

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Панарин Андрей Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 09.09.2025 11:17:35  
Уникальный идентификатор документа:  
a5da3d9896e9d535380e3f9a7da4832154ef8302



Образовательная автономная некоммерческая организация высшего образования  
**«Московский психолого-социальный университет»**  
Лицензия № 1478 от 28 мая 2015 г., серия 90Л01 № 0008476 (бессрочная)  
Свидетельство государственной аккредитации № 2783 от 07 марта 2018 года, серия 90А01 №0002920 (бессрочно)

Факультет управления человеческими ресурсами

**УТВЕРЖДАЮ**



Первый проректор ОАНО ВО МПСУ  
Замолоцких Е.Г.  
«30» сентября 2024 г.

**Рабочая программа дисциплины**

Реклама в коммуникационном процессе

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника

Бакалавр

Форма обучения

очная

Составитель программы:

Небродовская-Мазур Е.Ю., канд. психол. наук, заведующая кафедрой  
организационной психологии и психологии труда

Москва  
2025

## Лист согласований

Рабочая программа дисциплины «Реклама в коммуникационном процессе» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере разработана на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. №: 512 (с изменениями и дополнениями), редакция с изменениями № 1456 от 26.11.2020г., профессиональных стандартов:

06.013 «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 июля 2022 г. N420н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 22 августа 2022 г., регистрационный N69714);

06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. N535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный N33973).

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры организационной психологии и психологии труда

протокол № 2 от «26» сентября 2024 г.

зав. кафедрой организационной психологии  
и психологии труда

Небродовская-Мазур Е.Ю.

Согласовано:

Декан факультета

управления человеческими ресурсами

Небродовская-Мазур Е.Ю.

Директор института психологии

Ефимова О.С.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Аннотация к дисциплине .....	4
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебной работы) и на самостоятельную работу обучающихся .....	6
3.1. Объем дисциплины по видам учебных занятий (в часах) .....	6
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий .....	6
4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (академических часов).....	6
4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам) .....	8
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся .....	9
6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины .....	<b>Error! Bookmark not defined.0</b>
7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине .....	16
9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	17
9.1. Лицензионное программное обеспечение.....	17
9.2. Электронно-библиотечная система .....	17
9.3. Современные профессиональные базы данных .....	17
9.4. Информационные справочные системы.....	18
10. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья .....	18
11. Лист регистрации изменений .....	19

## **1. Аннотация к дисциплине**

Рабочая программа дисциплины «Реклама в коммуникационном процессе» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512, зарегистрировано в Минюсте России 29.06.2017 г. № 74220 (ред. от 27.02.2023 г.)

- приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 № 245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

- учебным планом (очной формы обучения), составленными на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Рабочая программа содержит обязательные для изучения темы по дисциплине «Реклама в коммуникационном процессе». Дисциплина дает представление о сущности, структуре и процессу осуществления рекламной деятельности, формирование навыка осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, СМИ.

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

Настоящая дисциплина включена в часть учебных планов, формируемую участниками образовательных организаций по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью уровень бакалавриата.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 и 6 семестрах (для очной формы обучения). Промежуточная аттестация проводится в форме зачета в 5 семестре и экзамена в 6 семестре.

### **Цели и задачи обучения по дисциплине**

**Цель изучения дисциплины** «Реклама в коммуникационном процессе»- систематизация, обобщение знаний и умений по сущности, структуре и процессу осуществления рекламной деятельности, формирование навыка осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, СМИ.

**Основные задачи дисциплины** «Реклама в коммуникационном процессе»:

- создание системных представлений о процессе рекламной коммуникации и его составляющих;
- первичное знакомство обучающихся с некоторыми методами и формами рекламной деятельности;
- формирование у обучающихся общего представления о рекламных кампаниях и их планировании;
- формирование умения ориентироваться в методах оценки эффективности рекламы и оптимальном выборе рекламной стратегии предприятия.

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:**

ПК-1- способен осуществлять авторскую деятельность с учётом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-2 - способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.

ПК-7 - способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн- и офлайн-коммуникаций.

## 2 .Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) и на основе профессиональных стандартов:

06.013 «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 июля 2022 г. N420н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 22 августа 2022 г., регистрационный N69714);

06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. N535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный N33973), соотнесенных с федеральным государственным образовательным стандартом по указанному направлению подготовки.

Код компетенции	Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Индикаторы достижения компетенций	Формы образовательной деятельности, способствующие формированию и развитию компетенции
<b>ПК-1</b>	способен осуществлять авторскую деятельность с учётом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-1.1 создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	<u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия <u>Самостоятельная работа</u>
<b>ПК-2</b>	способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	ПК-2.1 создает информационные поводы и сценарии специальных событий и мероприятий для рекламно-коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-2.2 контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	<u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия <u>Самостоятельная работа</u>
<b>ПК-7</b>	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн- и офлайн-коммуникаций	ПК-7.2 при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн- и офлайн-среде	<u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия <u>Самостоятельная работа</u>

**3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы

3.1 Объем дисциплины по видам учебных занятий (в часах)

Объем дисциплины	Очная форма обучения	
	5 семестр	6 семестр
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>72</b>	<b>72</b>
<b>Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего)</b>	<b>30</b>	<b>34</b>
<b>Аудиторная работа (всего):</b>	<b>30</b>	<b>34</b>
<b>в том числе:</b>		
<b>Лекции</b>	<b>16</b>	<b>16</b>
<b>семинары</b>	<b>14</b>	<b>-</b>
<b>практические занятия</b>	<b>-</b>	<b>16</b>
<b>лабораторные работы</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Внеаудиторная работа (всего):</b>		
<b>в том числе:</b>		
<b>Самостоятельная работа обучающихся (всего)</b>	<b>42</b>	<b>2</b>
<b>Консультация</b>	<b>-</b>	<b>2</b>
<b>Контроль</b>		<b>36</b>
<b>Вид промежуточной аттестации обучающегося (зачет/экзамен)</b>	<b>зачет</b>	<b>экзамен</b>

**4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

4.1 Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

**для очной формы обучения**

№	Наименование темы	Всего часов	Контактные (аудиторные) часы	из них:				Консультация	Самостоятельная работа	Контроль	Формируемые компетенции
				Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Семинарские занятия				
<b>5 семестр</b>											
1	Процесс рекламной коммуникации, его составляющие и участники	16	6	4	-	2	-	-	10	-	ПК-1.1; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-7.2.
2	Виды рекламы. Основные типы рекламных носителей	16	6	4	-	2*	-	-	10	-	ПК-1.1; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-7.2.
3	Рекламное сообщение: содержание, форма, структура	18	8	4	-	4	-	-	10	-	ПК-1.1; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-7.2.
4	Психологические особенности аудитории рекламы	22	10	4	-	6	-	-	12	-	ПК-1.1; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-7.2.
	<b>Зачёт</b>	+									
	<b>Итого за семестр</b>	<b>72</b>	<b>30</b>	16	-	14	-	-	<b>42</b>	-	
<b>6 семестр</b>											
5	Современные рекламные стратегии	18	8	4	-	4	-	-	10	-	ПК-1.1; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-7.2.
6	Исследования в рекламе	18	8	4	-	4*	-	-	10	-	ПК-1.1; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-7.2.
7	Эффективность рекламы	18	8	4	-	4/2*	-	-	10	-	ПК-1.1; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-7.2.
8	Международная реклама	16	8	4	-	4	-	-	8	-	ПК-1.1; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-7.2.
	<b>Консультация перед экзаменом</b>	2						2			
	<b>контроль</b>	<b>36</b>								<b>36</b>	
	<b>Экзамен</b>	<b>6</b>								<b>6</b>	
	<b>Самостоятельная работа</b>								<b>2</b>		
	<b>Итого за семестр</b>	<b>72</b>	<b>34</b>	16	-	16	-	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>36</b>	
	<b>Итого</b>	<b>144</b>	<b>62</b>	<b>32</b>	-	<b>30</b>	-	<b>2</b>	<b>44</b>	<b>36</b>	

## 4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)

### Тема 1. Процесс рекламной коммуникации, его составляющие и участники

Цели и задачи рекламной коммуникации. Принципиальная схема коммуникационного процесса. Рекламодатель. Рекламное агентство. Изготовитель рекламного продукта. Средства распространения рекламы\*. Потребитель рекламного продукта. Прямые и косвенные участники рекламного процесса. Помехи в процессе рекламной коммуникации. Принципы работы с заказчиком рекламной продукции (рекламодателем). Работа рекламного отдела на предприятии. Типы покупательского поведения. Пассивный и активный покупатель. Рациональный покупатель, обусловленный покупатель.

### Тема 2. Виды рекламы. Основные типы рекламных носителей

Виды рекламы: коммерческая, социальная, политическая. Фирменный стиль как элемент корпоративной рекламы. Классификация рекламы. Типы рекламных носителей: ТВ, радио, Интернет, печать, наружная и печатная реклама, реклама на транспорте\*. Достоинства и недостатки различных рекламоносителей. Обзор определений рекламы. Понятие рекламы в широком и узком смысле. Цели и общие требования к рекламе. Понятие коммуникационного процесса. Основные функции рекламы как средства маркетинговой коммуникации. ФОССТИС. Реклама как форма массовой коммуникации. Функции рекламы в современном обществе. Понятие рекламного продукта. Основные характеристики рекламы как элемента коммуникационного процесса.

Манипулятивный характер рекламы: этика и право.

### Тема 3. Рекламное сообщение: содержание, форма, структура

Понятие рекламного сообщения. Функциональные и структурные особенности рекламного сообщения. Вербальная и невербальная составляющие рекламного сообщения. Композиция рекламного сообщения. Соотношение текста и иллюстрации в рекламном обращении. Содержательная сторона рекламного сообщения. Уровни психологического воздействия в рекламе. Мотивация и выбор мотива при разработке рекламного сообщения. Форма рекламного сообщения. Выбор тона и стиля рекламного обращения. Понятие слогана. Типы и функции слогана.

### Тема 4. Психологические особенности аудитории рекламы

Психологические особенности аудитории рекламы и принципы воздействия на потребителей в рекламе. Целевая аудитория рекламы. Характеристика целевой группы (возраст, пол, образование, семейный статус, доход) и особенности языка и стиля рекламы. Реклама для женщин. Реклама для домохозяек\*. Реклама для мужчин\*. Реклама для детей и молодёжи. Анализ текстов, адресованных разным целевым аудиториям.

### Тема 5. Современные рекламные стратегии

Понятие рекламной стратегии. Базовая информация для разработки рекламной стратегии. Типы рекламных стратегий. Понятие творческой рекламной стратегии. Рационалистические и проекционные рекламные стратегии. Уникальное торговое предложение. Концепция рекламируемого товара. Основные характеристики рекламной стратегии. Элементы рекламной стратегии. Этапы разработки рекламной стратегии\*.

Определение понятия «рекламная кампания». Составляющие рекламной кампании. Этапы рекламной кампании. Классификация рекламных кампаний. Значение и место маркетинговых исследований в разработке рекламных мероприятий\*. Мероприятия,



используемые в рекламной кампании. Отличие рекламной кампании от рекламной акции. Планирование рекламной кампании. Медиапланирование. Планирование мероприятий. Календарный план. Рекламоносители в рекламной кампании.

#### **Тема 6. Исследования в рекламе**

Цели и задачи исследований в рекламе. Предтестирование в рекламе. Исследование товара, целевой аудитории, рынка. Предтестирование рекламного сообщения до выхода на рынок. Базовые методики предварительного тестирования рекламного продукта. Социологические исследования аудитории и их роль в определении стратегии рекламной деятельности. Наблюдение, опрос, интервью, беседа. Посттестирование, его задачи и методы.

#### **Тема 7. Эффективность рекламы**

Понятие эффективности рекламы. Количественные и качественные показатели оценки эффективности рекламы. Экономический, информационный, социальный, психологический эффект от рекламы. Критерии оценки коммуникативной эффективности рекламы: распознаваемость, запоминаемость, притягательность, агитационная сила рекламы. Методы оценки эффективности рекламы.

#### **Тема 8. Международная реклама**

Понятие и функции международной рекламы. Особенности регулирования международной рекламы. Содержание международной рекламной деятельности, особенности организации и проведения международных рекламных кампаний. Понятие адаптации рекламного сообщения. Рекламные организации в сфере международной рекламы. Нормы и принципы международной рекламной деятельности. Международный кодекс рекламной деятельности и его содержание. Практика саморегулирования в международной рекламе. Международные рекламные фестивали и их роль в развитии мировой рекламы.

История развития рекламы в России и за рубежом. Российский рынок рекламы. Иностранная реклама в России. Деятельность международных сетевых коммуникационных агентств на российском рынке. Особенности развития отдельных рынков рекламы: реклама в автомобильной, банковской, металлургической, нефтяной и прочих отраслях, фарма-реклама. Реклама алкогольной и табачной продукции и ее ограничения. Правовое регулирование рекламы в России. Этическое регулирование рекламы в России. Проблемы развития отечественного рынка рекламы.

### **5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Самостоятельная работа обучающихся при изучении курса «Реклама в коммуникационном процессе» предполагает, в первую очередь, работу с основной и дополнительной литературой. Результатами этой работы становятся выступления на практических занятиях, участие в обсуждении.

Методика самостоятельной работы предварительно разъясняется преподавателем и в последующем может уточняться с учетом индивидуальных особенностей обучающихся. Время и место самостоятельной работы выбираются обучающимися по своему усмотрению с учетом рекомендаций преподавателя.

Самостоятельную работу над дисциплиной следует начинать с изучения рабочей программы «Реклама в коммуникационном процессе», которая содержит основные требования к знаниям, умениям и навыкам обучаемых. Обязательно следует вспомнить рекомендации преподавателя, данные в ходе установочных занятий. Затем – приступить к изучению отдельных разделов и тем в порядке, предусмотренном программой.

Получив представление об основном содержании раздела, темы, необходимо

изучить материал с помощью учебников, указанных в разделе 7 указанной программы. Целесообразно составить краткий конспект или схему, отображающую смысл и связи основных понятий данного раздела и включенных в него тем. Затем, как показывает опыт, полезно изучить выдержки из первоисточников. При желании можно составить их краткий конспект. Обязательно следует записывать возникшие вопросы, на которые не удалось ответить самостоятельно.

## **6.Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### **Основная литература:**

1. *Потапов, Ю. А.* Современная пресс-служба: учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 358 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18185-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565068>

2. *Касьянов, В. В.* Социология массовой коммуникации: учебник для вузов / В. В. Касьянов. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 288 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15798-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563395>

3. *Коноваленко, В. А.* Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14728-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535909>

### **Дополнительная литература:**

1. *Федотова, Л. Н.* Социология массовых коммуникаций. Теория и практика: учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 611 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18980-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559971>

2. *Гулевич, О. А.* Психология массовой коммуникации: от газет до интернета: учебник для вузов / О. А. Гулевич. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 246 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21264-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569444>

3. *Еафанов, А. А.* Социология медиакультуры и медиаобразования: учебное пособие для вузов / А. А. Ефанов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12432-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543004>

## **Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

Российский союз выставок и ярмарок - РСВЯ <a href="https://ruef.ru/">https://ruef.ru/</a> (информационная база знаний индустрии)	Российский союз выставок и ярмарок - РСВЯ - объединение ведущих российских организаторов выставок, владельцев выставочных комплексов и центров, сервисных компаний, осуществляющих свою деятельность в индустрии выставок, ярмарок, встреч, инсентивов, конгрессов и ивентов, а также представителей выставочного бизнеса стран СНГ. Союз учрежден в 1991 году, с 1994
--	--

	<p>года является членом Всемирной ассоциации выставочной индустрии – UFI.</p> <p>На сайте:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Аудит выставочных мероприятий</b></li> <li>• <b>Международное взаимодействие в индустрии событий и мероприятий</b></li> <li>• <b>Информационная база знаний индустрии</b></li> <li>• <b>Уникальные издания</b></li> </ul>
<p>Polpred.com - Обзор СМИ  <a href="https://www.polpred.com/">https://www.polpred.com/</a></p>	<p><b>База данных с рубрикатором:</b> 53 отрасли / 600 источников / 8 федеральных округов РФ / 235 стран и территорий / главные материалы / статьи и интервью 13000 первых лиц. Ежедневно тысяча новостей, полный текст на русском языке. Миллионы сюжетов информагентств и деловой прессы за 15 лет. Интернет-сервисы по отраслям и странам.</p>
<p>Научная электронная библиотека eLIBRARY  <a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a></p>	<p><b>Информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования,</b> содержащий рефераты и полные тексты более 29 млн научных статей и публикаций, в том числе электронные версии более 5600 российских научно-технических журналов, из которых более 4800 журналов в открытом доступе.</p>
<p>Информационный портал  <a href="http://htmlbook.ru/">http://htmlbook.ru/</a></p>	<p>Сайт разбит на несколько тем и областей, ориентированных на пользователей разного уровня подготовки. <b>Набор статей по разным темам создания сайта.</b> Каждая статья является независимой и в то же время выступает как часть темы, в которую входит. <b>Сборник задач для самостоятельного решения.</b> Все задачи делятся на три уровня сложности.</p>
<p>Служба распространения пресс-релизов «Пресс-релиз.ру»:  <a href="http://www.press-release.ru/">http://www.press-release.ru/</a></p>	<p><b>Он-лайн служба распространения пресс-релизов "Press-release.ru"</b> - ресурс, созданный для решения задач коммуникации. Для удобства пользователей все поступающие пресс-релизы разбиты на тематические рубрики. Существует возможность подписки на материалы любого выбранного раздела, как в ежедневном, так и в еженедельном режиме. Предлагаются самые актуальные новости политики, экономики, регионов.</p>
<p>Система мониторинга и анализа СМИ – «Медиалогия»  <a href="https://www.mlg.ru/">https://www.mlg.ru/</a></p>	<p><b>Медиалогия — разработчик автоматической системы мониторинга и анализа СМИ и соцмедиа в режиме реального времени.</b> На сегодняшний день Медиалогия является лидером в мониторинге и анализе СМИ. Более <b>54 тысяч</b> издателей федерального и регионального уровня поставляют свой контент в режиме 24x7. Медиалогия автоматически обрабатывает <b>500 тыс.</b> сообщений СМИ и <b>100 млн.</b> сообщений соц.медиа в сутки, чтобы каждое утро сотрудники пресс-служб получали мониторинг в 2 клика.</p>
<p>Измерения аудитории и анализ СМИ - «Медиаскоп»  <a href="https://mediascope.net/">https://mediascope.net/</a></p>	<p><b>Mediascope – технологичная исследовательская компания,</b> лидер российского рынка медиаисследований, мониторинга рекламы и СМИ. Деятельность компании основана на международных стандартах проведения исследований. Клиентами Mediascope являются большинство участников медиа-рекламного рынка: рекламные агентства и группы, издательские дома, телеканалы, радиостанции, интернет-площадки и компании-рекламодатели. Данные Mediascope служат основой для принятия стратегических решений. <b>В он-лайн режиме можно задать запрос по интересующим параметрам и получить статистические данные мгновенно.</b></p>
<p>Федеральная служба государственной статистики  <a href="http://www.gks.ru/">http://www.gks.ru/</a></p>	<p>Удовлетворение потребностей органов власти и управления, средств массовой информации, населения, научной общественности, коммерческих организаций и предпринимателей, международных организаций в <b>разнообразной, объективной и полной статистической информации</b> – главная задача Федеральной службы государственной статистики.</p> <p>Международная экспертиза признала статистические данные Федеральной службы государственной статистики надежными.</p>

<p>портал Электронная библиотека: диссертации <a href="http://diss.rsl.ru/?menu=disscatalog/">http://diss.rsl.ru/?menu=disscatalog/</a></p>	<p>Российская государственная библиотека предоставляет возможность доступа к <b>полным текстам диссертаций и авторефератов</b>, находящимся в электронной форме, что дает уникальную возможность многим читателям получить интересующую информацию, не покидая своего города. Для доступа к ресурсам ЭБД РГБ создаются Виртуальные читальные залы в библиотеках организаций, в которых и происходит просмотр электронных диссертаций и авторефератов пользователями. Каталог Электронной библиотеки диссертаций РГБ находится в свободном доступе для любого пользователя сети Интернет.</p>
<p>сайт Института научной информации по общественным наукам РАН. <a href="http://www.inion.ru">http://www.inion.ru</a></p>	<p>Библиографические базы данных ИНИОН РАН по социальным и гуманитарным наукам ведутся с начала 1980-х годов. Общий объём массивов составляет <b>более 3 млн. 500 тыс. записей</b> (данные на 1 января 2012 г.). <b>Ежегодный прирост — около 100 тыс. записей.</b> В базы данных включаются аннотированные описания книг и статей из журналов и сборников на 140 языках, поступивших в Фундаментальную библиотеку ИНИОН РАН. Описания статей и книг в базах данных снабжены шифром хранения и ссылками на полные тексты источников из Научной электронной библиотеки.</p>
<p>Федеральный портал «Российское образование» [Электронный ресурс] – <a href="http://www.edu.ru">http://www.edu.ru</a></p>	<p><b>Федеральный портал «Российское образование» – уникальный интернет-ресурс в сфере образования и науки.</b> Ежедневно публикует самые актуальные новости, анонсы событий, информационные материалы для широкого круга читателей. Ежедневно на портале размещаются эксклюзивные материалы, интервью с ведущими специалистами – педагогами, психологами, учеными, репортажи и аналитические статьи. Читатели получают доступ к нормативно-правовой базе сферы образования, они могут пользоваться самыми различными полезными сервисами – такими, как онлайн-тестирование, опросы по актуальным темам и т.д.</p>
<p>Портал Роскомнадзора: <a href="http://rkn.gov.ru/">http://rkn.gov.ru/</a></p>	<p><b>Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.</b> На сайте опубликованы открытые данные Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор), в том числе: <b>Сведения из реестра зарегистрированных средств массовой информации; Реестр лицензий в области связи; Сведения из реестра лицензий на деятельность по телерадиовещанию и др.</b> Пользователь без заключения договора с Роскомнадзором может использовать открытые данные свободно, бесплатно, бессрочно, безвозмездно и без ограничения, в том числе имеет право копировать, публиковать, распространять открытые данные, видоизменять открытые данные и объединять их с другой информацией, использовать открытые данные в некоммерческих и коммерческих целях, использовать для создания программ для ЭВМ и приложений.</p>
<p>АНО «Радиочастотный спектр»: <a href="https://rspectr.com/">https://rspectr.com/</a></p>	<p><b>АНО «Радиочастотный спектр» - это:</b> Портал по вопросам связи, информационных технологий и массовых коммуникаций RSPECTR.COM. Специализированный журнал по вопросам связи, информационных технологий и массовых коммуникаций «РСпектр». Конференции, форумы, семинары PROJECT-SI.RU. Ежедневный мониторинг СМИ, аналитические отчеты и исследования.</p>
<p>Проект «Цифровой дом»: <a href="http://digitalprivacy.ru/about">http://digitalprivacy.ru/about</a></p>	<p>Проект «Цифровой дом» инициирован в рамках реализации «Стратегии институционального развития и информационно-публичной деятельности в области защиты прав субъектов персональных данных на период до 2020 года». Главная цель Проекта - <b>создание комфортного и безопасного информационного</b></p>

	<p>пространства, повышение уровня цифровой грамотности граждан России, повышение поведенческой культуры в информационно-телекоммуникационной среде, единый подход к совершенствованию и гармонизации цифровой среды.</p>
<p>Библиотека научных публикаций «КиберЛенинка»: <a href="https://cyberleninka.ru/">https://cyberleninka.ru/</a></p>	<p><b>КиберЛенинка поддерживает распространение знаний по модели открытого доступа (Open Access)</b>, обеспечивая бесплатный оперативный доступ к научным публикациям в электронном виде. Данная инициатива является основной для построения инфраструктуры открытой науки в России. Библиотека комплектуется научными статьями, публикуемыми в журналах России и ближнего зарубежья, в том числе, научных журналах, включённых в перечень ВАК РФ. Научные тексты размещены бесплатно.</p>
<p>Сайт Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации: <a href="https://digital.gov.ru/">https://digital.gov.ru/</a></p>	<p><b>Сайт Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации содержит документы и открытые данные в виде реестров, такие как:</b> Реестр аккредитованных организаций, осуществляющих деятельность в области информационных технологий; Таблица распределения полос радиочастот между радиослужбами Российской Федерации (статистические данные); План перспективного использования радиоэлектронных средств в Российской Федерации (статистические данные) и др.</p>
<p>сайт Фонда защиты гласности <a href="http://www.gdf.ru">www.gdf.ru</a> с включенными базами данных</p>	<p>В сети Интернет работает сайт Фонда защиты гласности <a href="http://www.gdf.ru">www.gdf.ru</a>. Основные его разделы: «Лента плохих новостей», «Дайджест», «Книги» (электронные версии изданий ФЗГ), «Статьи», «Право», «Образование», «Наши партнеры», «Регионы», «Проекты», «Архив», «О Фонде», «Аналитика», «Контакты»</p> <p><b>Программы ФЗГ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• мониторинг нарушений прав журналистов и СМИ на территории Российской Федерации;</li> <li>• информационно-аналитическая деятельность: еженедельный электронный дайджест, новостная интернет-лента, информационные рассылки о конфликтах СМИ, ежеквартальный печатный аналитический бюллетень «Взгляд»;</li> <li>• научные исследования по широкому спектру правовых и этических проблем журналистики;</li> <li>• экспертиза законов о СМИ;</li> <li>• издательская программа: выпуск юридической, научной, правозащитной и справочной литературы по проблемам СМИ (издания Фонда распространяются в основном бесплатно).</li> </ul> <p><b>Полезно:</b></p> <p>вкладка «Погибшие журналисты» (по годам, обновляется ежегодно)</p> <p>вкладка «Нападения на журналистов» (по годам, обновляется ежеквартально)</p>
<p>База данных «Россия: медиаконфликты» <a href="http://www.mediaconflicts.org/">http://www.mediaconflicts.org/</a></p>	<p><b>Мониторинг конфликтов с участием российских СМИ и журналистов.</b> Ведется подробная новостная лента. В базе данных можно найти материалы по каждому зафиксированному конфликту, задержанию, уголовному преследованию, увольнению журналистов. По каждому случаю определен тип, регион, стороны конфликта, подробные данные.</p>
<p>Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) <a href="https://www.wciom.ru/">https://www.wciom.ru/</a></p>	<p>Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) является старейшим российским исследовательским институтом в сфере социальных, политических и маркетинговых опросов. <b>Деятельность направлена на получение, анализ и распространение достоверной информации о состоянии и динамике социального развития, общественного мнения, массового сознания и поведения, характерных для различных социальных групп населения и территориальных общностей.</b></p> <p><b>Базы данных, размещенные на ресурсе:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Пресс-выпуски</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– База результатов опросов Архивариус</li> <li>– База результатов опросов Спутник</li> <li>– Рейтинги и индексы</li> <li>– Презентации</li> <li>– Архив Exit-polls</li> <li>– Электоральное прогнозирование</li> <li>– Открытые проекты</li> <li>– База данных Roper Center</li> <li>– Поиск по материалам</li> <li>– Подписка на открытые данные</li> </ul>
--	---

## 7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Вид деятельности	Методические указания по организации деятельности обучающегося
Практические занятия	<p>Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом практических занятий, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы.</p>
Самостоятельная работа	<p>Самостоятельная работа проводится с целью: систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся; формирования умений использовать основную и дополнительную литературу; развития познавательных способностей и активности обучающихся: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности, организованности; формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, совершенствованию и самоорганизации; формирования профессиональных компетенций; развитию практических умений обучающихся.</p> <p>Формы и виды самостоятельной работы обучающихся: чтение основной и дополнительной литературы – самостоятельное изучение материала по рекомендуемым литературным источникам; работа с библиотечным каталогом, самостоятельный подбор необходимой литературы; поиск необходимой информации в сети Интернет; подготовка к различным формам текущей и промежуточной аттестации (к зачету с оценкой).</p> <p>Технология организации самостоятельной работы обучающихся включает использование информационных и материально-технических ресурсов образовательного учреждения: библиотеку с читальным залом, укомплектованную в соответствии с существующими нормами; учебно-методическую базу учебных кабинетов; компьютерные классы с возможностью работы в сети Интернет; основную и дополнительную литературу, разработанную с учетом увеличения доли самостоятельной работы обучающихся, и иные методические материалы.</p> <p>Перед выполнением обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель проводит консультирование по выполнению задания, которое</p>

	<p>включает цель задания, его содержание, сроки выполнения, ориентировочный объем работы, основные требования к результатам работы, критерии оценки. Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами обучающихся в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений обучающихся.</p> <p>Формы контроля самостоятельной работы: просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем; рефлексия выполненного задания в группе; обсуждение результатов выполненной работы на занятии – предоставление обратной связи; проведение устного опроса.</p>
Опрос	<p>Устный опрос по основной терминологии может проводиться в процессе практического занятия в течение 15-20 мин. Позволяет оценить полноту знаний контролируемого материала.</p>
Тест	<p>Тест включает в себя 20 вопросов с вариантами ответов. На тестирование отводится 40 минут. Каждый вариант тестовых заданий включает 20 вопросов. За каждый правильный ответ на вопрос даётся 5 баллов. Для зачета по тестированию необходимо набрать 50% и более правильных ответов.</p>
Доклад	<p>Текст доклада должен составлять 3-5 печатных листа. Данный объем текста обеспечит выступление студента в течение 7-10 минут. Структура доклада традиционно состоит из трех разделов: введения, основной части и заключения. Доклад желательно сопровождать презентацией.</p>
Подготовка к зачету/экзамену	<p>При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на рекомендуемую литературу и др.</p> <p>Основное в подготовке к сдаче зачета по дисциплине - это повторение всего материала дисциплины, по которому необходимо сдавать промежуточную аттестацию. При подготовке к сдаче зачета обучающийся весь объем работы должен распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки к зачету, контролировать каждый день выполнение намеченной работы.</p> <p>Подготовка обучающегося к зачету включает в себя три этапа: самостоятельная работа в течение семестра; непосредственная подготовка в дни, предшествующие зачету по темам курса; подготовка к ответу на задания, содержащиеся в вопросах зачета.</p> <p>Зачет проводится по вопросам, охватывающим весь пройденный материал дисциплины, включая вопросы, отведенные для самостоятельного изучения.</p> <p>Для успешной сдачи зачета с оценкой по дисциплине обучающиеся должны принимать во внимание, что: все основные вопросы, указанные в рабочей программе, нужно знать, понимать их смысл и уметь его разъяснить; указанные в рабочей программе формируемые профессиональные компетенции в результате освоения дисциплины должны быть продемонстрированы обучающимся; семинарские занятия способствуют</p>

	получению более высокого уровня знаний и, как следствие, более высокой оценке на зачете; готовиться к промежуточной аттестации необходимо начинать с первого практического занятия.
--	---

### **8.Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Реклама в коммуникационном процессе» необходимо использование следующих помещений:

№	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования	Адрес (местоположение) учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий (с указанием 15 площади и номера помещения в соответствии с документами БТИ)
1	Учебная аудитория для проведения лекционных занятий, самостоятельной работы, практических занятий, проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (аудитория 404) Оснащение: Экран большого размера – 1 шт. Персональный компьютер с периферией и выходом в интернет (лицензионное программное обеспечение, образовательный контент, система защиты от вредоносной информации, автоматизированная информационно-библиотечная система (АИБС) – 1 шт. Меловая доска – 1 шт. Шкаф закрытый для хранения учебного оборудования – 6 шт. Стол ученический – 25 шт. Стул ученический – 51 шт.	115191, г. Москва, 4-й Рощинский проезд, д. 9А, 4-ый этаж, учебный кабинет № 404, 49,8 м <sup>2</sup> , помещение № 79.
2	Кабинет для самостоятельной работы с возможностью подключения к Интернету и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду (аудитория № 403) Оснащение: Экран большого размера – 1 шт. Персональный компьютер с периферией и выходом в интернет (лицензионное программное обеспечение, образовательный контент, система защиты от вредоносной информации, автоматизированная информационно-библиотечная система (АИБС) – 16 шт. Стол одноместный – 1 шт. Стол ученический – 10 шт. Стул ученический – 41 шт. Меловая доска – 1 шт.	115191, г. Москва, 4-й Рощинский проезд, д. 9А, 4-ый этаж, учебный кабинет № 403, 49,2 м <sup>2</sup> , помещение № 78.



## **9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

### **9.1 Лицензионное программное обеспечение:**

1. Операционная система Microsoft Windows XP Professional Russian — OEM-лицензии (поставляется в составе готового компьютера);
2. Операционная система Microsoft Windows 7 Professional — OEM-лицензии (поставляется в составе готового компьютера);
3. Операционная система Linux: Open-source;
4. Программный пакет Microsoft Office 2010 Professional;
5. Свободный пакет офисных приложений Open Office;
6. Свободный пакет офисных приложений Libre Office;
7. Комплексная система антивирусной защиты Kaspersky Endpoint Security;
8. Программный комплекс SciLab — свободная лицензия CeCILL.

### **9.2. Электронно-библиотечная система:**

Электронная библиотечная система (ЭБС): <http://www.iprbookshop.ru/>

Электронная библиотечная система (ЭБС): <https://urait.ru>

Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (www: <http://elibrary.ru>)

### **9.3. Современные профессиональные базы данных:**

-Официальный интернет-портал базы данных правовой информации  
<http://pravo.gov.ru>.

-Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>

-Электронная библиотечная система «IPRbooks» [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/>

-Научная электронная библиотека <http://www.elibrary.ru/>

-Национальная электронная библиотека <http://www.nns.ru/>

-Электронные ресурсы Российской государственной библиотеки  
<http://www.rsl.ru/ru/root3489/all>

-Российская Электронная Библиотека «Эрудит»  
[http://www.erudition.ru/referat/printref/id. 25504\\_1.html](http://www.erudition.ru/referat/printref/id. 25504_1.html).

Электронный ресурс журналов:

Электронный научный журнал <https://ruscoms.ru> «Российская школа связей с общественностью»;

Журнал «Советник» <https://www.sec-company.ru;>

Всероссийский специализированный журнал «Пресс-служба» <https://press-service.ru>

#### **9.4. Информационные справочные системы:**

1. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru>.

2. Компьютерная справочная правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru/>).

3. Национальная электронная библиотека <http://www.nns.ru/>

4. Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>

5. Реестр примерных основных общеобразовательных программ <https://fgosreestr.ru/>

6. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru>

7. Электронные ресурсы Российской государственной библиотеки <http://www.rsl.ru/ru/root3489/all>

#### **10. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Для обеспечения образования инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья по личному заявлению обучающегося разрабатывается адаптированная образовательная программа, индивидуальный учебный план с учетом особенностей их психофизического развития и состояния здоровья, в частности применяется индивидуальный подход к освоению дисциплины, индивидуальные задания: рефераты, письменные работы и, наоборот, только устные ответы и диалоги, индивидуальные консультации, использование диктофона и других записывающих средств для воспроизведения лекционного и семинарского материала.

В целях обеспечения обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья библиотека комплекзует фонд основной учебной литературой, адаптированной к ограничению их здоровья, предоставляет возможность удаленного использования электронных образовательных ресурсов, доступ к которым организован в ОАНО ВО «МПСУ». В библиотеке проводятся индивидуальные консультации для данной категории пользователей, оказывается помощь в регистрации и использовании сетевых и локальных электронных образовательных ресурсов, предоставляются места в читальном зале, оборудованные программами не визуального доступа к информации, экранными увеличителями и техническими средствами усиления остаточного зрения: Microsoft Windows 7, Центр специальных возможностей, Экранная лупа; Microsoft Windows 7, Центр специальных возможностей, Экранный диктор; Microsoft Windows 7, Центр специальных возможностей, Экранная клавиатура; экранная лупа OneLoupe; речевой синтезатор «Голос».

## 11. Лист регистрации изменений

Рабочая программа учебной дисциплины обсуждена и утверждена на заседании Ученого совета от «30» сентября 2024 г. протокол № 1

### Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена решением Ученого совета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. №: 512 утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512 (ред. от 27.02.2023 г.)	Протокол заседания Ученого совета от «30» сентября 2024 года протокол №1	