

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Казанский национальный исследовательский  
технологический университет»  
(ФГБОУ ВО «КНИТУ»)

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной работе

Д.Ш. Султанова

«27» января 2023 г.



Рабочая программа дисциплины в виде электронного документа выгружена из информационной системы управления университетом и соответствует оригиналу  
Простая электронная подпись, ID подписи: 1060  
Подписал Проректор по учебной работе Д.Ш. Султанова  
Дата 27.01.2023

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
по дисциплине «РЕКЛАМА И СВЯЗЬ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

Направление подготовки:	43.03.01 Сервис
Профиль:	Организация, управление и экономика на предприятиях сервиса (по отраслям)
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Форма обучения:	Заочная
Институт:	Институт технологии легкой промышленности, моды и дизайна
Кафедра-разработчик:	Кафедра «Социальной работы, педагогики и психологии»
Курс; семестр	2; 5, 6

Вид нагрузки	Часы	Зачётные единицы
Лекция	6	0,17
Практическое занятие	4	0,11
Контроль самостоятельной работы	8	0,22
Самостоятельная работа	86	2,39
Форма аттестации: Зачет (6 сем), Контрольная работа (6 сем)	4	0,11
Всего	108	3

Рабочая программа составлена с учётом требований Федерального государственного образовательного стандарта (приказ № 514 от 08.06.2017) по направлению подготовки 43.03.01 Сервис для профиля «Организация, управление и экономика на предприятиях сервиса (по отраслям)» на основании учебных планов набора обучающихся 2021 года.

Разработчик программы:

Доцент

Л.В. Лучшева

---

### **СОГЛАСОВАНО**

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Социальной работы, педагогики и психологии», протокол от 16.12.2022 г. № 4.

Заведующий кафедрой *Согласовано* Н.Ш. Валеева

### **УТВЕРЖДЕНО**

Начальник центра УМЦ

*Утверждаю*

Л.А. Китаева

## **1. Цели освоения дисциплины**

Целями освоения дисциплины «Реклама и связь с общественностью» являются: изучение студентами места рекламы в современном социуме наряду с другими коммуникационными потоками, роли рекламы в формировании системы связей с общественностью, освоение студентами основных приемов создания рекламного сообщения.

## **2. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Реклама и связь с общественностью» относится к формируемой участниками образовательных отношений части ООП и формирует у обучающихся по профилю «Организация, управление и экономика на предприятиях сервиса (по отраслям)» набор знаний, умений, навыков и компетенций.

Для успешного освоения дисциплины «Реклама и связь с общественностью» обучающийся по направлению подготовки 43.03.01 «Сервис» должен освоить материал предшествующих дисциплин:

1. Информационные технологии
2. Психология
3. Русский язык и деловые коммуникации

Дисциплина «Реклама и связь с общественностью» является предшествующей и необходима для успешного освоения последующих дисциплин:

1. Менеджмент в сервисе
2. Производственная практика (организационно-управленческая практика)
3. Профессиональная этика
4. Управление персоналом на предприятиях сервиса

## **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

**ПК-2 Способен к организации групповой работы на основе использования принципов мотивации и лидерства, групповой динамики и формирования команды**

ПК-2.1. Знает основы социологии психологии, принципы ведения консультационной работы с клиентами, этику делового общения, технологии ведения переговоров, кодексы деловой этики, методы моделирования объемов и методов распределения работ, теорию межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии, теорию конфликтов

ПК-2.2. Умеет мыслить системно, структурировать информацию, работать в автоматизированных системах информационного обеспечения, предотвращать и улаживать конфликтные ситуации

ПК-2.3. Владеет навыками организации, нормирования и оплаты труда персонала, управления персоналом, корпоративной социальной ответственностью, деловой и профессиональной этикой, основами конфликтологии

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

### **Знать:**

основные приемы и нормы социального взаимодействия в обществе; принципы лидерства и формирования команды; технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии и особенности внутригрупповой динамики

### **Уметь:**

устанавливать и поддерживать внутриколлективную динамику; применять основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды и в обществе в целом

### **Владеть:**

навыками социального взаимодействия и командной работы, распределения и реализации оптимальной роли в команде, выстраивания внутригрупповой динамики

#### 4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы (в часах)					Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестации	
			Лекция	Практические занятия	Лабораторные	КСР	СРС		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1.	Роль общественных связей в современном мире	5	2				7	Контрольная работа	
	<b>Итого по семестру</b>	<b>5</b>	<b>2</b>				<b>7</b>		
1.	Реклама и медиапланирование. Специальные мероприятия в системе связей с общественностью	6	4	4			8	79	Контрольная работа; Творческое задание; Тест
	<b>Итого по семестру</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>4</b>			<b>8</b>	<b>79</b>	<b>Зачет, Контрольная работа</b>

#### 5. Содержание лекционных занятий по темам

№ п/п	Раздел дисциплины	Часы	Тема лекционного занятия	Индикаторы достижения компетенции
1	2	3	4	5
1.	Роль общественных связей в современном мире	1	Основные направления услуг в сфере связей с общественностью	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3
2.		1	Соотношение понятий СО и реклама, пропаганда, маркетинг	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3
3.	Реклама и медиапланирование. Специальные мероприятия в системе связей с общественностью	1	Рекламная коммуникация, ее цели и основные составляющие	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3
4.		1	Рекламные средства и их применение. Эффект и эффективность рекламы и рекламной деятельности	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3
5.		1	Связи с общественностью и деятельность СМК	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3
6.		1	Специфика использования специальных мероприятий в PR-компаниях	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3
	<b>ВСЕГО</b>	<b>6</b>		

#### 6. Содержание практических/семинарских занятий

№ п/п	Раздел дисциплины	Часы	Тема занятия	Индикаторы достижения компетенции
1	2	3	4	6
1.	Реклама и медиапланирование. Специальные мероприятия в системе связей с общественностью	1	Рекламная коммуникация, ее цели и основные составляющие	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3
2.		1	Рекламные средства и их применение. Эффект и	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3

№ п/п	Раздел дисциплины	Часы	Тема занятия	Индикаторы достижения компетенции
1	2	3	4	6
			эффективность рекламы и рекламной деятельности	
3.		1	Связи с общественностью и деятельность СМК	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3
4.		1	Специфика использования специальных мероприятий в PR-компаниях	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3
	<b>ВСЕГО</b>	<b>4</b>		

## 7. Содержание лабораторных занятий

Проведение лабораторных занятий не предусмотрено учебным планом

## 8. Самостоятельная работа

№ п/п	Темы, выносимые на самостоятельную работу	Часы	Форма СРС	Индикаторы достижения компетенции
1	2	3	5	6
1.	Основные направления услуг в сфере связей с общественностью	3	подготовка к контрольной работе	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3
2.	Соотношение понятий СО и реклама, пропаганда, маркетинг.	4	подготовка к контрольной работе	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3
3.	Рекламная коммуникация, ее цели и основные составляющие	25	выполнение творческого задания, подготовка к контрольной работе, подготовка к тестированию	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3
4.	Рекламные средства и их применение. Эффект и эффективность рекламы и рекламной деятельности	20	выполнение творческого задания, подготовка к контрольной работе, подготовка к тестированию	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3
5.	Связи с общественностью и деятельность СМК	15	подготовка к контрольной работе, подготовка к тестированию	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3
6.	Специфика использования специальных мероприятий в PR-компаниях	19	подготовка к контрольной работе, подготовка к тестированию	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3
	<b>ВСЕГО</b>	<b>86</b>		

### 8.1 Контроль самостоятельной работы

№ п/п	Темы, выносимые на самостоятельную работу	Часы	Форма КСР	Индикаторы достижения компетенции
1	2	3	5	6
1.	Рекламная коммуникация, ее цели и основные составляющие	2	проверка контрольной работы, проверка творческого задания, проверка тестирования	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3
2.	Рекламные средства и их применение. Эффект и эффективность рекламы и рекламной деятельности	2	проверка контрольной работы, проверка творческого задания, проверка тестирования	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3
3.	Связи с общественностью и деятельность СМК	2	проверка контрольной работы, проверка тестирования	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3
4.	Специфика использования специальных мероприятий в PR-компаниях	2	проверка контрольной работы, проверка тестирования	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3
	<b>ВСЕГО</b>	<b>8</b>		

## 9. Использование рейтинговой системы оценки знаний

При оценке результатов деятельности обучающихся в рамках дисциплины «Реклама и связь с общественностью» используется рейтинговая система. Максимальное и минимальное количество баллов по различным видам учебной работы описано в «Положении о балльно-рейтинговой системе оценки знаний студентов и обеспечения качества учебного процесса» ФГБОУ ВО КНИТУ.

Рейтинговая оценка формируется на основании текущего и промежуточного контроля. За контрольные точки студент может получить минимальное и максимальное количество баллов (см. таблицу).

Оценочные средства	Кол-во	Мин.баллов	Макс.баллов
<b>6-й семестр</b>			
Тест	1	24	40
Контрольная работа	1	20	40
Творческое задание	1	16	20
<b>Итого</b>		<b>60</b>	<b>100</b>

## 10. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации и итоговой аттестации разрабатываются согласно положению о Фондах оценочных средств, рассматриваются как составная часть рабочей программы и оформляются отдельным документом.

## 11. Информационно-методическое обеспечение дисциплины

### 11.1. Основная литература

При изучении дисциплины «Реклама и связь с общественностью» в качестве основных источников информации рекомендуется использовать следующую литературу:

Основные источники информации	Количество экземпляров
Е. Ю. Чилингир,, Реклама и связи с общественностью: введение в профессию [Прочее] учебное пособие: Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020	<a href="http://www.iprbookshop.ru/95336.html">http://www.iprbookshop.ru/95336.html</a> Режим доступа: по подписке КНИТУ
В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед, Реклама и связи с общественностью: введение в специальность [Прочее] Учебник для бакалавров: Москва : Юрайт, 2020	<a href="https://urait.ru/bcode/448047">https://urait.ru/bcode/448047</a> Режим доступа: по подписке КНИТУ
И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов, Реклама и связи с общественностью [Прочее] Учебник для бакалавров: Москва : Юрайт, 2020	<a href="https://urait.ru/bcode/466182">https://urait.ru/bcode/466182</a> Режим доступа: по подписке КНИТУ

### 11.2. Дополнительная литература

В качестве дополнительных источников информации рекомендуется использовать следующую литературу:

Дополнительные источники информации	Количество экземпляров
Г. Р. Шамьенова, А. Ю. Егорова, Г. Г. Карпова, Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс] Учебно-методическое пособие: Саратов : Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2016	<a href="http://www.iprbookshop.ru/80116.html">http://www.iprbookshop.ru/80116.html</a> Режим доступа: по подписке КНИТУ
М. А. Бовтенко, Press Office. English for PR. Современная пресс-служба. Английский язык для бакалавров по направлению "Реклама и связи с общественностью" [Прочее] : Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет (НГТУ), 2013	<a href="http://znanium.com/go.php?id=546342">http://znanium.com/go.php?id=546342</a> Режим доступа: по подписке КНИТУ

### 11.3. Электронные источники информации

При изучении дисциплины «Реклама и связь с общественностью» предусмотрено использование электронных источников информации:

1. Электронный каталог УНИЦ КНИТУ: Режим доступа: <http://ruslan.kstu.ru/>
2. ЭБС «Лань»: Режим доступа: <https://e.lanbook.com>
3. Образовательная платформа «Юрайт»: Режим доступа: <https://urait.ru/>
4. ЭБС «Znanium.com»: Режим доступа: <http://znanium.com/>
5. ЭБС Университетская библиотека онлайн: Режим доступа: <http://biblioclub.ru/>
6. ЭБС IPRbooks: Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>
7. ЭБС BOOK.ru : Режим доступа: <https://www.book.ru/>
8. Научная электронная библиотека <https://elibrary.ru/>

**УНИЦ**  
*Согласовано*

### 11.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Базы данных

Scopus Доступ свободный: [www.scopus.com](http://www.scopus.com)

Web of Science Доступ свободный: [apps.webofknowledge.com](http://apps.webofknowledge.com)

Информационные справочные системы

Справочно-правовая система «ГАРАНТ» Доступ свободный: [www.garant.ru](http://www.garant.ru)

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» Доступ свободный: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)

### 12. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Лицензированное программное обеспечение и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства, используемое в учебном процессе при освоении дисциплины «Реклама и связь с общественностью»:

Офисные и деловые программы: ABBYY FineReader 9.0 проф;

Офисные и деловые программы: MS Office 2007 Russian;

Офисные и деловые программы: MS Office 2007 Professional Russian;

Офисные и деловые программы: MS Office 2010-2016 Standard

Архиватор 7 Zip

Блокнот Notepad

Яндекс Браузер

Учебные аудитории:

1. Учебные аудитории для проведения учебных занятий оснащены оборудованием и техническими средствами обучения:

- доска магнитно-меловая Boardsys 100x150 см-1шт.,

- доска магнитно-маркерная 100\*150 см

- парта ученическая- 22шт.,

- стул-44шт.,

- экран стационарный 200x150 – 1шт.

- компьютер/ноутбук,

- проектор EPSONh555b.

2. Учебная аудитория , для проведения практических работ, выполнения курсового проекта, самостоятельной работы студентов оснащены оборудованием и техническими средствами обучения:

- доска магнитно-меловая Boardsys 100x150 см-1шт.,
- доска магнитно-маркерная 100\*150 см, двусторонняя, на передвижном стенде,
- компьютерный стол - 18 шт.,
- стул-30шт.,
- экран стационарный 200x150 – 1шт.,
- проектор EPSONh555b.

Учебные аудитории для проведения учебных занятий оснащены компьютерной техникой:

- 18 рабочих мест на базе: -AcPIx86-basedPC, DualIntelCorei3.,
- сустановленнымкомплектмофисногоПОWindows 7, Windows 10, MsOffice 2013, MsOffice 2010  
Все компьютеры обеспечены доступом в электронную среду КНИТУ.

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

### **13. Образовательные технологии**

Количество часов занятий, проводимых в интерактивных формах в учебном процессе по дисциплине «Реклама и связь с общественностью» составляет 6 ч.

В процессе освоения дисциплины «Реклама и связь с общественностью» используются следующие образовательные технологии:

- творческие задания;
- работа в малых группах;
- дискуссия;
- системы дистанционного обучения;
- тренинги;
- метод кейсов.