

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Горно-Алтайский государственный университет»
(ФГБОУ ВО ГАГУ, ГАГУ, Горно-Алтайский государственный университет)

Реклама и PR технологии рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	кафедра русского языка и литературы	
Учебный план	45.03.01_2025_415-ОЗФ.plx 45.03.01 Филология Прикладная филология (менеджмент образовательных проектов)	
Квалификация	бакалавр	
Форма обучения	очно-заочная	
Общая трудоемкость	6 ЗЕТ	
Часов по учебному плану	216	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		экзамены 8
аудиторные занятия	34	зачеты 7
самостоятельная работа	136,5	
часов на контроль	43,6	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		8 (4.2)		Итого	
Неделя	17 1/6		18 5/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП	УП	РП
Лекции	10	10			10	10
Практические	10	10	14	14	24	24
Консультации (для студента)	0,5	0,5			0,5	0,5
Контроль самостоятельной работы при проведении аттестации	0,15	0,15	0,25	0,25	0,4	0,4
Консультации перед экзаменом			1	1	1	1
Итого ауд.	20	20	14	14	34	34
Контактная работа	20,65	20,65	15,25	15,25	35,9	35,9
Сам. работа	42,5	42,5	94	94	136,5	136,5
Часы на контроль	8,85	8,85	34,75	34,75	43,6	43,6
Итого	72	72	144	144	216	216

Программу составил(и):

д.ф.н., профессор, Алексеев Павел Викторович

Рабочая программа дисциплины

Реклама и PR технологии

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 45.03.01 Филология (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 986)

составлена на основании учебного плана:

45.03.01 Филология

утвержденного учёным советом вуза от 30.01.2025 протокол № 2.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры

кафедра русского языка и литературы

Протокол от 10.04.2025 протокол № 9

Зав. кафедрой Попов Алексей Владимирович

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры
кафедра русского языка и литературы

Протокол от _____ 2026 г. № ____
Зав. кафедрой Попов Алексей Владимирович

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры
кафедра русского языка и литературы

Протокол от _____ 2027 г. № ____
Зав. кафедрой Попов Алексей Владимирович

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2028-2029 учебном году на заседании кафедры
кафедра русского языка и литературы

Протокол от _____ 2028 г. № ____
Зав. кафедрой Попов Алексей Владимирович

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2029-2030 учебном году на заседании кафедры
кафедра русского языка и литературы

Протокол от _____ 2029 г. № ____
Зав. кафедрой Попов Алексей Владимирович

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	Цели: • Формирование у студентов знаний о принципах работы рекламы и PR в современных медиа и коммуникациях. • Освоение методов и технологий создания рекламных и PR-кампаний. • Развитие практических навыков анализа и разработки рекламных стратегий, формирования имиджа и управления общественным мнением.
1.2	Задачи: • Дать студентам теоретические знания о ключевых принципах рекламы и PR, их роли в обществе и бизнесе. • Познакомить с инструментами создания эффективных рекламных сообщений и PR-кампаний. • Научить анализировать целевые аудитории, разрабатывать стратегии позиционирования брендов. • Развить навыки написания рекламных текстов, пресс-релизов, создания контента для различных медиа. • Изучить механизмы кризисных коммуникаций и антикризисного PR. • Освоить современные цифровые технологии и платформы, применяемые в рекламе и PR.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.О.14
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Проектная деятельность
2.1.2	Социология массовых коммуникаций
2.1.3	Имиджелогия
2.1.4	Стилистика и редактирования текста
2.1.5	Введение в теорию коммуникации
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Основы взаимодействия со СМИ

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ОПК-1: Способен использовать в профессиональной деятельности, в том числе педагогической, представление об истории, современном состоянии и перспективах развития филологии в целом и ее конкретной области с учетом направленности (профиля) образовательной программы	
ИД-1.ОПК-1: Знает краткую историю филологии, ее современное состояние и перспективы развития.	
Знает краткую историю филологии, ее современное состояние и перспективы развития.	
ИД-2.ОПК-1: Осуществляет анализ языкового и (или) литературного материала.	
Осуществляет анализ языкового и литературного материала.	
ОПК-2: Способен использовать в профессиональной деятельности, в том числе педагогической, основные положения и концепции в области общего языкознания, теории и истории основного изучаемого языка (языков), теории коммуникации	
ИД-1.ОПК-2: Знает основные положения и концепции в области общего языкознания, теории основного изучаемого языка (языков), теории коммуникации, лингвистической терминологии.	
Знает основные положения и концепции в области общего языкознания, теории основного изучаемого языка (языков), теории коммуникации, лингвистической терминологии в области рекламы и public relations.	
ОПК-5: Способен использовать в профессиональной деятельности, в том числе педагогической, свободное владение основным изучаемым языком в его литературной форме, базовыми методами и приемами различных типов устной и письменной коммуникации на данном языке	
ИД-1.ОПК-5: Владеет русским языком в его литературной форме.	
Владеет русским языком в его литературной форме.	
ИД-2.ОПК-5: Использует базовые методы и приемы различных типов устной и письменной коммуникации на русском языке для осуществления профессиональной деятельности, в том числе в сфере связей с общественностью.	
Использует базовые методы и приемы различных типов устной и письменной коммуникации на русском языке для осуществления профессиональной деятельности в области рекламы и PR.	
ПК-1: Способен проводить научные исследования в области филологии и массовой коммуникации	
ИД-1.ПК-1: Знает основные принципы и методы научных исследований в области филологии и коммуникации.	
Знает основные принципы и методы научных исследований в области рекламы и public relations.	
ИД-2.ПК-1: Способен к подготовке и проведению научно-исследовательских работ в области филологии и коммуникации.	
Способен к подготовке и проведению научно-исследовательских работ в области рекламы и public relations.	

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)							
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Содержание курса						
1.1	Основы рекламы и PR: функции, виды, принципы работы /Лек/	7	2	ИД-1.ОПК-2 ИД-1.ОПК-1 ИД-2.ОПК-1 ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-1 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	
1.2	Создание рекламного сообщения: технологии влияния на аудиторию /Лек/	7	2	ИД-1.ОПК-2 ИД-1.ОПК-1 ИД-2.ОПК-1 ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-1 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	
1.3	PR в цифровую эпоху: новые каналы коммуникации и медиа /Лек/	7	2	ИД-1.ОПК-2 ИД-1.ОПК-1 ИД-2.ОПК-1 ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-1 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	
1.4	Антикризисный PR: стратегии преодоления репутационных угроз /Лек/	7	2	ИД-1.ОПК-2 ИД-1.ОПК-1 ИД-2.ОПК-1 ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-1 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	
1.5	PR-технологии в политике и бизнесе /Лек/	7	2	ИД-1.ОПК-2 ИД-1.ОПК-1 ИД-2.ОПК-1 ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-1 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	

1.6	Анализ рекламных сообщений: выявление манипулятивных техник. /Пр/	7	2	ИД-1.ОПК-2 ИД-1.ОПК-1 ИД-2.ОПК-1 ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-1 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	
1.7	Создание пресс-релиза: правила написания и форматирование. /Пр/	7	2	ИД-1.ОПК-2 ИД-1.ОПК-1 ИД-2.ОПК-1 ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-1 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	
1.8	Разработка стратегии PR-кампании для бренда. /Пр/	7	2	ИД-1.ОПК-2 ИД-1.ОПК-1 ИД-2.ОПК-1 ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-1 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	
1.9	Создание рекламного слогана и визуального концепта. /Пр/	7	2	ИД-1.ОПК-2 ИД-1.ОПК-1 ИД-2.ОПК-1 ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-1 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	
1.10	Кейс-анализ успешных рекламных кампаний. /Пр/	7	2	ИД-1.ОПК-2 ИД-1.ОПК-1 ИД-2.ОПК-1 ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-1 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	
1.11	Психология восприятия рекламы: как работать с эмоциями аудитории. /Пр/	8	2	ИД-1.ОПК-2 ИД-1.ОПК-1 ИД-2.ОПК-1 ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-1 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	

1.12	Сравнительный анализ традиционных и digital-рекламных стратегий. /Пр/	8	2	ИД-1.ОПК-2 ИД-1.ОПК-1 ИД-2.ОПК-1 ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-1 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	
1.13	Работа с негативными отзывами и управлением репутацией в сети. /Пр/	8	2	ИД-1.ОПК-2 ИД-1.ОПК-1 ИД-2.ОПК-1 ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-1 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	
1.14	Разработка антикризисного PR-кейса: действия при скандале. /Пр/	8	2	ИД-1.ОПК-2 ИД-1.ОПК-1 ИД-2.ОПК-1 ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-1 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	
1.15	Создание сценария видеорекламы или рекламного ролика. /Пр/	8	2	ИД-1.ОПК-2 ИД-1.ОПК-1 ИД-2.ОПК-1 ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-1 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	
1.16	Продвижение личного бренда с помощью PR-инструментов. /Пр/	8	2	ИД-1.ОПК-2 ИД-1.ОПК-1 ИД-2.ОПК-1 ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-1 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	
1.17	Разработка медиаплана рекламной кампании. /Пр/	8	2	ИД-1.ОПК-2 ИД-1.ОПК-1 ИД-2.ОПК-1 ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-1 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	

1.18	Анализ рекламных и PR- материалов /Ср/	7	15	ИД-1.ОПК-2 ИД-1.ОПК-1 ИД-2.ОПК-1 ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-1 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	Анализ 3–5 рекламных и PR-кейсов. Написание мини-отчета с разбором стратегий.
1.19	Подготовка к практическим занятиям /Ср/	7	12,5	ИД-1.ОПК-2 ИД-1.ОПК-1 ИД-2.ОПК-1 ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-1 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	Подготовка тезисов и презентаций к семинарам. Участие в дискуссиях.
1.20	Изучение научной и деловой литературы /Ср/	7	15	ИД-1.ОПК-2 ИД-1.ОПК-1 ИД-2.ОПК-1 ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-1 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	Конспектирование 2–3 глав учебников. Написание рецензии на одну из прочитанных работ.
1.21	Разработка рекламных и PR- кампаний /Ср/	8	30	ИД-1.ОПК-2 ИД-1.ОПК-1 ИД-2.ОПК-1 ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-1 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	Создание медиаплана и концепции рекламной кампании. Подготовка презентации с обоснованием стратегий.
1.22	Изучение научной и деловой литературы /Ср/	8	13	ИД-1.ОПК-2 ИД-1.ОПК-1 ИД-2.ОПК-1 ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-1 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	Конспектирование 3–4 научных работ. Написание аналитического обзора статьи.
1.23	Практический анализ рекламного и PR-контента /Ср/	8	25	ИД-1.ОПК-2 ИД-1.ОПК-1 ИД-2.ОПК-1 ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-1 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	Написание мини-исследования (3–5 страниц). Разработка сравнительного анализа рекламных стратегий.

1.24	Выполнение письменных работ /Ср/	8	26	ИД-1.ОПК-2 ИД-1.ОПК-1 ИД-2.ОПК-1 ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-1 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	Эссе (5–7 страниц). Реферат (10–15 страниц).
	Раздел 2. Промежуточная аттестация (экзамен)						
2.1	Подготовка к экзамену /Экзамен/	8	34,75	ИД-1.ОПК-2 ИД-1.ОПК-1 ИД-2.ОПК-1 ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-1 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	
2.2	Контроль СР /КСРАтт/	8	0,25	ИД-1.ОПК-2 ИД-1.ОПК-1 ИД-2.ОПК-1 ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-1 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	
2.3	Контактная работа /КонсЭк/	8	1	ИД-1.ОПК-2 ИД-1.ОПК-1 ИД-2.ОПК-1 ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-1 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	
	Раздел 3. Промежуточная аттестация (зачёт)						
3.1	Подготовка к зачёту /Зачёт/	7	8,85	ИД-1.ОПК-2 ИД-1.ОПК-1 ИД-2.ОПК-1 ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-1 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	
3.2	Контактная работа /КСРАтт/	7	0,15	ИД-1.ОПК-2 ИД-1.ОПК-1 ИД-2.ОПК-1 ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-1 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	
	Раздел 4. Консультации						

4.1	Консультация по дисциплине /Конс/	7	0,5	ИД-1.ОПК-2 ИД-1.ОПК-1 ИД-2.ОПК-1 ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-1 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5	Л1.1 Л1.2Л2.1	0	
-----	-----------------------------------	---	-----	---	---------------	---	--

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Пояснительная записка

Фонд оценочных средств формируется отдельным документом в соответствии с Положением о фонде оценочных средств в Горно-Алтайском государственном университете

5.2. Оценочные средства для текущего контроля

ПК-1: Способен проводить научные исследования в области филологии и массовой коммуникации

1. Вопрос типа «Множественный выбор»

Какой метод исследования чаще всего используется для анализа содержания рекламных текстов?

- a) Сравнительный анализ
- b) Контент-анализ (верно)
- c) Этимологический анализ
- d) Социолингвистический анализ

2. Вопрос типа «Короткий ответ»

Как называется метод исследования, при котором изучается восприятие рекламы с помощью психологических и нейробиологических данных?

Ответ: нейромаркетинг (верно)

3. Вопрос типа «Числовой ответ»

Какой минимальный процент (число) респондентов в выборке необходим для получения репрезентативных данных в массовых опросах (с учетом статистической погрешности)?

Ответ: 5 (верно)

4. Вопрос типа «На соответствие»

Соотнесите метод исследования и его определение:

Контент-анализ → Изучение частотности ключевых слов и тем в рекламе (верно)

Фокус-группа → Метод исследования, при котором небольшая группа обсуждает рекламный продукт (верно)

Нативная реклама → Реклама, маскирующаяся под органический контент (верно)

PR-стратегия → Долгосрочное планирование коммуникации с аудиторией (верно)

ОПК-2: Способен использовать в профессиональной деятельности основные положения и концепции в области теории коммуникации

1. Вопрос типа «Множественный выбор»

Какой элемент модели коммуникации Шеннона-Уивера отвечает за кодирование сообщения?

- a) Источник информации
- b) Кодер (передатчик) (верно)
- c) Канал связи
- d) Шум

2. Вопрос типа «Короткий ответ»

Как называется процесс, при котором реклама воздействует на сознание человека, минуя осознанный контроль?

Ответ: внушение (верно)

3. Вопрос типа «Числовой ответ»

В каком году Клод Шеннон предложил свою математическую модель коммуникации?

Ответ: 1948 (верно)

4. Вопрос типа «На соответствие»

Соотнесите термин и его определение:

Кодирование → Преобразование информации в знаковую систему (верно)

Канал → Средство передачи сообщения (верно)

Обратная связь → Реакция получателя на сообщение (верно)

Фатическая функция → Установление и поддержание контакта (верно)

ОПК-1: Способен использовать в профессиональной деятельности представление об истории, современном состоянии и

перспективах развития филологии и ее конкретной области

1. Вопрос типа «Множественный выбор»

Какой ученый внес значительный вклад в изучение массовых коммуникаций?

- a) Маршалл Маклюэн (верно)
- b) Александр Веселовский
- c) Михаил Бахтин
- d) Вильгельм фон Гумбольдт

2. Вопрос типа «Короткий ответ»

Какой термин используется для обозначения гипотезы о том, что медиапространство формирует представления людей о реальности?

Ответ: теория культивации (верно)

3. Вопрос типа «Числовой ответ»

Сколько стадий включает модель «диффузии инноваций» Эверетта Роджерса?

Ответ: 5 (верно)

4. Вопрос типа «На соответствие»

Соотнесите концепцию и её автора:

Теория «горячих» и «холодных» медиа → Маршалл Маклюэн (верно)

Теория гиподермической иглы → Гарольд Лассуэлл (верно)

Теория фреймов → Эрвинг Гоффман (верно)

Теория диффузии инноваций → Эверетт Роджерс (верно)

ОПК-5: Способен использовать в профессиональной деятельности свободное владение изучаемым языком, методами устной и письменной коммуникации

1. Вопрос типа «Множественный выбор»

Какой из перечисленных жанров PR-текстов предназначен для создания благоприятного образа организации?

- a) Пресс-релиз
- b) Лидер-статья (верно)
- c) Фичер
- d) Пресс-кит

2. Вопрос типа «Короткий ответ»

Как называется способ стилистической адаптации рекламного текста к целевой аудитории?

Ответ: локализация (верно)

3. Вопрос типа «Числовой ответ»

Какой минимальный объем знаков (без пробелов) считается стандартом для написания пресс-релиза?

Ответ: 1800 (верно)

4. Вопрос типа «На соответствие»

Соотнесите тип PR-текста и его функцию:

Пресс-релиз → Официальное объявление о событии (верно)

Лидер-статья → Формирование общественного мнения (верно)

Фичер → Глубокий аналитический материал (верно)

Спичрайтинг → Подготовка публичных выступлений (верно)

Критерии оценки:

90-100% выполнения тестовых заданий. Анализ произведен самостоятельно и соответствует творческому уровню: «отлично», повышенный уровень.

80% выполнения тестовых заданий. Анализ произведен самостоятельно и соответствует реконструктивному уровню: «хорошо», пороговый уровень

60 % выполнения тестовых заданий. Уровень соответствует репродуктивному уровню: «удовлетворительно», пороговый уровень

Менее 50% выполнения тестовых заданий. Не сформированы компетенции: «неудовлетворительно», уровень не сформирован

5.3. Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Темы рефератов

- 1. История развития рекламы: от античности до digital-маркетинга.
- 2. PR в политике: стратегии формирования имиджа.
- 3. Роль психологии в рекламе: влияние эмоций на потребителя.
- 4. PR в кризисных ситуациях: разбор успешных кейсов.
- 5. Манипулятивные техники в рекламе: этика и границы допустимого.
- 6. Роль социальных сетей в PR и рекламе.

7. Брендинг и корпоративный имидж в современной экономике.
8. Нативная реклама: принципы и примеры эффективного применения.
9. Искусственный интеллект и автоматизация рекламы.
10. Развитие личного бренда в digital-среде.
11. Эффективность рекламных слоганов: лингвистический анализ.
12. Гендерные стереотипы в рекламе: эволюция и современные тенденции.
13. Влияние мемов и вирусного контента на рекламные стратегии.
14. PR в сфере культуры и искусства: механизмы продвижения.
15. Этика в PR и рекламе: где границы манипуляции?

Темы эссе

1. Может ли реклама быть искусством?
2. Почему некоторые PR-кампании проваливаются?
3. Манипуляция или убеждение: где проходит граница?
4. Будущее рекламы: исчезнут ли традиционные СМИ?
5. Как TikTok изменил правила рекламной индустрии?

Темы курсовых работ

1. Влияние новых технологий на PR и рекламу: анализ цифровых трендов.
2. Разработка комплексной PR-кампании для бренда.
3. Политический PR: изучение медиа-стратегий на выборах.
4. Лингвистический анализ рекламных сообщений: влияние на восприятие.
5. Антикризисный PR: принципы и механизмы укрепления репутации.

5.4. Оценочные средства для промежуточной аттестации

1. В чем разница между рекламой и PR?
2. Какие существуют основные виды рекламы?
3. Что такое целевая аудитория и как её определить?
4. Какие основные принципы создания эффективного рекламного сообщения?
5. В чем суть антикризисного PR?
6. Как изменились методы PR в эпоху цифровых технологий?
7. Что такое брендбук и зачем он нужен?
8. Как работают инструменты репутационного менеджмента?
9. Какие рекламные стратегии наиболее эффективны в соцсетях?
10. Что такое product placement и как он используется в рекламе?
11. Какие этапы включает разработка PR-кампании?
12. Что такое вирусный маркетинг и в чем его особенности?
13. Как определить эффективность рекламной кампании?
14. Как работает storytelling в рекламе?
15. Какие существуют правовые ограничения в рекламе и PR?

ПК-1: Способен проводить научные исследования в области филологии и массовой коммуникации

1. Вопрос типа «Множественный выбор»

Какой метод чаще всего используется для изучения влияния медиатекста на массовое сознание?

- a) Биографический анализ
- b) Когнитивный подход (верно)
- c) Структурный анализ
- d) Историко-генетический метод

2. Вопрос типа «Короткий ответ»

Как называется техника исследования, основанная на изучении восприятия медийных образов потребителями через фокус-группы?

Ответ: качественное исследование (верно)

3. Вопрос типа «Числовой ответ»

Сколько процентов (число) составляет стандартная допустимая ошибка выборки в социологических опросах?

Ответ: 3 (верно)

4. Вопрос типа «На соответствие»

Соотнесите метод исследования и его суть:

Контент-анализ → Изучение частотности тем и терминов в текстах (верно)

Опрос → Сбор данных через анкетирование (верно)

Эксперимент → Проверка гипотезы в контролируемых условиях (верно)

Интервью → Получение информации через личное общение (верно)

ОПК-2: Способен использовать в профессиональной деятельности основные положения и концепции в области теории

1. Вопрос типа «Множественный выбор»

Как называется элемент коммуникационной модели, отвечающий за интерпретацию сообщения?

- a) Отправитель
- b) Код
- c) Получатель (верно)
- d) Канал

2. Вопрос типа «Короткий ответ»

Как называется эффект, при котором сообщение воспринимается и интерпретируется аудиторией по-разному в зависимости от культурного контекста?

Ответ: эффект декодирования (верно)

3. Вопрос типа «Числовой ответ»

В каком году был опубликован труд Маршалла Маклюэна «Понимание медиа»?

Ответ: 1964 (верно)

4. Вопрос типа «На соответствие»

Соотнесите термин и его определение:

Кодирование → Преобразование идей в сообщения (верно)

Декодирование → Интерпретация полученного сообщения (верно)

Канал → Средство передачи информации (верно)

Шум → Искажение сообщения в процессе передачи (верно)

ОПК-1: Способен использовать в профессиональной деятельности представление об истории, современном состоянии и перспективах развития филологии и ее конкретной области

1. Вопрос типа «Множественный выбор»

Какое понятие связано с исследованием репрезентации образа «другого» в литературе?

- a) Нарратология
- b) Имагология (верно)
- c) Деконструкция
- d) Формализм

2. Вопрос типа «Короткий ответ»

Как называется подход, анализирующий литературу с точки зрения взаимоотношений центра и периферии?

Ответ: постколониальный критицизм (верно)

3. Вопрос типа «Числовой ответ»

В каком веке окончательно сформировалась филология как научная дисциплина в современном понимании?

Ответ: XIX (верно)

4. Вопрос типа «На соответствие»

Соотнесите теоретика и его вклад:

Бенедикт Андерсон → Теория воображаемых сообществ (верно)

Эдвард Саид → Концепция ориентализма (верно)

Ролан Барт → Идея «смерти автора» (верно)

Гейден Уайт → Нарративизация истории (верно)

ОПК-5: Способен использовать в профессиональной деятельности свободное владение изучаемым языком, методами устной и письменной коммуникации

1. Вопрос типа «Множественный выбор»

Какой из жанров лучше всего подходит для выражения личного мнения в деловом стиле?

- a) Интервью
- b) Пресс-релиз
- c) Колонка (верно)
- d) Новость

2. Вопрос типа «Короткий ответ»

Как называется жанр официального письма, в котором предприятие сообщает о событии или факте?

Ответ: пресс-релиз (верно)

3. Вопрос типа «Числовой ответ»

Сколько знаков (без пробелов) обычно содержится стандартный текст пресс-релиза?

Ответ: 1800–2000 (верно)

Пресс-релиз → Передача официальной информации СМИ (верно)
 Спичрайтинг → Создание текстов для публичных выступлений (верно)
 Публикация в блоге → Неформальное продвижение идей компании (верно)
 Медиа-кит → Комплект материалов для журналистов (верно)
 Критерии оценки выполнения теста:
 90–100% правильных ответов — «отлично» (повышенный творческий уровень).
 80% правильных ответов — «хорошо» (реконструктивный уровень).
 60% правильных ответов — «удовлетворительно» (репродуктивный уровень).
 Менее 50% правильных ответов — «неудовлетворительно» (уровень компетенции не сформирован).

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Матвеева М.А., Молибог В.Н.	Реклама и PR-Интернет: методическое пособие	Симферополь: Университет экономики и управления, 2018	http://www.iprbookshop.ru/86412.html
Л1.2	Чилингир Е. Ю.	Реклама и связи с общественностью: введение в профессию: учебное пособие	Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2025	https://www.iprbookshop.ru/145167.html

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Базиян Н.Р.	Реклама и PR	Москва: Юриспруденция, 2018	http://www.iprbookshop.ru/86540.html

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Foxit Reader
6.3.1.2	Google Chrome
6.3.1.3	Internet Explorer/ Edge
6.3.1.4	MS Office
6.3.1.5	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса СТАНДАРТНЫЙ
6.3.1.6	Яндекс.Браузер
6.3.1.7	MS WINDOWS

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	База данных «Электронная библиотека Горно-Алтайского государственного университета»
---------	---

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

	проблемная лекция	
	дискуссия	

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Номер аудитории	Назначение	Основное оснащение
302 А2	Лаборатория коммуникативных исследований и лингвистических экспертиз для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Рабочее место преподавателя. Посадочные места для обучающихся (по количеству обучающихся), ученическая доска, кафедра, интерактивная доска, ноутбук
414 А2	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Рабочее место преподавателя. Посадочные места для обучающихся (по количеству обучающихся), ученическая доска, кафедра, мультимедийный проектор, ноутбук

202 А4	Компьютерный класс. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Помещение для самостоятельной работы	Рабочее место преподавателя. Посадочные места обучающихся (по количеству обучающихся). Мультимедиапроектор, экран, компьютеры
--------	---	---

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Лекции - это, с одной стороны, одна из основных форм учебных занятий в высших учебных заведениях, представляющая собой систематическое, последовательное устное изложение преподавателем определенного раздела конкретной науки или учебной дисциплины, с другой – это особая форма самостоятельной работы с учебным материалом. Лекция не заменяет собой книгу, она только подталкивает к ней, раскрывая тему, проблему, выделяя главное, существенное, на что следует обратить внимание, указывает пути, которым нужно следовать, добиваясь глубокого понимания поставленной проблемы, а не общей картины.

Работа на лекции – это сложный процесс, который включает в себя такие элементы как слушание, осмысление и собственно конспектирование. Для того, чтобы лекция выполнила свое назначение, важно подготовиться к ней и ее записи еще до прихода преподавателя в аудиторию. Без этого дальнейшее восприятие лекции становится сложным. Лекция в университете рассчитана на подготовленную аудиторию. Преподаватель излагает любой вопрос, ориентируясь на те знания, которые должны быть у студентов, усвоивших материал всех предыдущих лекций. Важно научиться слушать преподавателя во время лекции, поддерживать непрерывное внимание к выступающему.

Однако, одного слушания недостаточно. Необходимо фиксировать, записывать тот поток информации, который сообщается во время лекции – научиться вести конспект лекции, где формулировались бы наиболее важные моменты, основные положения, излагаемые лектором. Для ведения конспекта лекции следует использовать тетрадь. Ведение конспекта на листочках не рекомендуется, поскольку они не так удобны в использовании и часто теряются. При оформлении конспекта лекции необходимо оставлять поля, где студент может записать свои собственные мысли, возникающие параллельно с мыслями, высказанными лектором, а также вопросы, которые могут возникнуть в процессе слушания, чтобы получить на них ответы при самостоятельной проработке материала лекции, при изучении рекомендованной литературы или непосредственно у преподавателя в конце лекции. Составляя конспект лекции, следует оставлять значительный интервал между строчками. Это связано с тем, что иногда возникает необходимость вписать в первоначальный текст лекции одну или несколько строчек, имеющих принципиальное значение и почерпнутых из других источников. Расстояние между строками необходимо также для подчеркивания слов или целых групп слов (такое подчеркивание вызывается необходимостью привлечь внимание к данному месту в тексте при повторном чтении). Обычно подчеркивают определения, выводы.

Также важно полностью без всяких изменений вносить в тетрадь схемы, таблицы, чертежи и т.п., если они предполагаются в лекции. Для того, чтобы совместить механическую запись с почти дословным фиксированием наиболее важных положений, можно использовать системы условных сокращений. В первую очередь сокращаются длинные слова и те, что повторяются в речи лектора чаще всего. При этом само сокращение должно быть по возможности кратким.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ ПО КУРСУ «ВВЕДЕНИЕ В ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ»

Методические указания по подготовке к лабораторным занятиям

Одной из важных форм самостоятельной работы является подготовка к лабораторным занятиям. Цель – научить студентов самостоятельно анализировать учебную и научную литературу и вырабатывать у них опыт самостоятельного мышления по проблемам курса. Лабораторные занятия могут проходить в различных формах

Как правило, лабораторные занятия проводятся в виде:

- развернутой беседы – обсуждение (дискуссия), основанные на подготовке всей группы по всем вопросам и максимальном участии студентов в обсуждении вопросов темы занятия. При этой форме работы отдельным студентам могут поручаться сообщения по тому или иному вопросу, а также ставя дополнительные вопросы, как всей аудитории, так и определенным участникам обсуждения;

- устных докладов с последующим их обсуждением;

- обсуждения письменных рефератов, заранее подготовленных студентами по заданию преподавателя и прочитанных студентами группы до семинара, написание рефератов может быть поручено не одному, а нескольким студентам, тогда к основному докладчику могут быть назначены содокладчики и оппоненты по докладу.

В ходе самостоятельной подготовки каждый студент готовит выступления по всем вопросам темы. Сообщения делаются устно, развернуто, обращаться к конспекту во время выступления.

Примерный план проведения лабораторного занятия.

1. Вступительное слово преподавателя – 3-5 мин.
2. Рассмотрение каждого вопроса темы – 15-20 мин.
3. Заключительное слово преподавателя – 5-10 мин.

Домашнее задание

1. Изучить и законспектировать рекомендуемую литературу.

2. По каждому вопросу плана занятий подготовиться к устному сообщению (5-10 мин.), быть готовым принять участие в обсуждении и дополнении докладов и сообщений (до 5 мин.).

Выступление должно удовлетворять следующим требованиям: в нем излагаются теоретические подходы к рассматриваемому вопросу, дается анализ принципов, законов, понятий и категорий; теоретические положения подкрепляются фактами, примерами, выступление должно быть аргументированным. Готовиться к лабораторным занятиям надо не накануне, а заблаговременно.

Самостоятельная работа студентов должна начинаться с ознакомления с планом лабораторного занятия, который включает в себя вопросы, выносимые на обсуждение, рекомендации по подготовке к занятию, рекомендуемую литературу к теме.

Изучение материала следует начать с просмотра конспектов лекций. Восстановив в памяти материал, студент приводит в систему основные положения темы, вопросы темы, выделяя в ней главное и новое, на что обращалось внимание в лекции. Затем следует внимательно прочитать соответствующую главу учебника. Для более углубленного изучения вопросов рекомендуется конспектирование основной и дополнительной литературы. Подобрать, отработать материал и усвоив его, студент должен начать непосредственную подготовку своего выступления на занятии, для чего следует продумать, как ответить на каждый вопрос темы. Уметь читать рекомендованную литературу не значит пассивно принимать к сведению все написанное, следует анализировать текст, думать над ним, этому способствуют записи по ходу чтения, которые превращают чтение в процесс. Записи могут вестись в различной форме: развернутых и простых планов, выписок (тезисов), аннотаций и конспектов.

Методические указания по подготовке конспектов

Письменный конспект – это работа с источником или литературой, целью которой является фиксирование и переработка текста.

Прежде чем приступить к конспектированию книги, статьи и пр., необходимо получить о ней общее представление, для этого нужно посмотреть оглавление, прочитать введение, ознакомиться с ее структурой, внимательно прочитать текст параграфа, главы и отметить информационно значимые места. Основу конспекта составляют план, тезисы, выписки, цитаты.

При составлении конспекта материал надо излагать кратко и своими словами. Наиболее удачно сформулированные мысли автора записываются в виде цитат, чтобы в дальнейшем их использовать.

Основными требованиями к содержанию конспекта являются полнота – это значит, что в нем должно быть отражено все содержание вопроса и логически обоснованная последовательность изложения. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля.

Методика составления конспекта

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;
2. Разбить текст на отдельные смысловые пункты и составить план;
3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;
4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.
5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли.

Методические указания по подготовке рефератов

Под рефератом подразумевается творческая исследовательская работа, основанная, прежде всего, на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования.

Реферат, как правило, должен содержать следующие структурные элементы:

1. титульный лист;
2. содержание;
3. введение;
4. основная часть;
5. заключение;
6. список использованных источников;
7. приложения (при необходимости).

В содержании приводятся наименования структурных частей реферата, глав и параграфов его основной части с указанием номера страницы, с которой начинается соответствующая часть, глава, параграф.

Во введении необходимо обозначить обоснование выбора темы, ее актуальность, объект и предмет, цель и задачи исследования, описываются объект и предмет исследования, информационная база исследования.

В основной части излагается сущность проблемы и объективные научные сведения по теме реферата, дается критический обзор источников, собственные версии, сведения, оценки. Содержание основной части должно точно соответствовать теме проекта и полностью её раскрывать. Главы и параграфы реферата должны раскрывать описание решения поставленных во введении задач. Поэтому заголовки глав и параграфов, как правило, должны соответствовать по своей сути формулировкам задач реферата. Заголовок "ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ" в содержании реферата быть не должно.

Текст реферата должен содержать адресные ссылки на научные работы, оформленные в соответствии с требованиями ГОСТ.

Также обязательным является наличие в основной части реферата ссылок на использованные источники. Изложение необходимо вести от третьего лица («Автор полагает...») либо использовать безличные конструкции и неопределенно-личные предложения («На втором этапе исследуются следующие подходы...», «Проведенное исследование позволило

доказать...» и т.п.).

В заключении приводятся выводы, к которым пришел студент в результате выполнения реферата, раскрывающие поставленные во введении задачи. Список литературы должен оформляться в соответствии с общепринятыми библиографическими требованиями и включать только использованные студентом публикации. Количество источников в списке определяется студентом самостоятельно, для реферата их рекомендуемое количество от 10 до 20.

В приложения следует выносить вспомогательный материал, который при включении в основную часть работы загромождает текст (таблицы вспомогательных данных, инструкции, методики, формы документов и т.п.).

Объем реферата должен быть не менее 12 и более 20 страниц машинописного текста через 1,5 интервала на одной стороне стандартного листа А4 с соблюдением следующего размера полей: верхнее и нижнее – 2, правое – 1,5, левое – 3 см. Шрифт – 14. Реферат может быть и рукописным, написанным ровными строками (не менее 30 на страницу), ясно читаемым почерком. Абзацный отступ – 5 печатных знаков. Страницы нумеруются в нижнем правом углу без точек. Первой страницей считается титульный лист, нумерация на ней не ставится, второй – оглавление. Каждый структурный элемент реферата начинается с новой страницы.

Список использованных источников должен формироваться в алфавитном порядке по фамилии авторов. Литература обычно группируется в списке в такой последовательности:

1. источники, законодательные и нормативно-методические документы и материалы;
2. специальная научная отечественная и зарубежная литература (монографии, учебники, научные статьи и т.п.);

Включенная в список литература нумеруется сплошным порядком от первого до последнего названия.

По каждому литературному источнику указывается: автор (или группа авторов), полное название книги или статьи, место и наименование издательства (для книг и брошюр), год издания; для журнальных статей указывается наименование журнала, год выпуска и номер. По сборникам трудов (статей) указывается автор статьи, ее название и далее название книги (сборника) и ее выходные данные.

(Например: Майдунова, Н. А. Горный Алтай в конце XIX – начале XX вв. [Текст] / Н.А. Майдунова. - Горно-Алтайск, 2000. - 134 с.)

Приложения следует оформлять как продолжение реферата на его последующих страницах. Каждое приложение должно начинаться с новой страницы. Вверху страницы справа указывается слово "Приложение" и его номер. Приложение должно иметь заголовок, который располагается по центру листа отдельной строкой и печатается прописными буквами.

На все приложения в тексте работы должны быть ссылки. Располагать приложения следует в порядке появления ссылок на них в тексте.

Образец оформления титульного листа

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Горно-Алтайский государственный университет»
Историко-филологический факультет

Кафедра русского языка и литературы

РЕФЕРАТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Силлабо-тоническая система стихосложения.

Выполнил: студент 410 гр.

Иванов И.И.

Научный руководитель:

Линьков В.Д., к.ф.н., доцент

Горно-Алтайск 2020

Тематика рефератов

1. Художественная литература как вид искусства.
2. Образный строй литературно-художественного произведения.
3. Учение о родовидовом делении художественной литературы.
4. Мир литературного произведения.
5. Категория автора в отечественном литературоведении.
6. Художественное время и пространство. Понятие хронотопа.
7. Язык литературно-художественного произведения.
8. Троп в языке и художественной литературе.
9. Реформа русского стихосложения.
10. Силлабо-тоническая система стихосложения.
11. Русское литературоведение XIX века.
12. Русское литературоведение XX века.

Методические рекомендации по подготовке к экзамену

Изучение дисциплины «Введение в литературоведение» завершается сдачей экзамена. Экзамен является формой итогового

контроля знаний и умений, полученных на лекциях, семинарских, практических занятиях и в процессе самостоятельной работы.

В период подготовки к экзамену студенты вновь обращаются к пройденному учебному материалу. При этом они не только скрепляют полученные знания, но и получают новые. Подготовка студента к экзамену включает в себя три этапа:

- аудиторная и внеаудиторная самостоятельная работа в течение семестра;
- непосредственная подготовка в дни, предшествующие экзамену по темам курса;
- подготовка к ответу на вопросы, содержащиеся в билетах.

Литература для подготовки к экзамену рекомендуется преподавателем либо указана в учебно-методическом комплексе.

Основным источником подготовки к экзамену является конспект лекций, где учебный материал дается в систематизированном виде, основные положения его детализируются, подкрепляются современными фактами и информацией, которые в силу новизны не вошли в опубликованные печатные источники. В ходе подготовки к экзамену студентам необходимо обращать внимание не только на уровень запоминания, но и на степень понимания излагаемых проблем.