

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ДЕПАРТАМЕНТ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ И ОБРАЗОВАНИЯ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт Экономики и управления АПК
Кафедра Логистики и маркетинга в АПК

СОГЛАСОВАНО:

Директор института Шапорова З.Е.

"25" 03 2019 г.



УТВЕРЖДАЮ:

Ректор Пыжикова Н.И.

"28" 03 2019 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Реклама и связи с общественностью в деятельности структур
агропромышленного комплекса

ФГОС ВО

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
(код, наименование)

Профиль Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)

Курс 4

Семестр 7

Форма обучения очная

Квалификация выпускника бакалавр

Красноярск, 2019

Составители: Пантелеев В.И., к.и.н.

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

«22» 03 2019 г.

Программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и примерной основной профессиональной образовательной программы (при наличии) Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфере) АПК, профессионального стандарта _____.

Программа обсуждена на заседании кафедры протокол № 6-12 «22» 03 2019 г.

Зав. кафедрой Лукиных В.Ф., д.э.н., профессор

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

«22» 03 2019 г.

Лист согласования рабочей программы

Программа принята методической комиссией института Экономический
управления АПК протокол № 7 «25» 03 2019 г.

Председатель методической комиссии
Белова ЛА (ФИО, ученая степень, ученое звание) «25» 03 2019 г.

Заведующий выпускающей кафедрой по направлению подготовки (специальности) Менеджмент в ФЭП и ИС
(ФИО, ученая степень, ученое звание) Белых «18» 03 2019 г.

Оглавление

Аннотация	5
1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	5
2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	6
3. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
4.1. ТРУДОЁМКОСТЬ МОДУЛЕЙ И МОДУЛЬНЫХ ЕДИНИЦ ДИСЦИПЛИНЫ	7
4.2. СОДЕРЖАНИЕ МОДУЛЕЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4.3. ЛЕКЦИОННЫЕ/ЛАБОРАТОРНЫЕ/ПРАКТИЧЕСКИЕ/СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ.....	8
4.4. ЛАБОРАТОРНЫЕ/ПРАКТИЧЕСКИЕ/СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ	9
4.5. САМОСТОЯТЕЛЬНОЕ ИЗУЧЕНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ САМОПОДГОТОВКИ К ТЕКУЩЕМУ КОНТРОЛЮ ЗНАНИЙ	11
4.5.1. <i>Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний.....</i>	<i>11</i>
<i>Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний 11</i>	
<i>Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
4.5.2. Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы.....	13
Темы курсовых проектов (работ)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы	13
5. ВЗАИМОСВЯЗЬ ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ	13
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	13
6.1. КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ (ТАБЛИЦА 9).....	13
6.2. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ» (ДАЛЕЕ – СЕТЬ «ИНТЕРНЕТ»).....	Ошибка! Закладка не определена.
6.3. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ.....	Ошибка! Закладка не определена.
7. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И ЗАЯВЛЕННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	17
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	18
9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	190
9.1. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ.....	10
9.2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ.....	10
Изменения	211

Аннотация

Дисциплина Б1.В.09 «Реклама и связи с общественностью в деятельности структур агропромышленного комплекса» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 Дисциплины (модули) подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется в институте Экономики и управления АПК кафедрой «Логистика и маркетинг в АПК».

Дисциплина нацелена на формирование профессиональных компетенций (ПК-1; ПК-2) выпускника.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с теоретическими и практическими аспектами рекламы связей с общественностью в деятельности структур агропромышленного комплекса.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, мастер-классы, практические занятия, семинары, коллоквиумы, самостоятельная работа студента, консультации и т.д.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования, опросов, коллоквиумов и промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (24 часов), практические (36 часов) занятия, 84 часов самостоятельной работы студента, в том числе 20 часов в интерактивной форме.

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.09 «Реклама и связи с общественностью в деятельности структур агропромышленного комплекса» включена в ОПОП в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока 1 Дисциплин (модули).

Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина «Организация и проведение коммуникационных кампаний» являются «Основы проектной деятельности», «Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью», «Теория и практика рекламы», «Основы маркетинга», «Основы менеджмента в рекламе и связях с общественностью», «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика медиакоммуникаций», «Маркетинговое управление предприятиями АПК», «Технологии медиапланирования», «Брендинг», «Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью».

Дисциплина «Реклама и связи с общественностью в деятельности структур агропромышленного комплекса» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: «Поведение потребителя», «Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы», «Интегрированные маркетинговые коммуникации».

Особенностью дисциплины является то, что она охватывает круг вопросов, связанных с теоретическими и практическими аспектами организации и проведения коммуникационных кампаний.

Контроль знаний студентов проводится в форме текущей и промежуточной аттестации.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

2. Цели и задачи дисциплины. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Целью изучения дисциплины «Реклама и связи с общественностью в деятельности структур агропромышленного комплекса» является: освоение студентами теоретических и практических знаний, приобретение умений и навыков по рекламе и связям с общественностью в деятельности структур аграрно-промышленного комплекса

Задачи дисциплины. В ходе освоения дисциплины студент должен:

- изучить основы по рекламе и связям с общественностью в деятельности структур аграрно-промышленного комплекса
- овладеть навыками по рекламе и связям с общественностью в деятельности структур аграрно-промышленного комплекса.

Таблица 1

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-1	Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	Знать: как 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
		Уметь: 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
		Владеть: навыками создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ПК-2	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знать: как участвовать в коммуникационных кампаниях, проектах и мероприятиях
		Уметь: участвовать в коммуникационных кампаниях, проектах и мероприятиях, организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции и услуг.
		Владеть: навыками участия в коммуникационных кампаниях, проектах и мероприятиях, навыками организации мероприятий, способствующие увеличению продаж продукции и услуг.

3. Организационно-методические данные дисциплины

Таблица 2

Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоемкость			
	зач. ед.	час.	по семестрам	
			№ 7	
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	5	180	180	
Контактная работа	1,7	60	60	
в том числе:				
Лекции (Л) / в том числе в интерактивной форме		24/8	24/8	
Практические занятия (ПЗ) / в том числе в интерактивной форме		36/12	36/12	
Семинары (С) / в том числе в интерактивной форме				
Лабораторные работы (ЛР) / в том числе в интерактивной форме				
Самостоятельная работа (СРС)	2,3	84	84	
в том числе:				
самостоятельное изучение тем и разделов			44	
самоподготовка к текущему контролю знаний			40	
Подготовка и сдача экзамена	1	36	36	
Вид контроля: экзамен			экзамен	

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины

Таблица 3

Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины

Наименование модулей и модульных единиц дисциплины	Всего часов на модуль	Контактная работа		Внеаудиторная работа (СРС)
		Л	ЛЗ/ПЗ/С	
Модуль 1. Реклама в деятельности структур аграрно-промышленного комплекса	50	8	12	30
Модульная единица 1. Реклама в системе массовых коммуникаций	12	2	2	8
Модульная единица 2. Виды и средства рекламы	12	2	4	8
Модульная единица 3. Планирование рекламной деятельности	11	2	2	7
Модульная единица 4. Организация рекламной деятельности. Специфика рекламной деятельности в АПК	15	2	4	7
Модуль 2. Связи с общественностью в деятельности структур аграрно-промышленного комплекса	50	8	12	30
Модульная единица 1. Public Relations в системе социальных отношений.	11	2	2	7

Наименование модулей и модульных единиц дисциплины	Всего часов на модуль	Контактная работа		Внеаудиторная работа (СРС)
		Л	ЛЗ/ПЗ/С	
Модульная единица 2. Этические и правовые регуляторы PR-деятельности	13	2	4	7
Модульная единица 3. Технология и содержание PR-деятельности.	12	2	2	8
Модульная единица 4. Специфика PR-деятельности в АПК.	14	2	4	8
Модуль 3. Организация PR-деятельности и оценка ее эффективности.	44	8	12	24
Модульная единица 1. Самостоятельные PR-организации.	10	2	2	6
Модульная единица 2. Организационные формы деятельности PR-структур и служб.	10	2	2	6
Модульная единица 3. Фриланс как современная форма взаимодействия заказчика и исполнителя.	12	2	4	6
Модульная единица 4 Оценка эффективности рекламной и PR-деятельности	12	2	4	6
ИТОГО:	144	24	36	84

4.2. Содержание модулей дисциплины

4.3. Лекционные/лабораторные/практические/семинарские занятия

Таблица 4

Содержание лекционного курса

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид ¹ контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1. Реклама в деятельности структур аграрно-промышленного комплекса			8
	Модульная единица 1. Реклама в системе массовых коммуникаций	Лекция № 1. Реклама в системе массовых коммуникаций	Тестирование, опрос	2
	Модульная единица 2. Виды и средства рекламы	Лекция № 2. Виды и средства рекламы	Тестирование, опрос	2
	Модульная единица 3. Планирование рекламной деятельности	Лекция № 3. Планирование рекламной деятельности	Тестирование, опрос	2
	Модульная единица 4. Организация рекламной деятельности. Специфика рекламной деятельности в АПК	Лекция № 4. Организация рекламной деятельности. Специфика рекламной деятельности в АПК	Тестирование, опрос	2

¹ Вид мероприятия: тестирование, коллоквиум, зачет, экзамен, другое

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид ¹ контрольного мероприятия	Кол-во часов
	тельности в АПК			
2.	Модуль 2. Связи с общественностью в деятельности структур аграрно-промышленного комплекса			8
	Модульная единица 1. Public Relations в системе социальных отношений.	Лекция № 1. Public Relations в системе социальных отношений.	Тестирование, опрос	2
	Модульная единица 2. Этические и правовые регуляторы PR-деятельности	Лекция № 2. Этические и правовые регуляторы PR-деятельности.	Тестирование, опрос	2
	Модульная единица 3. Технология и содержание PR-деятельности.	Лекция № 3. Технология и содержание PR-деятельности.	Тестирование, опрос	2
	Модульная единица 4. Специфика PR-деятельности в АПК.	Лекция № 4. Специфика PR-деятельности в АПК.	Тестирование, опрос	2
3.	Модуль 3. Организация PR-деятельности и оценка ее эффективности			8
	Модульная единица 1. Самостоятельные PR-организации.	Лекция № 1. Самостоятельные PR-организации.	Тестирование, опрос	2
	Модульная единица 2. Организационные формы деятельности PR-структур и служб.	Лекция № 2. Организационные формы деятельности PR-структур и служб.	Тестирование, опрос	2
	Модульная единица 3. Фриланс как современная форма взаимодействия заказчика и исполнителя.	Лекция № 3. Фриланс как современная форма взаимодействия заказчика и исполнителя	Тестирование, опрос	2
	Модульная единица 4. Оценка эффективности рекламной и PR-деятельности	Лекция № 4. Оценка эффективности рекламной и PR-деятельности.	Тестирование, опрос	2
	ИТОГО:			24

4.4. Лабораторные/практические/семинарские занятия

Таблица 5

Содержание занятий и контрольных мероприятий

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и название лабораторных/практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид ² контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1. Реклама в деятельности структур аграрно-промышленного комплекса			12

² Вид мероприятия: защита, тестирование, коллоквиум, другое

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и название лабораторных/практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид ² контрольного мероприятия	Кол-во часов
	Модульная единица 1. Реклама в системе массовых коммуникаций	Занятие № 1. Реклама в системе массовых коммуникаций	Тестирование, опрос	2
	Модульная единица 2. Виды и средства рекламы	Занятие № 2. Виды и средства рекламы	Тестирование, опрос	2
		Занятие № 3. Интернет-реклама как современная форма коммуникаций.	Тестирование, опрос	2
	Модульная единица 3. Планирование рекламной деятельности	Занятие № 4. Планирование рекламной деятельности	Тестирование, опрос	2
	Модульная единица 4. Организация рекламной деятельности. Специфика рекламной деятельности в АПК	Занятие № 5. Организация рекламной деятельности. Специфика рекламной деятельности в АПК	Тестирование, опрос	2
		Занятие № 6. Психология рекламы.	Тестирование, опрос	2
2.	Модуль 2. Связи с общественностью в деятельности структур аграрно-промышленного комплекса			12
	Модульная единица 1. Public Relations в системе социальных отношений.	Занятие № 1. Public Relations в системе социальных отношений..	Тестирование, опрос	2
	Модульная единица 2. Этические и правовые регуляторы PR-деятельности	Занятие № 2. Этические и правовые регуляторы PR-деятельности	Тестирование, опрос	2
		Занятие № 3. Правовые основы PR-деятельности.	Тестирование, опрос	2
	Модульная единица 3. Технология и содержание PR-деятельности.	Занятие № 4. Технология и содержание PR-деятельности.	Тестирование, опрос	2
	Модульная единица 4. Специфика PR-деятельности в АПК.	Занятие № 5. Специфика PR-деятельности в АПК.	Тестирование, опрос	
		Занятие № 6. Государство и PR.	Тестирование, опрос	
3.	Модуль 3. Организация PR-деятельности и оценка ее эффективности			12
	Модульная единица 1. Самостоятельные PR-организации.	Занятие № 1. Самостоятельные PR-организации.	Тестирование, опрос	2
	Модульная единица 2. Организационные формы деятельности PR-структур и служб.	Занятие № 2. Организационные формы деятельности PR-структур и служб.	Тестирование, опрос	2
	Модульная единица 3. Фриланс как современная форма взаимодействия заказчика и исполнителя	Занятие № 3. Фриланс как современная форма взаимодействия заказчика и исполнителя	Тестирование, опрос	2

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и название лабораторных/практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид ² контрольного мероприятия	Кол-во часов
	ствия заказчика и исполнителя.	теля.		
		Занятие № 4. Работа с современными информационными ресурсами	Тестирование, опрос	2
	Модульная единица 4. Оценка эффективности рекламной и PR-деятельности	Занятие № 5. Оценка эффективности рекламной и PR-деятельности.	Тестирование, опрос	2
		Занятие № 6. Исследования и аналитика в сфере PR	Тестирование, опрос	2
	ИТОГО:			36

4.5. Самостоятельное изучение разделов дисциплины и виды самоподготовки к текущему контролю знаний

4.5.1. Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

Таблица 6

Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний	Кол-во часов
1.	Модуль 1. Реклама в деятельности структур аграрно-промышленного комплекса		14
	Модульная единица 1. Общее и особенное в проведении рекламных и PR-кампаний	1. Дайте определение кампании по связям с общественностью. 2. Приведите несколько классификаций видов кампаний по связям с общественностью.	2
	Модульная единица 2. Классификация PR-кампаний	3. Укажите основные причины применения кампаний по связям с общественностью. 4. Опишите общую модель этапов проведения СО-кампаний.	5
	Модульная единица 3. Организационные основы проведения кампаний по связям с общественностью	5. Дайте описание типичной медиакарты. 6. На каких этапах СО-кампаний проводятся социологические и маркетинговые исследования?	3
	Модульная единица 4. Особенности проведения PR-кампаний в различных сферах общественной жизни	7. Какие способы (виды) оформления планов СО-кампаний вы знаете? 8. Назовите и дайте краткую характеристику основным показателям, применяемым в медиапланировании.	4
2.	Модуль 2. Связи с общественностью в деятельности структур аграрно-промышленного комплекса		15

№ п/п	№ модуля и модуль- ной единицы дисци- плины	Перечень рассматриваемых вопросов для са- мостоятельного изучения и видов самоподго- товки к текущему контролю знаний	Кол-во часов
	Модульная единица 1. Подготовительный этап кампании по свя- зям с общественно- стью.	9. Каковы основные методы составления бюджета СО-кампании? 10. Опишите основные стратегии проведения кампаний по связям с общественностью.	4
	Модульная единица 2. Кампании по связям с общественностью: этап планирования.	11. Каким образом менеджер кампании по связям с общественностью контролирует дей- ствия своих подчиненных? 12. Проведите сравнение между рекламными кампаниями и кампаниями по связям с обще- ственностью."	3
	Модульная единица 3. Составление бюджета PR-кампании.	13. Какие классификационные признаки вы- ставок существуют в настоящее время в России? 14. Что собой представляют деловые и пресс- мероприятия?	5
	Модульная единица 4. Медиапланирование	15. Для чего необходимо мероприятие круг- лый стол? 16. Какие правовые законодательные акты используются в работе выставок и ярмарок?	3
3.	Модуль 3. Организация PR-деятельности и оценка ее эффективности		15
	Модульная единица 1. Реализация кампании по связям с обществен- ностью: проблема ор- ганизации специальных событий.	17. Почему необходимы спецмероприятия для представителей СМИ и целевых аудиторий, ка- ковы их цели и задачи? 18. Кто участвует в брифингах?	3
	Модульная единица 2. Создание информаци- онных поводов. Тех- нология создания PR- событий. PR- обращения.	19. Из каких составляющих образуется брендбук? 20. Почему получили огромное распростра- нение блоги и социальные сети?	4
	Модульная единица 3. Реализация кампании по связям с обществен- ностью: проблема ком- муникации.	21. В чем отличие сайта и блога? 22. Какие классификационные признаки вы- ставок существуют в настоящее время в России?	5
	Модульная единица 4. Проведение PR- кампании в условиях ограниченных ресур- сов.	23. Что собой представляют деловые и пресс- мероприятия? 24. Для чего необходимо мероприятие круг- лый стол?	3
	Самоподготовка к текущему контролю знаний		40
	ИТОГО:		84

4.5.2. Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы

Учебным планом не предусмотрены.

Таблица 7

№ п/п	Темы курсовых проектов (работ)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы	Рекомендуемая литература (номер источника в соответствии с прилагаемым списком)
...	...	
...	...	

5. Взаимосвязь видов учебных занятий

Таблица 8

Взаимосвязь компетенций с учебным материалом и контролем знаний студентов

Компетенции	Лекции	ЛЗ/ ПЗ/С	СРС	Другие виды	Вид контроля
ПК-1	М1-3	М1-3	М1-3		Тестирование, опрос, экзамен
ПК-2	М1-3	М1-3	М1-3		Тестирование, опрос, экзамен

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Карта обеспеченности литературой (таблица 9)

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»)

1. Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО Красноярский ГАУ на платформе LMS Moodle – Режим доступа: <https://e.kgau.ru/>
2. Научная библиотека Красноярский ГАУ – Режим доступа: <http://www.kgau.ru/new/biblioteka/>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>
4. СПС «Консультант Плюс» – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
5. Электронно-библиотечная система «Лань» – Режим доступа: <https://e.lanbook.com>
6. Электронная библиотечная система «Юрайт» – Режим доступа: <http://www.biblio-online.ru/>
7. «Мегаэнциклопедия Кирилла и Мефодия», - Раздел «Техника/ Компьютеры и Интернет» – Режим доступа: <https://megabook.ru/>

Информационно-поисковые системы:

- Google – Режим доступа: <http://www.google.com>
- Yandex – Режим доступа: <http://www.yandex.ru>
- Rambler – Режим доступа: <http://www.rambler.ru>

6.3. Программное обеспечение

Операционная система Windows (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Офисный пакет приложений Microsoft Office (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Программа для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF
и Acrobat Professional (образовательная лицензия № CE0806966 от 27.06.2008).

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (лицензия № 1800-191210-144044-563-2513 от 10.12.2019).

Направление подготовки (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

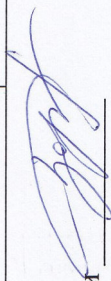
Вид занятия	Наименование	Авторы	Издательство	Год издания	Вид издания			Место хранения		Необходимое количество экз.	Количество экз. в вузе
					Печ	Электр	Библ	Каф			
1	2	3	4	6	7	8	9	10	11	12	

Теория и практика массовой информации	А.Г. Киселев	М. : «КноРус»	2016	+		+			5
Основы рекламы	Г.А. Васильев, В.А. Поляков	М. : Вузовский учебник	2009	+		+			15
Маркетинговые коммуникации	Е.Н. Голубкова	М. : «Финпресс»	2003	+		+			14
Прикладной маркетинг	Н.А. Нагапетьянц	М. : Юнити	2000	+		+			26
Рекламная деятельность	О.Н. Жильцова	М. : Маркетинг, М. :Юрайт	2019		+			http://bibliotekaonline.ru/bcode/433656	
Маркетинг	М.Н. Григорьев	М. :Юрайт	2012	+		+			12

Дополнительная

Технология рекламы и PR	Б.Л. Борисов	М. : ФАИР-ПРЕСС	2001	+		+		3
Связи с общественностью	О.Н. Жильцова, И.М. Синяева, Д.А. Жильцов	М. : Юрайт	2018		+			https://biblionline.ru/bcode/41380 2
Теория и практика связей с общественностью	С.М. Емельянов	М. : Юрайт	2018		+			https://biblionline.ru/bcode/41542 7
Реклама: теория и практика	Л.Н. Федотова	М. : Юрайт	2018		+			https://urait.ru/bcode/413192
Реклама и связи с общественностью	И.М. Синяева, О.Н. Жильцова, Д.А. Жильцов	М. : Юрайт	2019		+			https://urait.ru/bcode/425190
Основы интегрированных коммуникаций	В.А. Коноваленко, М.Ю. Коноваленко, Н.Г. Швед	М. : Юрайт	2019		+			https://biblionline.ru/bcode/42590 6
Маркетинговые исследования	Д.В. Тюрин	М. : Юрайт	2019		+			https://biblionline.ru/bcode/42584 4
Брендинг	И.Я. Рожков, В.Г. Кисмерешкин	М. : Юрайт	2019		+			https://biblionline.ru/bcode/42586 8
Интернет-реклама в продвижении товаров и услуг	М.А. Николаева	Екатеринбург: УрГПУ	2017		+			https://e.lanbook.com/book/159004

Директор Научной библиотеки



7. Критерии оценки знаний, умений, навыков и заявленных компетенций

Текущая аттестация бакалавров производится в дискретные временные интервалы лектором и преподавателем, ведущими лекционные и практические занятия по дисциплине в следующих формах:

- тестирование;
- keys-study;
- выполнение имитационных упражнений.

Промежуточная аттестация по результатам семестра по дисциплине проходит в форме экзамена.

Таблица 10

Рейтинг – план дисциплины «Реклама и связи с общественностью в деятельности структур агропромышленного комплекса»

	Модули	Часы	Баллы
1	Модуль № 1	48	20
2	Модуль № 2	48	20
3	Модуль № 3	48	20
5	Экзамен	36	40
5	Итого	180	100

В фонде оценочных средств по дисциплине «Реклама и связи с общественностью в деятельности структур агропромышленного комплекса», в котором детально прописаны критерии оценивания по текущей и промежуточной аттестации.

- **Распределение баллов по модулям**

№	Модули	Баллы по видам работ				Итого
		Имитационные упражнения	Keys-study	Тест	Экзамен	
1	Модуль № 1	-	10	10	-	20
2	Модуль № 2	-	10	10	-	20
3	Модуль № 3	10	-	10	-	20
4	Экзамен		-	-	40	40
5	Итого:	10	10	40	40	100

Промежуточный контроль (экзамен)

Промежуточный контроль по результатам семестрам по дисциплине проходит в форме контрольного итогового тестирования.

Для допуска к промежуточному контролю бакалавр должен набрать необходимое количество баллов по итогам текущей аттестации – **40-60** баллов.

Итоговое тестирование включает в себя тестирующие материалы по всему курсу «Организация и проведение коммуникационных кампаний» (50 тест-заданий).

Оценивание итогового тестирования осуществляется по следующим критериям:

Бакалавр, давший правильные ответы 85-100% тестирующих материалов (7 ошибок), получает максимальное количество баллов – 40 баллов.

Бакалавр, давший правильные ответы в пределах 70-85% тестирующих материалов (15 ошибок), получает 30 балла.

Бакалавр, давший правильные ответы в пределах 60-70% (20 ошибок) тестирующих материалов, получает 22 баллов.

Бакалавр, давший правильные ответы на менее чем 60% тестирующих материалов, не набирает баллов и приходит на контрольное тестирование повторно.

Баллы, полученные на итоговом тестировании, суммируются с баллами, полученными в течение семестра на текущей аттестации и выводится итоговая оценка по следующим критериям:

от 85 и более баллов - бакалавр получает «отлично»;

от 74 до 84 баллов - «хорошо»;

от 60 до 73 баллов – «удовлетворительно»

менее 60 баллов – назначается пересдача.

Задания по всем видам текущей работы и промежуточной аттестации, а также критерии оценивания приведены в ФОС по дисциплине «Реклама и связи с общественностью в деятельности структур агропромышленного комплекса».

Обучающийся, не сдавший экзамен, приходит на пересдачу в сроки в соответствии с графиком ликвидации академических задолженностей:
http://www.kgau.ru/new/news/news/2017/grafik_lz.pdf.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебная аудитория 4-06 – для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Учебная аудитория 5-05 – для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. (660130, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Елены Стасовой 44 «И»).

Рабочие места преподавателя и студентов, укомплектованные специализированной мебелью, и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, аудиторная доска, информационные и методические материалы, общая локальная компьютерная сеть Internet, 2 инсталляционных акустических системы AMIS INSTALL30W, кафедра для мультимедийного оборудования, мультимедийный проектор Panasonic PT-D3500E.

Программное обеспечение:

Операционная система Windows (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Офисный пакет приложений Microsoft Office (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Программа для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF ‒ Acrobat Professional (образовательная лицензия № CE0806966 от 27.06.2008).

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (лицензия № 1800-191210-144044-563-2513 от 10.12.2019).

9. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

9.1. Методические указания по дисциплине для обучающихся

Рабочая программа предусматривает возможность обучения в рамках традиционной потоочно-групповой системы обучения. При потоочно – групповой системе обучения последовательность изучения учебно-образовательных модулей определяется его номером. При этом обучение рекомендуется в течение одного семестра: для бакалавров – 6 семестр.

На кафедре внедрена кредитно-модульная система обучения. При введении кредитно-модульной системы обучения сформирован учебный план таким образом, чтобы он обеспечивал возможность изучения отдельных модулей в различные расширенные временные интервалы и различной последовательности.

Бакалавры перед изучением дисциплин должны быть ознакомлены с системами кредитных единиц и балльно-рейтинговой оценкой.

Закрепление полученных теоретических знаний осуществляется на практических занятиях в завершающей части учебного курса. Выбор формы проведения практических занятий проводится преподавателем и может включать:

- имитационные занятия;
- решение ситуационных задач (кейс-стади);
- применение проектного метода;
- круглые столы;
- научно-практические конференции.

9.2. Методические указания по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается:

1. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
 - 1.1. размещение в доступных для обучающихся местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий;
 - 1.2. присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
 - 1.3. выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудио файлы);
2. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:
 - 2.1. надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;
3. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:
 - 3.1. возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения института, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в одной из форм, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Категории студентов	Формы
С нарушение слуха	• в печатной форме; • в форме электронного документа;
С нарушением зрения	• в печатной форме увеличенных шрифтом; • в форме электронного документа; • в форме аудиофайла;
С нарушением опорно-двигательного аппарата	• в печатной форме; • в форме электронного документа; • в форме аудиофайла.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Дата	Раздел	Изменения	Комментарии

Программу разработали:

ФИО, ученая степень, ученое звание

ФИО, ученая степень, ученое звание

Пантелеев В.И., к.и.н.
(подпись)

(подпись)

РЕЦЕНЗИЯ
на рабочую программу дисциплины
«Реклама и связи с общественностью в деятельности структур
агропромышленного комплекса»
для направления подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)»

Рабочая программа дисциплины «Реклама и связи с общественностью в деятельности структур агропромышленного комплекса» для направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)» составлена в соответствии с Федеральным государственным стандартом ВО.

В программе определены цели и задачи учебной дисциплины, перечень тем и разделов, которые должны изучить студенты, а также основные требования к уровню подготовки и объему знаний, которым должны обладать студенты по каждой из перечисленных тем.

Согласно программе, основной целью курса является освоение студентами теоретических и практических знаний, приобретение умений и навыков по рекламе и связям с общественностью в деятельности структур аграрно-промышленного комплекса. Программа отвечает современным требованиям к осуществлению проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами.

Программа предусматривает разноуровневое обучение и отражает индивидуальный подход к обучающимся, содержит все необходимые темы, обеспечивающие требования к качественной подготовке учащихся.

В программе четко определены модули и темы, содержание учебного материала, а также знания, умения и навыки, которыми должен овладеть студент, отображено распределение учебных часов по модулям учебной дисциплины.

Содержание программы соответствует государственным требованиям к содержанию и уровню подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)», и может быть рекомендована для использования в высших учебных заведениях.

Рецензент:

Главный редактор
журнала «Агро-Сибирь»



Анисимова О.И.