МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ
УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ»
(ТУСУР)

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
_____П.В. Сенченко
«23» _____12_____ 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

РЕКЛАМА И PR В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Уровень образования: **высшее образование - бакалавриат**
Направление подготовки / специальность: **39.03.03 Организация работы с молодежью**
Направленность (профиль) / специализация: **Современные технологии в организации работы с молодежью**
Форма обучения: **очная**
Факультет: **Гуманитарный факультет (ГФ)**
Кафедра: **Кафедра философии и социологии (ФС)**
Курс: **4**
Семестр: **7**
Учебный план набора 2021 года

Объем дисциплины и виды учебной деятельности

Виды учебной деятельности	7 семестр	Всего	Единицы
Лекционные занятия	18	18	часов
Практические занятия	36	36	часов
в т.ч. в форме практической подготовки	14	14	часов
Самостоятельная работа	90	90	часов
Общая трудоемкость (включая промежуточную аттестацию)	144	144	часов
	4	4	з.е.

Формы промежуточной аттестация	Семестр
Зачет с оценкой	7

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Сенченко П.В.
Должность: Проректор по УР
Дата подписания: 23.12.2020
Уникальный программный ключ:
a1119608-cdff-4455-b54e-5235117c185c

Томск

Согласована на портале № 59392

1. Общие положения

1.1. Цели дисциплины

1. Развитие ключевых компетенций в области рекламы, брендинга и управления внешними коммуникациями в рамках профессионального сопровождения проектов и программ в сфере работы с молодёжью, а также формирование навыков выбора и применения инструментов продвижения личного бренда специалиста по работе с молодёжью.

1.2. Задачи дисциплины

1. Изучение и практическое освоение современных подходов и инструментов продвижения мероприятий и событий.
2. Овладение технологиями изучения, разработки и практической реализации PR-стратегий и формирования имиджа.
3. Изучение технологий организации PR-кампаний и брендинга продуктов, проектов и событий в области молодёжной политики.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Блок дисциплин: Б1. Дисциплины (модули).
Часть блока дисциплин: Часть, формируемая участниками образовательных отношений.
Модуль дисциплин: Модуль направленности (профиля) (major).
Индекс дисциплины: Б1.В.02.04.
Реализуется с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной образовательной программой (таблица 3.1):
Таблица 3.1 – Компетенции и индикаторы их достижения

Компетенция	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Универсальные компетенции		
-	-	-
Общепрофессиональные компетенции		
-	-	-
Профессиональные компетенции		

Согласована на портале № 59392

ПКС-1. Способен проводить мониторинговые исследования, разрабатывать и реализовывать молодежные проекты (мероприятия)	ПКС-1.1. Знает методы исследования, техники организации и регистрации параметров мониторинга реализации молодежные проекты	Знает теоретические и методологические принципы формирования бренда социальных проектов и программ, методы современных PR-технологий, роль и место брендинга в проектном менеджменте и модели функционирования продуктов и проектов
	ПКС-1.2. Умеет применять методы исследования, техники организации и регистрации параметров мониторинга реализации молодежные проекты	Умеет пользоваться приёмами, методами и технологиями создания и поддержания имиджа успешной организации/проекта/команды/продукта, использовать технологии развития профессионального личного бренда
	ПКС-1.3. Владеет навыками сбора, анализа результатов мониторинговых исследований молодежных проектов	Знает и умеет применять технологию проведения специальных исследований, интерпретации их результаты и планировать на их основании мероприятия по продвижению брендов молодёжных проектов и программ, подбирать и применять наиболее эффективные методы и технологии продвижения проекта/продукта на различных этапах жизненного цикла проекта

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 академических часов.

Распределение трудоемкости дисциплины по видам учебной деятельности представлено в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Трудоемкость дисциплины по видам учебной деятельности

Виды учебной деятельности	Всего часов	Семестры
		7 семестр
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем, всего	54	54
Лекционные занятия	18	18
Практические занятия	36	36
Самостоятельная работа обучающихся, в т.ч. контактная внеаудиторная работа обучающихся с преподавателем, всего	90	90
Подготовка к зачету с оценкой	12	12
Подготовка к тестированию	12	12
Подготовка к выступлению (докладу)	8	8
Выполнение кейс-задания / проекта	24	24
Выполнение творческого задания	30	30
Подготовка к тренингу	4	4
Общая трудоемкость (в часах)	144	144
Общая трудоемкость (в з.е.)	4	4

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Разделы (темы) дисциплины и виды учебной деятельности

Структура дисциплины по разделам (темам) и видам учебной деятельности приведена в

Согласована на портале № 59392

таблице 5.1.

Таблица 5.1 – Разделы (темы) дисциплины и виды учебной деятельности

Названия разделов (тем) дисциплины	Лек. зан., ч	Прак. зан., ч	Сам. раб., ч	Всего часов (без экзамена)	Формируемые компетенции
7 семестр					
1 Теоретические основы продвижения молодёжных проектов и программ	4	8	16	28	ПКС-1
2 Технологии брендинга, нейминга и продвижения молодёжных инициатив и проектов для молодёжи	8	18	36	62	ПКС-1
3 Методы визуализации бренда: построение визуального контента для молодёжных проектов	6	10	38	54	ПКС-1
Итого за семестр	18	36	90	144	
Итого	18	36	90	144	

5.2. Содержание разделов (тем) дисциплины

Содержание разделов (тем) дисциплины (в т.ч. по лекциям) приведено в таблице 5.2.

Таблица 5.2 – Содержание разделов (тем) дисциплины (в т.ч. по лекциям)

Названия разделов (тем) дисциплины	Содержание разделов (тем) дисциплины (в т.ч. по лекциям)	Трудоемкость (лекционные занятия), ч	Формируемые компетенции
7 семестр			
1 Теоретические основы продвижения молодёжных проектов и программ	Цели и задачи дисциплины. Понятие и модели PR, понятия бренд, брендинг, нейминг, уникальное торговое предложение, смысловое ядро, типы и виды данных понятий, их сущность и взаимосвязь.	4	ПКС-1
	Итого	4	
2 Технологии брендинга, нейминга и продвижения молодёжных инициатив и проектов для молодёжи	Организационно-методические аспекты процесса создания бренда и программы продвижения молодёжного проекта. Базовые методики и модели разработки бренда. Анализ целевой аудитории и её характеристик. Идентичность бренда. Нейминг и фирменный стиль: типы, значение, логика построения, этапы внедрения. Место брендинга, рекламы и PR в проектном менеджменте. Репутационный менеджмент. Технологии и методы планирования и реализации PR-кампаний, их классификация.	8	ПКС-1
	Итого	8	

Согласована на портале № 59392

3 Методы визуализации бренда: построение визуального контента для молодёжных проектов	Понятие и назначение визуальных коммуникаций, в том числе презентации, афиш, лендингов. Базовые цели, акторы, виды визуальных коммуникаций, их особенности, задачи и функции. Логика разработки структуры и создания элементов визуальной коммуникации. Типы и виды презентаций, архитектура презентации, лендинга молодёжных проектов.	6	ПКС-1
	Итого	6	
Итого за семестр		18	
Итого		18	

5.3. Практические занятия (семинары)

Наименование практических занятий (семинаров) приведено в таблице 5.3.

Таблица 5.3 – Наименование практических занятий (семинаров)

Названия разделов (тем) дисциплины	Наименование практических занятий (семинаров)	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции
7 семестр			
1 Теоретические основы продвижения молодёжных проектов и программ	Сущность и соотношение понятий в области PR и брендинга, ДНК бренда, в том числе, нейминг, ванлайнер, реклама, GR, уникальное торговое предложение, смысловое ядро. Актуальные тренды в области PR и брендинга в сфере работы с молодежью. Компетентностный портрет специалиста в сфере PR и брендинга.	8	ПКС-1
	Итого	8	
2 Технологии брендинга, нейминга и продвижения молодёжных инициатив и проектов для молодёжи	Брендинг в системе проектного управления и реализации молодежной политики: основные стадии и этапы. Архитектура бренда и технологии разработки бренда, его имени (нейминга), базовой визуализации (фирменный стиль): основные принципы и методы. Технологии разработки и анализа целевой аудитории. Разработка идентичности бренда молодежного проекта по Д. Аакеру. Тестирование элементов идентичности бренда на целевой аудитории. Ребрендинг. Технологии формирования и развития персонального бренда. Планирование и реализация PR-кампаний и концепции продвижения молодежного проекта: принципы и этапы. Взаимодействие со СМИ. Бренд-ивенты проекта, основные технологии планирования и управления бренд-ивентами	18	ПКС-1
	Итого	18	

Согласована на портале № 59392

3 Методы визуализации бренда: построение визуального контента для молодёжных проектов	Архитектура публичного выступления и презентации, виды и типы презентаций. Логика разработки структуры и создания презентации, базовые принципы и ошибки, типографика, шрифт, интервалы, копирайтинг, продающие заголовки, таблицы и графики, визуальные образы и изображения. Использование сторителлинга в качестве основы публичного выступления и структурирования презентации, сервисы для работы над текстом, техники работы с волнением перед публичным выступлением	10	ПКС-1
	Итого	10	
Итого за семестр		36	
Итого		36	

5.4. Лабораторные занятия

Не предусмотрено учебным планом

5.5. Курсовой проект / курсовая работа

Не предусмотрено учебным планом

5.6. Самостоятельная работа

Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции представлены в таблице 5.6.

Таблица 5.6 – Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции

Названия разделов (тем) дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость, ч	Формируемые компетенции	Формы контроля
7 семестр				
1 Теоретические основы продвижения молодёжных проектов и программ	Подготовка к зачету с оценкой	4	ПКС-1	Зачёт с оценкой
	Подготовка к тестированию	4	ПКС-1	Тестирование
	Подготовка к выступлению (докладу)	8	ПКС-1	Выступление (доклад) на занятии
	Итого	16		
2 Технологии брендинга, нейминга и продвижения молодёжных инициатив и проектов для молодёжи	Подготовка к зачету с оценкой	4	ПКС-1	Зачёт с оценкой
	Подготовка к тестированию	4	ПКС-1	Тестирование
	Выполнение кейс-задания / проекта	12	ПКС-1	Кейс-задание / проект
	Выполнение творческого задания	12	ПКС-1	Творческое задание
	Подготовка к тренингу	4	ПКС-1	Тренинг
	Итого	36		

Согласована на портале № 59392

3 Методы визуализации бренда: построение визуального контента для молодёжных проектов	Подготовка к зачету с оценкой	4	ПКС-1	Зачёт с оценкой
	Подготовка к тестированию	4	ПКС-1	Тестирование
	Выполнение кейс-задания / проекта	12	ПКС-1	Кейс-задание / проект
	Выполнение творческого задания	18	ПКС-1	Творческое задание
	Итого	38		
Итого за семестр		90		
Итого		90		

5.7. Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов учебной деятельности

Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов учебной деятельности представлено в таблице 5.7.

Таблица 5.7 – Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий

Формируемые компетенции	Виды учебной деятельности			Формы контроля
	Лек. зан.	Прак. зан.	Сам. раб.	
ПКС-1	+	+	+	Выступление (доклад) на занятии, Зачёт с оценкой, Тестирование, Кейс-задание / проект, Тренинг, Творческое задание

6. Рейтинговая система для оценки успеваемости обучающихся

6.1. Балльные оценки для форм контроля

Балльные оценки для форм контроля представлены в таблице 6.1.

Таблица 6.1 – Балльные оценки

Формы контроля	Максимальный балл на 1-ую КТ с начала семестра	Максимальный балл за период между 1КТ и 2КТ	Максимальный балл за период между 2КТ и на конец семестра	Всего за семестр
7 семестр				
Выступление (доклад) на занятии	10	0	0	10
Зачёт с оценкой	0	0	20	20
Тестирование	5	5	5	15
Кейс-задание / проект	0	10	10	20
Тренинг	0	5	0	5
Творческое задание	0	15	15	30
Итого максимум за период	15	35	50	100
Нарастающим итогом	15	50	100	100

6.2. Пересчет баллов в оценки за текущий контроль

Пересчет баллов в оценки за текущий контроль представлен в таблице 6.2.

Таблица 6.2 – Пересчет баллов в оценки за текущий контроль

Баллы на дату текущего контроля	Оценка
≥ 90% от максимальной суммы баллов на дату ТК	5

Согласована на портале № 59392

От 70% до 89% от максимальной суммы баллов на дату ТК	4
От 60% до 69% от максимальной суммы баллов на дату ТК	3
< 60% от максимальной суммы баллов на дату ТК	2

6.3. Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку

Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку представлен в таблице 6.3.

Таблица 6.3 – Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку

Оценка	Итоговая сумма баллов, учитывает успешно сданный экзамен	Оценка (ECTS)
5 (отлично) (зачтено)	90 – 100	A (отлично)
4 (хорошо) (зачтено)	85 – 89	B (очень хорошо)
	75 – 84	C (хорошо)
	70 – 74	D (удовлетворительно)
3 (удовлетворительно) (зачтено)	65 – 69	
	60 – 64	E (посредственно)
2 (неудовлетворительно) (не зачтено)	Ниже 60 баллов	F (неудовлетворительно)

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1. Основная литература

1. Маркетинговые исследования: Учебное пособие / Ф. А. Красина - 2013. 126 с. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/3824.

7.2. Дополнительная литература

1. Методы комплексного исследования и оценки положения молодежи в обществе: Учебное пособие / В. В. Орлова - 2013. 224 с. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/5643.

2. Психология коммуникации: Психология коммуникации / Е. М. Покровская, Л. В. Смольникова - 2016. 115 с. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/5979.

3. Колик, А. В. Брендинг : учебно-методическое пособие / А. В. Колик. — Минск : БГУ, 2018. — 175 с. — ISBN 978-985-566-621-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/18049 — Режим доступа: для авториз. пользователей. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/180497.

7.3. Учебно-методические пособия

7.3.1. Обязательные учебно-методические пособия

1. Жанровая организация PR-текста: Методические указания к практическим занятиям / О. В. Горских - 2016. 6 с. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/6197.

7.3.2. Учебно-методические пособия для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Учебно-методические материалы для самостоятельной и аудиторной работы обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Для лиц с нарушениями зрения:

– в форме электронного документа;

– в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в форме электронного документа;

Согласована на портале № 59392

– в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в форме электронного документа;

– в печатной форме.

7.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. При изучении дисциплины рекомендуется обращаться к современным базам данных, информационно-справочным и поисковым системам, к которым у ТУСУРа открыт доступ: https://lib.tusur.ru/ru/resursy/bazy-dannyh.

8. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

8.1. Материально-техническое и программное обеспечение для лекционных занятий

Для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используется учебная аудитория с достаточным количеством посадочных мест для учебной группы, оборудованная доской и стандартной учебной мебелью. Имеются мультимедийное оборудование и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации по лекционным разделам дисциплины.

8.2. Материально-техническое и программное обеспечение для практических занятий

Учебная аудитория: учебная аудитория для проведения занятий практического типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, помещение для проведения групповых и индивидуальных консультаций, помещение для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации; 634050, Томская область, г. Томск, Ленина проспект, д. 40, 230 ауд.

Описание имеющегося оборудования:

- Проектор;
- Проекционный экран;
- Камера;
- Микрофон;
- Тумба для докладчика;
- Магнитно-маркерная доска;
- Комплект специализированной учебной мебели;
- Рабочее место преподавателя.

8.3. Материально-техническое и программное обеспечение для самостоятельной работы

Для самостоятельной работы используются учебные аудитории (компьютерные классы), расположенные по адресам:

- 634050, Томская область, г. Томск, Ленина проспект, д. 40, 233 ауд.;
- 634045, Томская область, г. Томск, ул. Красноармейская, д. 146, 201 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 47, 126 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 74, 207 ауд.

Описание имеющегося оборудования:

- учебная мебель;
- компьютеры;
- компьютеры подключены к сети «Интернет» и обеспечивают доступ в электронную информационно-образовательную среду ТУСУРа.

Перечень программного обеспечения:

- Microsoft Windows;
- OpenOffice;
- Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows;
- 7-Zip;
- Google Chrome.

8.4. Материально-техническое обеспечение дисциплины для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Согласована на портале № 59392

Освоение дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При занятиях с обучающимися с **нарушениями слуха** предусмотрено использование звукоусиливающей аппаратуры, мультимедийных средств и других технических средств приема/передачи учебной информации в доступных формах, мобильной системы преподавания для обучающихся с инвалидностью, портативной индукционной системы. Учебная аудитория, в которой занимаются обучающиеся с нарушением слуха, оборудована компьютерной техникой, аудиотехникой, видеотехникой, электронной доской, мультимедийной системой.

При занятиях с обучающимися с **нарушениями зрения** предусмотрено использование в лекционных и учебных аудиториях возможности просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видеоувеличителей для комфортного просмотра.

При занятиях с обучающимися с **нарушениями опорно-двигательного аппарата** используются альтернативные устройства ввода информации и другие технические средства приема/передачи учебной информации в доступных формах, мобильной системы обучения для людей с инвалидностью.

9. Оценочные материалы и методические рекомендации по организации изучения дисциплины

9.1. Содержание оценочных материалов для текущего контроля и промежуточной аттестации

Для оценки степени сформированности и уровня освоения закрепленных за дисциплиной компетенций используются оценочные материалы, представленные в таблице 9.1.

Таблица 9.1 – Формы контроля и оценочные материалы

Названия разделов (тем) дисциплины	Формируемые компетенции	Формы контроля	Оценочные материалы (ОМ)
1 Теоретические основы продвижения молодёжных проектов и программ	ПКС-1	Выступление (доклад) на занятии	Примерный перечень тем для выступления (доклада) на занятии
		Зачёт с оценкой	Перечень вопросов для зачета с оценкой
		Тестирование	Примерный перечень тестовых заданий
2 Технологии брендинга, нейминга и продвижения молодёжных инициатив и проектов для молодёжи	ПКС-1	Зачёт с оценкой	Перечень вопросов для зачета с оценкой
		Тестирование	Примерный перечень тестовых заданий
		Кейс-задание / проект	Примерный перечень тематик кейс-заданий / проектов
		Тренинг	Примерный перечень тем для тренингов
		Творческое задание	Примерный перечень тем для творческих заданий

Согласована на портале № 59392

3 Методы визуализации бренда: построение визуального контента для молодёжных проектов	ПКС-1	Зачёт с оценкой	Перечень вопросов для зачета с оценкой
		Тестирование	Примерный перечень тестовых заданий
		Кейс-задание / проект	Примерный перечень тематик кейс-заданий / проектов
		Творческое задание	Примерный перечень тем для творческих заданий

Шкала оценки сформированности отдельных планируемых результатов обучения по дисциплине приведена в таблице 9.2.

Таблица 9.2 – Шкала оценки сформированности планируемых результатов обучения по дисциплине

Оценка	Баллы за ОМ	Формулировка требований к степени сформированности планируемых результатов обучения		
		знать	уметь	владеть
2 (неудовлетворительно)	< 60% от максимальной суммы баллов	отсутствие знаний или фрагментарные знания	отсутствие умений или частично освоенное умение	отсутствие навыков или фрагментарные применение навыков
3 (удовлетворительно)	от 60% до 69% от максимальной суммы баллов	общие, но не структурированные знания	в целом успешно, но не систематически осуществляемое умение	в целом успешное, но не систематическое применение навыков
4 (хорошо)	от 70% до 89% от максимальной суммы баллов	сформированные, но содержащие отдельные проблемы знания	в целом успешное, но содержащие отдельные пробелы умение	в целом успешное, но содержащие отдельные пробелы применение навыков
5 (отлично)	≥ 90% от максимальной суммы баллов	сформированные систематические знания	сформированное умение	успешное и систематическое применение навыков

Шкала комплексной оценки сформированности компетенций приведена в таблице 9.3.

Таблица 9.3 – Шкала комплексной оценки сформированности компетенций

Оценка	Формулировка требований к степени компетенции
2 (неудовлетворительно)	Не имеет необходимых представлений о проверяемом материале или Знать на уровне **ориентирования**, представлений. Обучающийся знает основные признаки или термины изучаемого элемента содержания, их отнесенность к определенной науке, отрасли или объектам, узнает в текстах, изображениях или схемах и знает, к каким источникам нужно обращаться для более детального его усвоения.

Согласована на портале № 59392

3 (удовлетворительно)	Знать и уметь на **репродуктивном** уровне. Обучающихся знает изученный элемент содержания репродуктивно: произвольно воспроизводит свои знания устно, письменно или в демонстрируемых действиях.
4 (хорошо)	Знать, уметь, владеть на **аналитическом** уровне. Зная на репродуктивном уровне, указывать на особенности и взаимосвязи изученных объектов, на их достоинства, ограничения, историю и перспективы развития и особенности для разных объектов усвоения.
5 (отлично)	Знать, уметь, владеть на **системном** уровне. Обучающийся знает изученный элемент содержания системно, произвольно и доказательно воспроизводит свои знания устно, письменно или в демонстрируемых действиях, учитывая и указывая связи и зависимости между этим элементом и другими элементами содержания дисциплины, его значимость в содержании дисциплины.

9.1.1. Примерный перечень тестовых заданий

1. Соотнесите название бренда и вид нейминга: а) Предметное указательное; б) Предметное функциональное; в) Ассоциативное рациональное; г) Ассоциативное эмоциональное. 1) СтройПарк; 2) А мы тут всё плюшками балуемся; 3) 33 Пингвина; 4) Межениновская птицефабрика.
2. Создание совместного проекта или продукта с партнёром, близким по духу, ценностям и аудитории – это а) Influence Marketing; б) Взаимодействие медиа и PR; в) Коллаборация; г) Спонсорство.
3. Выберете все форматы и технологии, в которых текст является ключевым инструментом взаимодействия: а) лонгрид; б) подкаст; в) сторителлинг; г) вайн; д) медиа-кит; е) пресс-релиз; ж) презентация; з) бэкграундер; и) фичер.
4. Один из основных инструментов, используемый в рамках маркетинговых исследований, предназначенный для мониторинга и анализа факторов внешней среды, которые могут повлиять на деятельность компании, не оценивает риски этой сферы а) социально-культурное окружение; б) политическое окружение; в) экономическое окружение; г) духовное (ценностное) окружение.
5. К технологическим субъектам PR относят а) отдельные специалисты и профильные организации, которые занимаются профессиональной PR-деятельностью; б) организации и предприятия, являющиеся заказчиками для PR-деятельности; в) учёные и исследователи в области PR, изучающие и обосновывающие новые методы и технологии; г) специалисты, обеспечивающие разработку технологических и цифровых решений для PR-деятельности.
6. Государственную регистрацию товарных знаков в Российской Федерации производит а) Федеральная налоговая служба; б) Федеральная антимонопольная служба; в) Федеральная служба по интеллектуальной собственности; г) Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.
7. Открытый Всероссийский конкурс студенческих работ в области связей с общественностью и медийных технологий называется а) Хрустальный апельсин; б) Белое крыло; в) Реклама будущего; г) Серебряные нити.
8. Комплекс особенностей, внутренних и внешних отличительных параметров, которые определяют уникальность предприятия это а) ДНК бренда; б) Маркетинговая концепция; в) Уникальное торговое предложение; г) Бренд-лайн.
9. Соотнесите архетип и товар для традиционной реализации рекламной кампании: а) Герой; б) Шут; в) Любовник; г) Творец. 1) Парфюмерия; 2) Обучающие курсы; 3) Автомобиль; 4) Туристические продукты.
10. Согласно двусторонней симметричной модели цель PR – это а) Взаимная и сбалансированная польза организации и целевой аудитории; б) Распространение правдивой, но позитивной информации о бренде; в) Изменение позиции или поведения общественности в строгом соответствии целям фирмы; г) Привлечение и удержание внимания общественности с учётом краткосрочных целей.

Согласована на портале № 59392

9.1.2. Перечень вопросов для зачета с оценкой

1. Роль и место связей с общественностью в работе с молодёжью.
2. Маркетинговые исследования бренда и имиджа бренда в работе с молодежью - коммерческие молодёжные бренды.
3. Маркетинговые исследования бренда и имиджа бренда в работе с молодежью - общественные и государственные проекты и программы для молодёжи.
4. Нейминг как важнейший атрибут бренда: техники и принципы создания.
5. Особенности формирования локальных и национальных брендов в Томске и Сибири.

9.1.3. Примерный перечень тем для выступления (доклада) на занятии

1. Этические вопросы современного PR в работе с молодёжью;
2. Практика амбассадорства в работе с молодежью;
3. Трансляторы бренда, драйверы бренда, драйверы организации на примере молодёжного проекта, бренда или организации;
4. Практики и технологии нейминга и разработки фирменного стиля проектов в сфере государственной молодёжной политики;
5. Актуальные тренды в области PR и брендинга в сфере креативных индустрий и работы с молодежью.

9.1.4. Примерный перечень тематик кейс-заданий / проектов

1. Разработайте и создайте стратегию бренда и его продвижения через средства PR проекта в форме мультимедийной. Наименование проекта: Взлетная полоса для молодых профессионалов (этап 2). Цель: Обеспечение возможности студентам старших курсов технических и экономических направлений подготовки получения практического опыта, дополнительных знаний и навыков, необходимых для трудоустройства и профессиональной самореализации после окончания обучения на территории проживания субъекта РФ. Подробнее о проекте https://президентскиегранты.рф/public/application/item?id=f0eb6abd-80fd-44f2-8974-2794a1aee38e
2. Разработайте и создайте стратегию бренда и его продвижения через средства PR проекта в форме мультимедийной. Наименование проекта: Игра и Реальность - использование методов театральной педагогики, как эффективного инструмента преодоления проблемы дезадаптации детей и подростков. Цель: Развитие и реализация творческого потенциала подростков 11 - 18 лет г. Казани через театральную деятельность, повышение общественной активности, формирование системы нравственных и смысловых ориентиров, с целью профилактики негативных социальных явлений в подростковой среде. .Подробнее о проекте: https://президентскиегранты.рф/public/application/item?id=bf87ab06-53fa-4917-9b30-ff0166c4dee3
3. Разработайте и создайте стратегию бренда и его продвижения через средства PR проекта в форме мультимедийной. Наименование проекта: Хочу в небо. Цель: Предоставление возможности совершения первого или очередного самостоятельного парашютного прыжка по результатам проведённых испытаний среди участников Сбора-конкурса военно- патриотических объединений Красноярского края "Слёт Патриотов - 2022" в качестве мотивирующего и профессиональноориентирующего фактора. Подробнее о проекте: https://президентскиегранты.рф/public/application/item?id=e51f6611-a9f4-43aa-92db-817c94d923a2.
4. Команда IT-стартапа разрабатывает технологию приложения, позволяющего увидеть свободные столики в кафе и ресторанах города без телефонных звонков в сами заведения. Придумайте архитектуру бренда данного приложения, его ключевые элементы и предложите варианты развития бренда и его продвижения технологиями современного PR.
5. Идея проекта – мобильное приложение/чат бот с вкусной домашней кашей с красивой сервировкой для фото и ежедневной доставкой к определенному часу и с учётом вкусовых предпочтений клиента. Придумайте название бренда, спроектируйте его

Согласована на портале № 59392

архитектуру, целевую аудиторию и технологии PR.

9.1.5. Примерный перечень тем для тренингов

1. Тренинг развития креативного мышления
2. Тренинг развития навыков публичного выступления
3. Тренинг профессиональной саморефлексии
4. Воркшоп развития профессионального ведения мозговых штурмов
5. Тренинг развития ораторского мастерства

9.1.6. Примерный перечень тем для творческих заданий

1. Проанализируйте базовые используемые элементы брендинга и технологии PR молодежного проекта или программы системы ГМП в Томской области (по выбору). Дайте рекомендации по улучшению бренда и программы продвижения.
2. Проанализируйте базовые используемые элементы брендинга и технологии PR молодежного проекта или программы системы ГМП в России (по выбору). Дайте рекомендации по улучшению бренда и программы продвижения.
3. Проанализируйте базовые используемые элементы брендинга и технологии PR проекта или программы для молодежи в коммерческом секторе (по выбору). Дайте рекомендации по улучшению бренда и программы продвижения.
4. Проанализируйте базовые используемые элементы брендинга и технологии PR проекта или программы для молодежи в университетском секторе (по выбору). Дайте рекомендации по улучшению бренда и программы продвижения.
5. Проанализируйте базовые используемые элементы брендинга и технологии PR проекта или программы для молодежи в IT-секторе (по выбору). Дайте рекомендации по улучшению бренда и программы продвижения.

9.2. Методические рекомендации

Учебный материал излагается в форме, предполагающей самостоятельное мышление студентов, самообразование. При этом самостоятельная работа студентов играет решающую роль в ходе всего учебного процесса.

Начать изучение дисциплины необходимо со знакомства с рабочей программой, списком учебно-методического и программного обеспечения. Самостоятельная работа студента включает работу с учебными материалами, выполнение контрольных мероприятий, предусмотренных учебным планом.

В процессе изучения дисциплины для лучшего освоения материала необходимо регулярно обращаться к рекомендуемой литературе и источникам, указанным в учебных материалах; пользоваться через кабинет студента на сайте Университета образовательными ресурсами электронно-библиотечной системы, а также общедоступными интернет-порталами, содержащими научно-популярные и специализированные материалы, посвященные различным аспектам учебной дисциплины.

При самостоятельном изучении тем следуйте рекомендациям:

– чтение или просмотр материала осуществляйте со скоростью, достаточной для индивидуального понимания и освоения материала, выделяя основные идеи; на основании изученного составить тезисы. Освоив материал, попытаться соотнести теорию с примерами из практики;

– если в тексте встречаются незнакомые или малознакомые термины, следует выяснить их значение для понимания дальнейшего материала;

– осмысливайте прочитанное и изученное, отвечайте на предложенные вопросы.

Студенты могут получать индивидуальные консультации, в т.ч. с использованием средств телекоммуникации.

По дисциплине могут проводиться дополнительные занятия, в т.ч. в форме вебинаров. Расписание вебинаров и записи вебинаров публикуются в электронном курсе / электронном журнале по дисциплине.

9.3. Требования к оценочным материалам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Согласована на портале № 59392

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусмотрены дополнительные оценочные материалы, перечень которых указан в таблице 9.2.

Таблица 9.2 – Дополнительные материалы оценивания для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Категории обучающихся	Виды дополнительных оценочных материалов	Формы контроля и оценки результатов обучения
С нарушениями слуха	Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы	Преимущественно письменная проверка
С нарушениями зрения	Собеседование по вопросам к зачету, опрос по терминам	Преимущественно устная проверка (индивидуально)
С нарушениями опорно-двигательного аппарата	Решение дистанционных тестов, контрольные работы, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету	Преимущественно дистанционными методами
С ограничениями по общемедицинским показаниям	Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы, устные ответы	Преимущественно проверка методами, определяющимися исходя из состояния обучающегося на момент проверки

9.4. Методические рекомендации по оценочным материалам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

– в печатной форме;
– в печатной форме с увеличенным шрифтом;
– в форме электронного документа;
– методом чтения ассистентом задания вслух;
– предоставление задания с использованием сурдоперевода.

Лицам с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких обучающихся предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

– письменно на бумаге;
– набор ответов на компьютере;
– набор ответов с использованием услуг ассистента;
– представление ответов устно.

Процедура оценивания результатов обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:
– в форме электронного документа;
– в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:
– в форме электронного документа;
– в печатной форме.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
– в форме электронного документа;
– в печатной форме.

При необходимости для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

Согласована на портале № 59392

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ФС
протокол № 8 от «30» 8 2020 г.

СОГЛАСОВАНО:

Должность	Инициалы, фамилия	Подпись
Заведующий выпускающей каф. ФС	В.В. Орлова	Согласовано, e5bed15c-8ba7-4432-a72f-f86cdce57904
Заведующий обеспечивающей каф. ФС	В.В. Орлова	Согласовано, e5bed15c-8ba7-4432-a72f-f86cdce57904
Начальник учебного управления	Е.В. Саврук	Согласовано, fa63922b-1fce-4a6a-845d-9ce7670b004c

ЭКСПЕРТЫ:

Доцент, каф. ФиС	Л.Л. Захарова	Согласовано, 99b56d4a-5ed0-40c3-88c8-3a9ced18829e
И.о. заведующего кафедрой, каф. ФиС	В.В. Орлова	Согласовано, e5bed15c-8ba7-4432-a72f-f86cdce57904

РАЗРАБОТАНО:

Старший преподаватель, каф. ФиС	М.А. Мальцева	Разработано, 5b9e6433-6e6a-4c9e-a784-3d794b35b418

Согласована на портале № 59392