Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
Образовательная программа «Реклама и связи с общественностью»

Обязательный минимум освоения учебной дисциплины

«Реклама в коммуникационном процессе»

Доцент Л.О. Зимина, zimina-lo@ranepa.ru

I. В ходе освоения дисциплины студентом должны быть выполнены и сданы:

1. Практические работы (40 баллов);
2. Выступление на семинаре (10 баллов);
3. Презентация по выбранной теме (10 баллов);
4. Устный опрос (10 баллов);
5. Портфолио – 20 баллов.
6. Итоговый опрос (на зачете) – 10 баллов.

II. По окончании изучения дисциплины студент должен продемонстрировать:

- адекватно и полно отразил понимание социологической и коммуникационной компонентов рекламы и PR;
- адекватно и полно проявил знания специфики рекламы как вида коммуникации;
- системно показал понимание структуры и функций отдела рекламы или отдела по связям с общественностью в сфере маркетинговых коммуникациях.
- показал готовность к проведению коммуникационных кампаний и мероприятий в рекламы и PR;
- проявил способность понимать социологическую и маркетинговую компоненты рекламы и PR, определять целевые аудитории, проводить рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения конкурентной позиции организации;
- проявил способность применять знания о роли рекламы в маркетинговых коммуникациях.

III. Аттестация по дисциплине предусмотрена в форме:

- зачет осуществляется в форме опроса студентов по вопросам, соответствующим лекционным темам.

IV. Итоговая отметка студента будет рассчитываться следующим образом / или выставляться по следующим критериям: для получения зачета по дисциплине необходимо набрать более 65 баллов из 100 возможных.

V. Краткий перечень обязательных учебно-методических материалов для подготовки к зачету.

1. Ильин А.С. И. Реклама в коммуникационном процессе. Курс лекций / А.С. Ильин. — М. : КНОРУС, 2020. — 142 с. – Электрон. дан.: https://www.labirint.ru/books/252077/.
2. Ивин, А. А. Аргументация в процессах коммуникации [Электронный ресурс] : монография / А. А. Ивин. - Электрон. дан. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 555 с. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа : http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429418.
3. Поляков, В. А. Основы рекламы [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В. А. Поляков, Г. А. Васильев. - Электрон. дан. - Москва : Юнити-Дана, 2018. - 718 с. - Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа : http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114432.
4. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Ф. И. Шарков. - Электрон. дан. – Москва : Дашков и К°, 2018. - 324 с. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа : http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453044. – То же [Электронный ресурс]. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». — Режим доступа : http://www.iprbookshop.ru/5249.