



Основная профессиональная образовательная программа  
42.03.01 – 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)

Е.Е. Ломакина

« 01 » сентября 2021 г.

**Рабочая программа дисциплины**  
*Проектная деятельность в области рекламы и СО*

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



## 1. Цели освоения дисциплины

**Цель курса:** данный курс, не будучи профильным для специальности «Реклама и связи с общественностью», тем не менее, играет большую роль в повышении уровня общей культуры студентов, особенно навыков написания курсовой и выпускной работы.

### **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;
- Владеть: навыками 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

Спецсеминар по основам проектной деятельности в области рекламы и связей с общественностью» на III-IV курсах — важное звено в системе «Дисциплин специализации». 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 спецсеминарских 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 спецсеминар, 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):



- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- профессиональные (ПК):
- способность организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);
- способность проводить маркетинговые исследования (ПК-9);
- навыки написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

### **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 (ОПК-1).
  - 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 (ПК-8);
  - 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 (ПК-9);
  - 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 (ПК-11);
- 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 (ОПК-1).
  - 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 (ПК-8);



Основная профессиональная образовательная программа  
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

- 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 (ПК-9);
- 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 (ПК-11);

• Владеть:

- 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 7 зачетных единиц: 252 часа, из них 102 относятся к контактной работе со студентами, 150 часов – к самостоятельной работе студентов.

##### 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)  Формы промежуточной аттестации
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	
1	Определение уровня входных учебных	6		4	Входная диагностика. Список вопросов, интересующих



Основная профессиональная образовательная программа  
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

	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				студентов по содержанию учебного материала (сдается в письменном виде) – 2 ч.
2.	Установочное занятие: цели и задачи спецсеминара. Выбор темы курсовой работы.	6		4	Защита темы курсовой работы – 4 ч.
3.	Работа с научной литературой и периодическими изданиями. Правила использования источников информации.	6		4	Составление аннотированного списка литературы по теме курсовой работы - 4 ч. Составление плана написания курсовой работы - 4 ч.
4.	Защита развернутых планов курсового сочинения.	6		4	Защита плана курсовой работы - 4 ч.
5.	Представление тезисов и материалов основной части курсовых работ.	6		4	Составление тезисов - 4 ч.
6.	Написание введения к курсовой работе.	6		4	Написание текста введения - 4 ч.
7.	Структура и оформление курсовой работы.	6		4	Защита структуры курсовой работы - 4 ч.



Основная профессиональная образовательная программа  
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

8.	Представление выводов по курсовому сочинению	6		4	Рецензирование письменных сообщений - 4 ч.
9.	Итоговое занятие: подготовка к процедуре защиты курсовой работы.	6		4	Тренинг-защита курсовой работы - 6 ч.
10.	Выбор темы выпускной работы. Утверждение темы.	7		6	Собеседование-защита темы выпускной работы - 4 ч. Составление плана написания выпускной работы – 4 ч.
11.	Написание рабочего варианта введения.	7		6	Рабочий вариант введения - 4 ч.
12.	Требования к содержанию выпускной работы.	7		6	Обоснование объекта и предмета исследования - 4 ч.
13.	Подбор материалов и изложение результатов исследования.	7		6	Составление аннотированного списка литературы по теме выпускной работы- 4 ч.
14.	Правила использования источников информации. Цитирование.	7		6	Составление тезисов с цитатами (различные способы) - 4 ч.
15.	Руководство выпускной работой.	8		4	Корректировка плана написания выпускной работы- 4 ч.
16.	Структура выпускной работы.	8		6	Защита структуры выпускной работы- 4 ч.
17.	Правила редактирования текста.	8		4	Редактирование текста 6 ч.
18.	Оформление выпускной работы.	8		4	Подготовка предзащитного слова 4 ч.
19.	Подготовка к предзащите выпускной работы.	8		6	Предзащита - 2 ч.
20.	Взаимное рецензирование	8		6	Рецензирование – 2 ч.



Основная профессиональная образовательная программа  
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

	работ				
21.	Критерии оценки выпускной работы.	8		6	Проверка черновика выпускной работы – 6 ч.
	Итого по дисциплине			102	

**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.**

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**

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 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

Формой итогового контроля подготовки студентов по курсу специального семинара является зачет. Главные критерии оценки на нем:

- мера владения всей совокупностью проблем и закономерностей;
- создание качественного самостоятельного текста, отвечающего требованиям, предъявляемым к подобного рода работам.





Минимальные требования для получения «зачета» определяются подготовкой курсовой или выпускной работы к защите с предварительным представлением результатов освоения отдельных этапов на лабораторных занятиях спецсеминара.

## **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:

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](http://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](http://www.raso.ru)

[www.aup.ru](http://www.aup.ru)

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

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



Основная профессиональная образовательная программа  
42.03.01 – *Реклама и связи с общественностью*

<https://adindex.ru/>  
[www.advertology.ru](http://www.advertology.ru)  
[www.public.ru](http://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.)

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

Программа рассмотрена на заседании кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью.

«31» августа 2021 г., протокол № 1

Программа обновлена

протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года

Согласовано:

Руководитель ОП \_\_\_\_\_ (Ломакина Е.Е.)

(подпись)

**Приложение 1. Методические указания для обучающихся по самостоятельному освоению дисциплины.**

**Приложение 2. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации студентов по дисциплине (ФОС).**