как механизма взаимодействия и воздействия. Воздействие как функция PR – коммуникации.	6
3	7	Тема: Факторы, влияющие на экономическую эффективность рекламы.	Факторы, влияющие на экономическую эффективность рекламы.  Создание привлекательного имиджа и устойчивой позитивной репутации организации. Способы влияния на общественное мнение.	4
4	7	Тема: Факторы, влияющие на экономическую эффективность рекламы.	Иерархические модели, AIDA, AIMDA,  Чёрный PR» - как конгломерат разнообразных приемов и методов манипулятивного воздействия на массовое сознание. Миф как метод воздействия на потребителя информации.	6
5	7	Тема: Реклама как форма инвестирования. Объём продаж, прибыльность и ROI	Роль процесса коммуникации в оценке эффективности рекламы и PR..  Взаимосвязь управленческих функций публичных отношений и маркетинга. Публичных отношений и лоббирование. Виды PR- кампаний.	4
6	7	Тема: Реклама как форма инвестирования. Объём продаж, прибыльность и ROI	Критерии оценки коммуникативной эффективности рекламы: измерение вовлеченности, позиционирования.  Правила и принципы разработки стратегии и тактики PR-кампаний. Особенности использования информации во время кризиса.	4
ВСЕГО:				34/0

#### 4.5. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Программой предусмотрена курсовая работа. Студенты готовят курсовую работу на тему «Эффективность рекламной и PR деятельности предприятия».

Целью курсовой работы является углубленное изучение сущности и методов ведения рекламной деятельности на предприятии и осуществление связей с общественностью,

изучение подходов к определению эффективности рекламы и PR. В процессе выполнения работы студент выбирает конкретное предприятие или по согласованию с преподавателем моделирует ситуацию на гипотетическом предприятии.

Примерные темы курсовых работ:

- 1.Эффективность рекламы: понятие сущность, виды.
- 2.Экономическая эффективность рекламы: выбор критериев оценки
- 3.Экономическая эффективность PR: выбор критериев оценки
- 4.Роль процесса коммуникации в оценке эффективности рекламы и PR.
- 5.Критерии оценки коммуникативной эффективности рекламы
- 6.Критерии оценки коммуникативной эффективности PR
- 7.Критерии оценки коммуникативной эффективности. Модель на выбор.
- 8.Интерес, понимание и эмоции потребителя как критерии оценки коммуникативной эффективности рекламы.
- 9.Лояльность потребителя как критерий оценки коммуникативной эффективности рекламы и PR.
- 10.Основные методы исследования эффективности рекламы.
- 11.Качественные методы исследования рекламы
- 12.Контент-анализ рекламы

## 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Преподавание дисциплины «Эффективность рекламной и PR деятельности» осуществляется в форме лекционных и практических занятий. Лекционные занятия проходят с применением мультимедийных технологий, демонстрацией слайдов и видеороликов. Лабораторные работы организованы с использованием технологий развивающего обучения. Часть практического курса выполняется в виде традиционных практических занятий (объяснительно-иллюстративный разбор различных видов анализа международного бизнеса). Остальная часть практического курса проводится с использованием интерактивных (диалоговые) технологий, в том числе разбор и анализ конкретных ситуаций; дискуссионное обсуждение результатов выполнения индивидуальных занятий, технологий, основанных на коллективных способах обучения, а так же с использованием компьютерной тестирующей системы.

Самостоятельная работа студента организована с использованием традиционных видов работы. К традиционным видам работы относятся отработка учебного материала и отработка отдельных тем по учебным пособиям, подготовка к промежуточным контролям, подготовка устных докладов и презентационных материалов по специфике курса. К интерактивным (диалоговым) технологиям относятся отработка отдельных тем по электронным пособиям, подготовка к промежуточным контролям в интерактивном режиме, интерактивные консультации в режиме реального времени по специальным разделам и технологиям, основанным на коллективных способах самостоятельной работы студентов.

Оценка полученных знаний, умений и навыков основана на модульно-рейтинговой технологии. Весь курс разбит на разделы, представляющих собой логически завершенный объём учебной информации. Фонды оценочных средств освоенных компетенций включают как вопросы теоретического характера для оценки знаний, так и задания практического содержания (подготовка устных докладов и презентаций по тематике курса) для оценки умений и навыков. Теоретические знания проверяются путём применения таких организационных форм, как индивидуальные и групповые устные опросы, решение тестов с использованием компьютеров или на бумажных носителях

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Вид самостоятельной работы студента. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы	Всего часов
1	2	3	4	5
1	7	Тема 1: Эффективность рекламы: понятие сущность, виды.	<p>Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по учебной основной и дополнительной литературе. Подготовка к практическому занятию № 2. Выбор темы устного доклада и презентации по тематике курса.</p> <p>Рекомендуемая литература: Синяева И.М., Жильцова О.Н., Жильцов Д.А. Реклама и связи с общественностью. Учебник для бакалавров М.: Юрайт • 2020 г. • 552 стр. стр.6-21 Коноваленко В.А., Коноваленко М.Ю., Швед Н.Г. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность. Учебник для бакалавров М.: Юрайт • 2020 г. • 324 стр. стр.12-40</p> <p>Подготовка докладов. Подготовка к практическому занятию №1</p> <p>Список рекомендуемой литературы: Список рекомендуемой литературы: 1. Учебное пособие «Strategic PR и GR communications in economy» Учебное пособие. Евдокимов О.Г. М.: МГУПС(МИИТ). Каф.ЭУТ, 2016 2. GR и лоббизм: теория и технологии. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры Ачкасова В.А. Юрайт • 2019 г. • 315 стр. 3. Учебный контент «Стратегические PR и GR коммуникации компании» Евдокимов О.Г. М.: МИИТ. Каф.ЭУТ, 2019</p>	8
2	7	Тема 2: Экономическая эффективность рекламы: выбор критериев оценки	<p>Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по учебной основной и дополнительной литературе. Подготовка к практическому занятию № 3. Подготовка устного доклада и презентации по тематике курса.</p> <p>Рекомендуемая литература: Синяева И.М., Жильцова О.Н., Жильцов Д.А. Реклама и связи с общественностью. Учебник для бакалавров М.: Юрайт • 2020 г. • 552 стр. Коноваленко В.А., Коноваленко М.Ю., Швед Н.Г. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность. Учебник для бакалавров М.: Юрайт • 2020 г. • 324 стр. стр.6-26 О</p> <p>Подготовка докладов. Работа над практическим заданием «Стратегический план PR деятельности компании».</p> <p>Подготовка к практическому занятию №2</p> <p>Список рекомендуемой литературы: 1. Учебное пособие «Strategic PR и GR communications in economy» Учебное пособие. Евдокимов О.Г. М.:</p>	5

			<p>МГУПС(МИИТ). Каф.ЭУТ, 2016</p> <p>2.GR и лоббизм: теория и технологии. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры Ачкасова В.А. Юрайт • 2019 г. • 315 стр.</p> <p>3.Учебный контент «Стратегические PR и GR коммуникации компании» Евдокимов О.Г. М.: МИИТ. Каф.ЭУТ, 2019</p>	
3	7	<p>Тема 3: Факторы, влияющие на экономическую эффективность рекламы.</p>	<p>Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по учебной основной и дополнительной литературе Подготовка к практическому занятию № 4. Подготовка к тестированию по темам 1-4 Подготовка устного доклада и презентации по тематике курса. Рекомендуемая литература: Коноваленко В.А., Коноваленко М.Ю., Швед Н.Г. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность. Учебник для бакалавров М.: Юрайт • 2020 г. • 324 стр. стр.58-69</p> <p>Подготовка докладов. Работа над практическим заданием «Стратегический план PR деятельности компании».</p> <p>Подготовка к практическому занятию №3</p> <p>Список рекомендуемой литературы:</p> <p>1. Учебное пособие «Strategic PR и GR communications in economy» Учебное пособие. Евдокимов О.Г. М.: МГУПС(МИИТ). Каф.ЭУТ, 2016</p> <p>2.GR и лоббизм: теория и технологии. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры Ачкасова В.А. Юрайт • 2019 г. • 315 стр.</p> <p>3.Учебный контент «Стратегические PR и GR коммуникации компании» Евдокимов О.Г. М.: МИИТ. Каф.ЭУТ, 2019</p>	8
4	7	<p>Тема 4: Реклама как форма инвестирования. Объём продаж, прибыльность и ROI</p>	<p>Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по учебной основной и дополнительной литературе. Подготовка к практическому занятию № 5. Подготовка устного доклада и презентации по тематике курса.</p> <p>Рекомендуемая литература: Коноваленко В.А., Коноваленко М.Ю., Швед Н.Г. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность. Учебник для бакалавров М.: Юрайт • 2020 г. • 324 стр.71-98</p> <p>Подготовка докладов. Работа над практическим заданием «Стратегический план PR деятельности компании».</p> <p>Подготовка к практическому занятию №4</p> <p>Список рекомендуемой литературы:</p> <p>1.GR. Взаимодействие бизнеса и органов власти. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры Марковская Е.И. Юрайт • 2019 г. • 304 стр.</p> <p>2.Учебное пособие «Strategic PR и GR communications in economy» Учебное</p>	10

			<p>пособие. Евдокимов О.Г. М.: МГУПС(МИИТ). Каф.ЭУТ, 2016</p> <p>3.GR и лоббизм: теория и технологии. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры Ачкасова В.А. Юрайт • 2019 г. • 315 стр.</p> <p>4.Учебный контент «Стратегические PR и GR коммуникации компании» Евдокимов О.Г. М.: МИИТ. Каф.ЭУТ, 2019</p> <p>5.Лоббизм. Учебное пособие. Меньшенина Н.Н.,</p>	
			ВСЕГО:	31

## 7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 7.1. Основная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
1	Реклама и связи с общественностью. Учебник для бакалавров	Синяева И.М., Жильцова О.Н., Жильцов Д.А.	Юрайт, 2020 <a href="https://urait.ru/book/reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu-466182">https://urait.ru/book/reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu-466182</a>	Все разделы
2	Реклама и связи с общественностью: введение в специальность. Учебник для бакалавров	Коноваленко В.А., Коноваленко М.Ю., Швед Н.Г.	Юрайт, 2020 <a href="http://www.urait.ru/catalog/403610">http://www.urait.ru/catalog/403610</a>	Все разделы

### 7.2. Дополнительная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
3	Основы маркетинга в экономике: учебное пособие	О.Г. Евдокимов	РУТ, 2018 Научно-техническая библиотека РУТ <a href="http://library.miiit.ru">http://library.miiit.ru</a>	Все разделы
4	Учебный контент «Реклама и связи с общественностью»	Евдокимов О	РУТ, 2016 Научно-техническая библиотека РУТ <a href="http://library.miiit.ru">http://library.miiit.ru</a>	Все разделы

## 8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

[http://miiit-ief.ru/student/methodical\\_literature/](http://miiit-ief.ru/student/methodical_literature/) (Электронная библиотека ИЭФ)

<http://library.miiit.ru> (НТБ МИИТа (электронно-библиотечная система))

<https://www.biblio-online.ru> (Электронная библиотечная система «Юрайт», доступ для студентов и преподавателей РУТ(МИИТ))

<http://e.lanbook.com> (Электронно-библиотечная система «Лань», доступ для студентов и преподавателей РУТ(МИИТ))

<https://www.book.ru/> (ЭБС book.ru – доступ для преподавателей и студентов РУТ(МИИТ))

## 9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине не требуется наличие специализированного лицензионного ПО.

В образовательном процессе применяются следующие средства коммуникаций: ЭИОС РУТ(МИИТ) и/или электронная почта.

## **10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

Для успешного проведения аудиторных занятий необходим стандартный набор специализированной учебной мебели и учебного оборудования. Для проведения лекционных занятий необходима специализированная лекционная аудитория с мультимедиа аппаратурой.

Для организации самостоятельной работы студентов необходима аудитория с рабочими местами, обеспечивающими выход в Интернет. Необходим доступ каждого студента к информационным ресурсам – институтскому библиотечному фонду и сетевым ресурсам Интернет.

## **11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Обучающимся необходимо помнить, что качество полученного образования в немалой степени зависит от активной роли самого обучающегося в учебном процессе. Обучающийся должен быть нацелен на максимальное усвоение подаваемого преподавателем материала, во время занятий и во время специально организуемых индивидуальных встреч он может задать преподавателю интересующие его вопросы. Выполнение практических заданий служит важным связующим звеном между теоретическим освоением данной дисциплины и применением ее положений на практике. Они способствуют развитию самостоятельности обучающихся, более активному освоению учебного материала, являются важной предпосылкой формирования профессиональных качеств будущих специалистов.

Проведение практических занятий не сводится только к органическому дополнению лекционных курсов и самостоятельной работы обучающихся. Их вместе с тем следует рассматривать как важное средство проверки усвоения обучающимися тех или иных положений, даваемых на лекции, а также рекомендуемой для изучения литературы; как форма текущего контроля за отношением обучающихся к учебе, за уровнем их знаний, а следовательно, и как один из важных каналов для своевременного подтягивания отстающих обучающихся.

При подготовке специалиста важны не только серьезная теоретическая подготовка, знание основ надежности подвижного состава, но и умение ориентироваться в разнообразных практических ситуациях, ежедневно возникающих в его деятельности. Этому способствует форма обучения в виде практических занятий. Задачи практических занятий: закрепление и углубление знаний, полученных на лекциях и приобретенных в процессе самостоятельной работы с учебной литературой, формирование у обучающихся умений и навыков работы с исходными данными, научной литературой и специальными документами. Практическому занятию должно предшествовать ознакомление с лекцией на соответствующую тему и литературой, указанной в плане этих занятий.

Самостоятельная работа может быть успешной при определенных условиях, которые необходимо организовать. Ее правильная организация, включающая технологии отбора целей, содержания, конструирования заданий и организацию контроля, систематичность самостоятельных учебных занятий, целесообразное планирование рабочего времени позволяет привить студентам умения и навыки в овладении, изучении, усвоении и систематизации приобретаемых знаний в процессе обучения, привить навыки повышения профессионального уровня в течение всей трудовой деятельности.

Каждому студенту следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтра. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является



необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины, рассмотрены через соответствующие знания, умения и владения. Для проверки уровня освоения дисциплины предлагаются вопросы к зачёту и тестовые материалы, где каждый вариант содержит задания, разработанные в рамках основных тем учебной дисциплины и включающие терминологические задания.

Фонд оценочных средств является составной частью учебно-методического обеспечения процедуры оценки качества освоения образовательной программы и обеспечивает повышение качества образовательного процесса и входит, как приложение, в состав рабочей программы дисциплины.

Основные методические указания для обучающихся по дисциплине указаны в разделе основная и дополнительная литература.

В ходе изучения дисциплины предполагается выполнение практического задания «Стратегический план PR деятельности компании». Задание выполняется на примере выбранной студентом реальной компании или предложенной преподавателем реальной компании или модели. Итоговый документ выполненного Стратегического плана PR деятельности компании содержит титул, содержание, введение, непосредственно текст, заключение и список литературы и источников информации. Предполагается публичная защита выполненного задания в группе с дискуссией.