

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

_____ Д.А. Таюрский

"__" _____ 20__ г.

Программа дисциплины

Мастер-класс: Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2017

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и) старший преподаватель, к.н. Зиятдинова Э.М. (Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии, Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций), EIMZiyatdinova@kpfu.ru

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-5	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
ОПК-3	обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- понятия, профессиональные термины, используемые в PR и в рекламе;
- характеристики рекламного, PR и журналистского текста;
- принципы создания рекламного и PR текста в разной жанровой модификации;
- классификацию и жанровые отличия PR-текстов;
- функциональное назначение различных видов PR-текстов;
- процесс создания PR-текста;
- композиционные и стилистические особенности построения рекламных сообщений и PR-текстов;
- основные художественные приемы, применяемые в создании рекламного и PR текста.

Должен уметь:

- формулировать цель, замысел текста на основе заданного творческого задания;
- ориентироваться в системе информационных материалов PR-коммуникации;
- определять структуру и содержание PR-текста в соответствии с условиями деятельности PR-субъекта;
- обрабатывать и анализировать полученную информацию, связанную с деятельностью базисного субъекта PR;
- создавать оригинальные PR-тексты и рекламные сообщения.

Должен владеть:

- приёмами и методами создания текстов, используемых в сфере связей с общественностью, в рекламе;
- навыками создания PR-текстов, и рекламных сообщений с использованием литературной и деловой устной и письменной речи;
- навыками использования рекламных и PR-текстов в обеспечении внутренней и внешней коммуникации компании/органа власти.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.Б.21 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью (Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере)" и относится к базовой (общепрофессиональной) части.

Осваивается на 1 курсе в 2 семестре.

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы) на 144 часа(ов).

Контактная работа - 64 часа(ов), в том числе лекции - 32 часа(ов), практические занятия - 32 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 44 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 36 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен во 2 семестре.

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

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. PR-текст как компонент PR коммуникации	2	4	4	0	4
2.	Тема 2. Оперативно-новостные жанры PR-текстов	2	4	4	0	6
3.	Тема 3. Исследовательско-новостные жанры PR-текстов	2	4	4	0	4
4.	Тема 4. Фактологические жанры PR-текстов	2	2	2	0	4
5.	Тема 5. Исследовательские жанры PR-текстов	2	2	2	0	4
6.	Тема 6. Образно-новостные жанры PR-текстов	2	4	4	0	6
7.	Тема 7. Комбинированные PR-тексты	2	2	2	0	4
8.	Тема 8. Смежные PR-тексты текст	2	2	2	0	2
9.	Тема 9. Особенности PR-медиа текста	2	2	2	0	4
10.	Тема 10. PR-тексты в социальных сетях	2	2	2	0	4
11.	Тема 11. Композиционная структура рекламного текста	2	4	4	0	2
	Итого		32	32	0	44

4.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. PR-текст как компонент PR коммуникации

PR-текст и его место среди других текстов в сфере массовых коммуникаций. Сущностные характеристики PR-текста. Понятие "PR"-информация. Понятие "PR"-коммуникация. Модель PR-коммуникации и место PR-текста в ней. Характерные особенности журналистских текстов. Существенные отличия рекламных текстов. Методы определения PR-происхождения текста в средствах массовой информации. Принципы классификации PR-текстов. Базисные и смежные PR-тексты. Первичные и вторичные PR-тексты. PR-тексты для внутренней и внешней общности. PR-тексты, опосредуемые через СМИ, и директ-тексты. Жанрообразующие факторы классификации простых первичных PR-текстов.

Тема 2. Оперативно-новостные жанры PR-текстов

Общие характеристики текстов оперативно-новостного жанра. Виды PR-текстов оперативно-новостного жанра. Функции PR-текстов оперативно-новостного жанра. Пресс-релиз. Проблемное поле эффективного пресс-релиза. Принципы написания и распространения пресс-релиза. Структура пресс-релиза. Виды пресс-релизов. Приглашение. Текстовая структура приглашения и его обязательные компоненты

Тема 3. Исследовательско-новостные жанры PR-текстов

Общие характеристики текстов исследовательско-новостного жанра. Виды PR-текстов исследовательско-новостного жанра и их назначение. Бэкграундер и его особенности. Лист вопросов и ответов. Принципы написания листа вопросов и ответов. Задачи и эффективность жанра PR-текстов исследовательско-новостного жанра.

Тема 4. Фактологические жанры PR-текстов

Сущностные характеристики PR-текстов фактологического жанра. Виды PR-текстов фактологического жанра. Факт - лист и его характерные особенности. Способы распространения факт-листов. Биография как PR-текст. Виды биографии. Способы актуализации PR-информации в биографии. Некролог как PR-текст. Способы распространения биографии.

Тема 5. Исследовательские жанры PR-текстов

Особенности PR-текстов исследовательского жанра. Основные функции PR-текстов исследовательского жанра. Заявление как PR-текст. Структура заявления и его обязательные текстовые компоненты. Принципы написания заявления. Отличия заявления для СМИ от пресс-релиза. Правила оформления заявления для СМИ. Композиция структура и правила оформления открытого письма.

Тема 6. Образно-новостные жанры PR-текстов

Общие характеристики PR-текстов образно-новостного жанра. Виды PR-текстов образно-новостного жанра. Функции и задачи PR-текстов образно-новостного жанра. Байлайнер: текстовая структура, принципы написания. Виды байлайнеров. Поздравление как PR-текст. Способы актуализации PR-информации в поздравлении. Письмо как PR-текст.

Тема 7. Комбинированные PR-тексты

Общие характеристики комбинированных PR-текстов. Основные виды комбинированных PR-текстов. Пресс-кит: структура, особенности формирования. Способы распространения пресс-кита. Буклеты: структура, виды, способы распространения. Проспекты. Брошюры. Ньюслеттеры: особенности и формы распространения. Листовки: характерные черты, характер распространения, эффективность.

Тема 8. Смежные PR-тексты текст

Признаки смежных PR-текстов. Жанровые разновидности смежных PR-текстов. Пресс-ревью: особенности, основные функции. Цели пресс-ревью. Способы формирования и распространения пресс-ревью. Эффективность пресс-ревью. Слоган как смежный PR-текст. Слагаемые слогана. Принципы и приёмы формулирования слогана. Стилистико-языковые характеристики слогана.

Тема 9. Особенности PR-медиатекста

Сущностные характеристики медиатекстов. Методы определения медиатекстов. Виды медиатекстов. Имиджевые статьи и их особенности. Имиджевые интервью. Виды интервью. Принципы написания и распространения имиджевых интервью. Отличия имиджевого интервью от журналистского интервью. Кейс-стори. Эффективность медиатекстов.

Тема 10. PR-тексты в социальных сетях

Характеристика PR-текста в социальной сети. Особенности PR-текста в социальной сети. Возможности PR-текста в социальных сетях. Признак интерактивности текста в социальной сети. Дополнительные элементы PR-текста в социальных сетях. Виды контента в социальных сетях. Структура, композиция различных PR-текстов в социальных сетях.

Тема 11. Композиционная структура рекламного текста

Функциональные, структурные и риторические особенности рекламного текста. Взаимодействие вербальной и невербальной информации в рекламном сообщении. Принципы создания текста для различных средств распространения рекламы. Коммуникативное воздействие и манипулирование в рекламе. Понятие рекламного слогана. Место и роль слогана в рекламном сообщении. Классификация рекламных слоганов.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;

- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Пивонова Н.Е. Речевые и письменные коммуникации: Учебно-методическое пособие. ? СПб.: Знание; ИВЭСЭП, 2005. - <http://www.pivo-nina.spb.ru/recevye-i-pismennye-kommunikacii/titulnyj-list---recevye-i-pismennye-kommunikacii>

Портал авторских статей о PR - <http://pr.web-3.ru/prtexts/>

Портал о рекламе - <http://www.advertology.ru/>

Удобные текстовые решения - <http://www.i-version.ru/advert>

Школа рекламиста - <http://www.advertiser-school.ru/>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	В ходе лекционных занятий вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций

Вид работ	Методические рекомендации
практические занятия	Часть аудиторного времени по данному курсу отводится практическим занятиям, которые проходят в форме семинаров согласно теме, цели, задачам и вопросам для обсуждения. Участие в практическом занятии позволит студенту разобраться в сложных для него проблемах, получить ответы на вопросы, которые оказались непонятными. Обмен мнениями и активное обсуждение с другими студентами группы проблематики истории искусства будет способствовать более успешному овладению учебным материалом.
самостоятельная работа	<p>Самостоятельная работа студентов ? это форма организации их учебной деятельности, осуществляемая под прямым или косвенным руководством преподавателя, в ходе которой студенты преимущественно или полностью самостоятельно выполняют различного вида задания с целью развития знаний, умений, навыков и личностных качеств.</p> <p>Основные цели самостоятельной работы студентов:</p> <ul style="list-style-type: none"> □ развитие познавательных способностей и активности студентов; □ проявление творческой инициативы, организованности и ответственности; □ закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов; □ умение использовать справочную, специальную и дополнительную литературу; □ формирование самостоятельного мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации.
экзамен	При подготовке к экзамену следует использовать учебную литературу, предназначенную для студентов высших учебных заведений и материал практических занятий курса. При подготовке к экзамену следует использовать фрагмент рабочей программы, раскрывающий содержание тем курса. Этот раздел будет доступен на экзамене и может оказать существенную помощь при подготовке к ответу в аудитории.

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

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

Мультимедийная аудитория.

Компьютерный класс.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;

- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;

- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;

- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки "Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере".

Приложение 2
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.Б.21 Мастер-класс: Работа с текстами в рекламе и связях
с общественностью

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2017

Основная литература:

1. Пономарева А.М. Креатив и копирайтинг в коммуникационном маркетинге: учебник / А.М. Пономарева. - Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2017. - 284 с. - DOI: <https://doi.org/10.12737/17067>. - ISBN 978-5-16-105904-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/910391> (дата обращения: 13.03.2020). - Режим доступа: по подписке.
2. Вернадская, Ю. С. Вернадская, Ю.С. Текст в рекламе: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 (350700) 'Реклама' / Ю.С. Вернадская. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 288 с. - (Серия 'Азбука рекламы'). - ISBN 978-5-238-01382-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028768> (дата обращения: 13.03.2020). - Режим доступа: по подписке.
3. Иншакова Н.Г., Рекламный и пиар-текст: основы редактирования: учебное пособие для студентов вузов / Н. Г. Иншакова. - Москва: Аспект Пресс, 2014. - 256 с. - ISBN 978-5-7567-0732-8 - Текст : электронный // ЭБС 'Консультант студента' : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707328.html> (дата обращения: 13.03.2020). - Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература:

1. Аниськина, Н. В. Модели анализа рекламного текста: учебное пособие / Н.В. Аниськина, Т.Б. Колышкина. - Москва: Форум: Инфра-М, 2013. - 304 с. (Высшее образование). ISBN 978-5-91134-675-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/326841> (дата обращения: 13.03.2020). - Режим доступа: по подписке.
2. Рекламный дискурс и рекламный текст: коллективная монография / науч. ред. Т. Н. Колокольцева. - Москва: Флинта: Наука, 2011. - 296 с. - ISBN 978-5-9765-1112-5 (Флинта), ISBN 978-5-02-037667-0 (Наука). - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/406010> (дата обращения: 13.03.2020). - Режим доступа: по подписке.
3. Сердобинцева, Е. Н. Структура и язык рекламных текстов: учебное пособие / Е.Н. Сердобинцева. - Москва: Флинта: Наука, 2010. - 160 с. ISBN 978-5-9765-0910-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/241748> (дата обращения: 13.03.2020). - Режим доступа: по подписке.

*Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.Б.21 Мастер-класс: Работа с текстами в рекламе и связях
с общественностью*

Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2017

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.