

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Факультет психолого-педагогического и социального образования
Кафедра социальной работы



Анализ случая в рекламе и связях с общественностью

Программа учебной дисциплины

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

очная форма обучения

Волгоград
2016

Обсуждена на заседании кафедры социальной работы

«20» октября 2016 г., протокол № 3

Заведующий кафедрой А.Н. Вязицкий «20» октября 2016 г.
(подпись) (зав.кафедрой) (дата)

Рассмотрена и одобрена на заседании учёного совета факультета психолого-педагогического и социального образования «24» октября 2016 г., протокол № 3

Председатель учёного совета Т.Ю. Андрущенко «24» октября 2016 г.
(подпись) (дата)

Утверждена на заседании учёного совета ФГБОУ ВО «ВГСПУ»

«28» ноября 2016 г., протокол № 6

Отметки о внесении изменений в программу:

Лист изменений № _____	_____	_____	_____
	(подпись)	(руководитель ОПОП)	(дата)

Лист изменений № _____	_____	_____	_____
	(подпись)	(руководитель ОПОП)	(дата)

Лист изменений № _____	_____	_____	_____
	(подпись)	(руководитель ОПОП)	(дата)

Разработчики:

Овсянникова Татьяна Владимировна, канд. социол. наук, доцент кафедры социальной работы.

Программа дисциплины «Анализ случая в рекламе и связях с общественностью» соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (утверждён приказом Министерства образования и науки Российской Федерации 11 августа 2016 г. №997) и базовому учебному плану по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Реклама и связи с общественностью»), утверждённому Учёным советом ФГБОУ ВО «ВГСПУ» (от 28 ноября 2016 г., протокол № 6).

1. Цель освоения дисциплины

Освоение теоретических знаний в области анализа ситуаций в рекламе и связях с общественностью, приобретение умения их применять на практике или ситуациях, имитирующих профессиональную деятельность, а также формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых выпускникам бакалавриата «Реклама и связи с общественностью».

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Анализ случая в рекламе и связях с общественностью» относится к вариативной части блока дисциплин и является дисциплиной по выбору.

Профильной для данной дисциплины является организационно-управленческая профессиональная деятельность.

Для освоения дисциплины «Анализ случая в рекламе и связях с общественностью» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплины «Психология массовых коммуникаций».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплины «Современная пресс-служба», прохождения практики «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде;
- особенности case-study метода обучения и особенности его использования в учебном процессе;
- case-study метод обучения и особенности его использования в учебном процессе;
- технологию работы с кейс-методом;

уметь

- выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ;
- находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и быть готовым нести за них ответственность;
- обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы;
- принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований;

владеть

- общими навыками и методом кейс-обучения;
- навыками составления и решения кейсов;
- навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации;
- традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, навыками проведения ситуационного анализа.

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		6
Аудиторные занятия (всего)	64	64
В том числе:		
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия (ПЗ)	–	–
Лабораторные работы (ЛР)	48	48
Самостоятельная работа	80	80
Контроль	–	–
Вид промежуточной аттестации		ЗЧО
Общая трудоемкость	часы	144
	зачётные единицы	4

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Case-study метод обучения и особенности его использования в учебном процессе	Понятие case-study метода обучения и история его возникновения. Цели и возможности использования case-study метода обучения. Общая характеристика метода case-study. Формы представления case. Отличие case от задач или упражнений.
2	Классификация кейсов	Элементы кейса. Этапы составления кейса. Этапы составления кейса. Элементы кейса. Этапы составления кейса.
3	Технология использования в учебном процессе кейс метода обучения и трудности при работе с кейсами.	Этапы проведения занятия с кейсами. Сценарии работы над кейсом. Трудности при работе с кейсами и особенности. использования данного метода.
4	Основные принципы представления case.	Устная презентация case. Этапы подготовки.

5.2. Количество часов и виды учебных занятий по разделам дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	СРС	Всего
1	Case-study метод обучения и особенности его использования в учебном процессе	4	–	12	20	36

2	Классификация кейсов	4	–	12	20	36
3	Технология использования в учебном процессе кейс метода обучения и трудности при работе с кейсами.	4	–	12	20	36
4	Основные принципы представления case.	4	–	12	20	36

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

6.1. Основная литература

1. Есикова, И. В. Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний. 2-е изд. [Электронный ресурс] / И. В. Есикова ; И. В. Есикова. - Москва : Дашков и К ; Ай Пи Эр Медиа, 2012. - 124 с. - ISBN 978-5-394-01653-0..

2. Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. Н. Чумиков ; А. Н. Чумиков. - Москва : Аспект Пресс, 2012. - 159 с. - ISBN 978-5-7567-0656-7.

6.2. Дополнительная литература

1. Каверина, Е. А. Событийные коммуникации в культуре [Электронный ресурс] : Философская пропедевтика и маркетинговая практика. монография / Е. А. Каверина ; Е. А. Каверина. - Санкт-Петербург : Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, 2011. - 187 с. - ISBN 978-5-8064-1711-5.

7. Ресурсы Интернета

Перечень ресурсов Интернета, необходимых для освоения дисциплины:

1. Электронная гуманитарная библиотека. – URL: <http://www.gumfak.ru>.
2. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – URL: <http://elibrary.ru>.

8. Информационные технологии и программное обеспечение

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости):

1. Пакет офисных приложений (редактор текстовых документов, презентаций, электронных таблиц).
2. Компьютерное тестирование.
3. Методический, наглядный и раздаточный материал для организации групповой и индивидуальной работы обучающихся на практических занятиях.

9. Материально-техническая база

Для проведения учебных занятий по дисциплине «Анализ случая в рекламе и связях с общественностью» необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

1. Учебная аудитория для проведения лекционных занятий (в том числе с мультимедийной поддержкой).
2. Учебная аудитория для проведения практических занятий (в том числе с мультимедийной поддержкой).

3. Аудитория для проведения самостоятельной работы студентов с доступом к сети Интернет.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Анализ случая в рекламе и связях с общественностью» относится к вариативной части блока дисциплин и является дисциплиной по выбору. Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций и проведение лабораторных работ. Промежуточная аттестация проводится в форме аттестации с оценкой.

Лекционные занятия направлены на формирование глубоких, систематизированных знаний по разделам дисциплины. В ходе лекций преподаватель раскрывает основные, наиболее сложные понятия дисциплины, а также связанные с ними теоретические и практические проблемы, даёт рекомендации по практическому освоению изучаемого материала. В целях качественного освоения лекционного материала обучающимся рекомендуется составлять конспекты лекций, использовать эти конспекты при подготовке к практическим занятиям, промежуточной и итоговой аттестации.

Лабораторная работа представляет собой особый вид индивидуальных практических занятий обучающихся, в ходе которых используются теоретические знания на практике, применяются специальные технические средства, различные инструменты и оборудование. Такие работы призваны углубить профессиональные знания обучающихся, сформировать умения и навыки практической работы в соответствующей отрасли наук. В процессе лабораторной работы обучающийся изучает практическую реализацию тех или иных процессов, сопоставляет полученные результаты с положениями теории, осуществляет интерпретацию результатов работы, оценивает возможность применения полученных знаний на практике.

При подготовке к лабораторным работам следует внимательно ознакомиться с теоретическим материалом по изучаемым темам. Необходимым условием допуска к лабораторным работам, предполагающим использованием специального оборудования и материалов, является освоение правил безопасного поведения при проведении соответствующих работ. В ходе самой работы необходимо строго придерживаться плана работы, предложенного преподавателем, фиксировать промежуточные результаты работы для отчета по лабораторной работе.

Контроль за качеством обучения и ходом освоения дисциплины осуществляется на основе рейтинговой системы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов. Рейтинговая система предполагает 100-балльную оценку успеваемости студента по учебной дисциплине в течение семестра, 60 из которых отводится на текущий контроль, а 40 – на промежуточную аттестацию по дисциплине. Критериальная база рейтинговой оценки, типовые контрольные задания, а также методические материалы по их применению описаны в фонде оценочных средств по дисциплине, являющемся приложением к данной программе.

11. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся является неотъемлемой частью процесса обучения в вузе. Правильная организация самостоятельной работы позволяет обучающимся развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, способствует формированию навыков совершенствования профессионального мастерства.

Самостоятельная работа обучающихся во внеаудиторное время включает в себя подготовку к аудиторным занятиям, а также изучение отдельных тем, расширяющих и углубляющих представления обучающихся по разделам изучаемой дисциплины. Такая работа может предполагать проработку теоретического материала, работу с научной

литературой, выполнение практических заданий, подготовку ко всем видам контрольных испытаний, выполнение творческих работ.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине представлено в рабочей программе и включает в себя:

- рекомендуемую основную и дополнительную литературу;
- информационно-справочные и образовательные ресурсы Интернета;
- оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

Конкретные рекомендации по планированию и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Анализ случая в рекламе и связях с общественностью» представлены в методических указаниях для обучающихся, а также в методических материалах фондов оценочных средств.

12. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств, включающий перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы является приложением к программе учебной дисциплины.