

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ У.Д. АЛИЕВА»

Институт филологии

Кафедра литературы и журналистики

УТВЕРЖДАЮ

И. о. проректора по УР

М. Х. Чанкаев

«29» апреля 2026 г., протокол №7

Рабочая программа дисциплины

ОСНОВЫ РЕКЛАМЫ И ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ

(наименование дисциплины (модуля))

Направление подготовки

42.03.02 Журналистика

(шифр, название направления)

направленность (профиль) программы

Общий профиль

Квалификация выпускника

Бакалавр

Форма обучения

Очная/ очно-заочная

Год начала подготовки – 2026

Карачаевск, 2026

Составитель: к.филол.н., доц. Токова А.Р.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 №524, на основании учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.02 Журналистика, направленность (профиль) подготовки «Общий профиль», локальных актов КЧГУ

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры литературы и журналистики на 2026-2027 учебный год, протокол №8 от 27.04.2026 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Наименование дисциплины (модуля)	4
2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы	4
3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	5
5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	5
5.1 разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)	5
6. Основные формы учебной работы и образовательные технологии, используемые при реализации образовательной программы	9
7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	11
7.1. Индикаторы оценивания сформированности компетенций	11
7.2. Перевод балльно-рейтинговых показателей оценки качества подготовки обучающихся в отметки традиционной системы оценивания	12
Порядок функционирования внутренней системы оценки качества подготовки обучающихся и перевод балльно-рейтинговых показателей обучающихся в отметки традиционной системы оценивания проводится в соответствии с положением КЧГУ «Положение о балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся», размещенным на сайте Университета по адресу: https://kchgu.ru/inye-lokalnye-akty/	12
7.3. Типовые контрольные вопросы и задания, необходимые для оценивания сформированности компетенций в процессе освоения учебной дисциплины	12
7.3.1. Перечень вопросов для зачета:	12
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)	13
8.1. Основная литература:	13
8.2. Дополнительная литература	13
9. Требования к условиям реализации рабочей программы дисциплины (модуля)	14
9.1. Общесистемные требования	14
9.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины	15
9.3. Необходимый комплект лицензионного программного обеспечения	15
9.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы	15
10. Особенности организации образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья	15
12. Лист регистрации изменений	16

1. Наименование дисциплины (модуля)

Основы рекламы и паблик рилейшнз

Целью дисциплины является:

изучение студентами основных концепций и методов разработки рекламной продукции, организации и проведения рекламных кампаний, а также контроля их эффективности. Курс «Основы рекламы и паблик рилейшнз» посвящен изучению двух взаимосвязанных видов массовой коммуникации. Это рекламная деятельность, обеспечивающая продвижения социально значимых идей, товаров, услуг, и организация связей с общественностью. Изучающие эту дисциплину студенты получают в качестве базовых знания в целом о функциях, направлениях и средствах осуществления данных видов коммуникации и применительно к массмедиа.

Для достижения цели ставятся задачи:

1. изучение теоретических основ рекламного дела как научной и учебной дисциплины;
2. анализ стратегических и тактических действий, связанных с организацией и управлением рекламной деятельностью, достижением высокой результативности рекламных кампаний;
3. изучить роль рекламы на радио;
4. изучить роль рекламы на телевидении.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Основы рекламы и паблик рилейшнз» (Б1.В.12) относится к части, формируемой участниками образовательных отношений «Блок 1. Дисциплины (модули)» учебного плана. Дисциплина (модуль) изучается на 4 курсе в 8 семестре

МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП

Индекс	Б1.В.12
--------	---------

Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Для успешного освоения дисциплины студент должен иметь входные знания, сформированные в процессе изучения следующих дисциплин: «Современные информационные технологии», «Введение в профессию», «Основы журналистской деятельности», «Экономика и менеджмент СМИ» и др.

Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

«Основы рекламы и паблик рилейшнз», развиваются через систему спецкурсов и спецсеминаров по данной дисциплине, содержание поточных курсов «Основы рекламы и паблик рилейшнз» и «Экономика и менеджмент СМИ» и ценностного выбора; понимание значения этических ориентиров и регуляторов журналистской деятельности, знание основных российских и международных документов по профессиональной этике.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины «Основы рекламы и паблик рилейшнз» направлен на формирование следующих компетенций обучающегося:

Код компетенций	Содержание компетенции в соответствии с ФГОС ВО/ОПВО	Индикаторы достижения компетенций
ПК-4	Способен к анализированию, оцениванию и редактированию медиатекстов, приведению и в соответствии с нормами, стандартами, форматами, стилями,	ПК- 4.1. Работает над совершенствованием принципов редактирования медиатекстов. ПК- 4.2. Проводит анализ и оценивает медиа-

	технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов	тексты с учетом требований, принятых в СМИ разных типов. ПК- 4.3. Работает над усовершенствованием навыков редактирования медиатекстов разных типов.
--	---	--

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

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

Общая трудоемкость (объем) дисциплины (модуля) составляет 2 з.е., **72 академических часа.**

Объём дисциплины	Всего часов	
	для очной формы обучения	для очно-заочной формы обучения
Общая трудоемкость дисциплины	72	72
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) * (всего)		
Аудиторная работа (всего):	36	16
лекции	24	8
семинары, практические занятия	12	8
практикумы	Не предусмотрено	
лабораторные работы		
Внеаудиторная работа:		
консультация перед зачетом		
Внеаудиторная работа также включает индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, групповые, индивидуальные консультации и иные виды учебной деятельности, предусматривающие групповую или индивидуальную работу обучающихся с преподавателем), творческую работу (эссе), рефераты, контрольные работы и др.		
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	36	56
Контроль самостоятельной работы		
Вид промежуточной аттестации обучающегося (зачет / экзамен)	зачет	зачет

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

5.1 разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

Для очной формы обучения

№ п/п	Раздел, тема дисциплины	Общая трудоемкость (в часах)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)	
		всего	Аудиторные уч. занятия	Сам. работа

			Лек	Пр	Лаб	
	Раздел 1. Основные виды рекламы в современном мире					
1.	Тема: Предмет и задачи курса Реклама и PR в системе маркетинговых коммуникаций. История рекламы /лекц./	2	2			
2.	Тема: Правовое и этическое регулирование рекламной и PR – деятельности./сам./	4		2		2
3.	Тема: Психология рекламы. Понятие целевой аудитории рекламы. /практ./	2				
4.	Тема: Виды рекламы. Носители рекламы/сам./	4	2			2
5.	Тема: Социальная реклама /лек./	2		2		
6.	Тема: Рекламное обращение, его основные особенности. Эффективность рекламной деятельности./сам./	2				2
7.	Тема: Жанры рекламы. /практ./	2	2			
8.	Тема: Паблик рилейшнз в системе социальных отношений. Становление паблик рилейшнз в современной России. /сам./	4		2		2
9.	Тема: Организация и проведение пиар-кампаний. Основные мероприятия в пиар. Тексты в пиар. Негативные пиар- кампании/лекц./	2				2
	Тема: Спонсорство в рекламе /сам./ Кризисные коммуникации. Кризис и конфликт.					
10.	Тема: Кризисные коммуникации. Кризис и конфликт. /практ./	4	2			2
11.	Тема: Современные виды рекламы в век инновационных технологий /сам./	2		2		
12.	Тема: Телевизионный рекламный ролик /лекц./	2				2
13.	Тема: Современные Интернет-технологии в рекламном бизнесе /сам./	2	2			
14.	Тема: СМС реклама виды и специфические особенности /практ./	4		2		2
15.	Тема: Телевизионные рекламные агентства /сам./	2				2
	Тема: Виды Паблик рилейшнз /лекц./					
16.	Тема: Паблик рилейшнз и реклама: черты сходства и различия /сам./	4	2			2

17.	Тема: Политический пиар, его роль, место, значение для современных СМИ /лекц./	4		2		2
18.	Тема: Социальный пиар /практ./	2				2
19.	Тема: Пиар и реклама: черты сходства и отличия /сам./	4	2			2
20.	Тема: Роль и место пиара в жизни современного человека /сам./	2		2		
21.	Тема: Закон и этика в рекламном деле /лекц./	2				2
22.	Тема: Реклама и процесс маркетинга /сам./	4	2			2
23.	Тема: Сфера компетентности в рекламном деле /лекц./	4		2		2
24.	Тема: Реклама и кабельные телесети /сам./	2				2
25.	Тема: Пиар в жизни известных людей России /практ./	2				2
26.	Тема: Моральные и этические аспекты телевизионной рекламы /сам./	2				2
27.	Тема: История становления и развития рекламы в нашей стране /лекц./	2				2
Всего		72	24	12		48

Для очно-заочной формы обучения

№ п/п	Раздел, тема дисциплины	Общая трудоемкость (в часах)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			
			Аудиторные уч. занятия			Сам. работа
			Лек	Пр	Лаб	
	Раздел 1. Основные виды рекламы в современном мире					
1.	Тема: Предмет и задачи курса Реклама и PR в системе маркетинговых коммуникаций. История рекламы /сам./	2				2
2.	Тема: Правовое и этическое регулирование рекламной и PR – деятельности./сам./	4		2		2
3.	Тема: Психология рекламы. Понятие целевой аудитории рекламы. /сам./	2				2
4.	Тема: Виды рекламы. Носители рекламы/сам./	4	2			2
5.	Тема: Социальная реклама /сам./	2				2
6.	Тема: Рекламное обращение, его основные особенности. Эффективность рекламной деятельности./сам./	2				2
7.	Тема: Жанры рекламы. /практ./	4	2			2

8.	Тема: Паблик рилейшнз в системе социальных отношений. Становление паблик рилейшнз в современной России. /сам./	2				2
9.	Тема: Организация и проведение пиар-кампаний. Основные мероприятия в пиар. Тексты в пиар. Негативные пиар- кампании//сам./	4		2		2
	Тема: Спонсорство в рекламе /сам./ Кризисные коммуникации. Кризис и конфликт.					
10.	Тема: Кризисные коммуникации. Кризис и конфликт. /сам./	2				2
11.	Тема: Современные виды рекламы в век инновационных технологий /сам./	4	2			2
12.	Тема: Телевизионный рекламный ролик /сам./	2				2
13.	Тема: Современные Интернет-технологии в рекламном бизнесе /сам./	2				2
14.	Тема: СМС реклама виды и специфические особенности /сам./	4		2		2
15.	Тема: Телевизионные рекламные агентства /сам./	2				2
	Тема: Виды Паблик рилейшинз /лекц./					
16.	Тема: Паблик рилейшинз и реклама: черты сходства и различия /сам./	4	2			2
17.	Тема: Политический пиар, его роль, место, значение для современных СМИ /сам./	2				2
18.	Тема: Социальный пиар /сам./	2				2
19.	Тема: Пиар и реклама: черты сходства и отличия /сам./	2				2
20.	Тема: Роль и место пиара в жизни современного человека /сам./	2				2
21.	Тема: Закон и этика в рекламном деле /сам./	2				2
22.	Тема: Реклама и процесс маркетинга /сам./	2				2
23.	Тема: Сфера компетентности в рекламном деле /сам./	2				2
24.	Тема: Реклама и кабельные телесети /сам./	2				2
25.	Тема: Пиар в жизни известных людей России /сам./	2				2
26.	Тема: Моральные и этические аспекты телевизионной рекламы /сам./	4		2		2
27.	Тема: История становления и развития рекламы в нашей стране /сам./	4				4

28.	Контроль					
	Всего	72	8	8		56

6. Основные формы учебной работы и образовательные технологии, используемые при реализации образовательной программы

Лекционные занятия. Лекция является основной формой учебной работы в вузе, она является наиболее важным средством теоретической подготовки обучающихся. На лекциях рекомендуется деятельность обучающегося в форме активного слушания, т.е. предполагается возможность задавать вопросы на уточнение понимания темы и рекомендуется конспектирование основных положений лекции. Основная дидактическая цель лекции - обеспечение ориентировочной основы для дальнейшего усвоения учебного материала. Лекторами активно используются: лекция-диалог, лекция - визуализация, лекция - презентация. Лекция - беседа, или «диалог с аудиторией», представляет собой непосредственный контакт преподавателя с аудиторией. Ее преимущество состоит в том, что она позволяет привлекать внимание слушателей к наиболее важным вопросам темы, определять содержание и темп изложения учебного материала с учетом особенностей аудитории. Участие обучающихся в лекции – беседе обеспечивается вопросами к аудитории, которые могут быть как элементарными, так и проблемными.

Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Рекомендуется на первой лекции довести до внимания студентов структуру дисциплины и его разделы, а в дальнейшем указывать начало каждого раздела (модуля), суть и его задачи, а, закончив изложение, подводить итог по этому разделу, чтобы связать его со следующим. Содержание лекций определяется настоящей рабочей программой дисциплины. Для эффективного проведения лекционного занятия рекомендуется соблюдать последовательность ее основных этапов:

1. формулировку темы лекции;
2. указание основных изучаемых разделов или вопросов и предполагаемых затрат времени на их изложение;
3. изложение вводной части;
4. изложение основной части лекции;
5. краткие выводы по каждому из вопросов;
6. заключение;
7. рекомендации литературных источников по излагаемым вопросам.

Лабораторные работы и практические занятия. Дисциплины, по которым планируются лабораторные работы и практические занятия, определяются учебными планами. Лабораторные работы и практические занятия относятся к основным видам учебных занятий и составляют важную часть теоретической и профессиональной практической подготовки. Выполнение студентом лабораторных работ и практических занятий направлено на:

- обобщение, систематизацию, углубление, закрепление полученных теоретических знаний по конкретным темам дисциплин математического и общего естественно-научного, общепрофессионального и профессионального циклов;
- формирование умений применять полученные знания на практике, реализацию единства интеллектуальной и практической деятельности;
- развитие интеллектуальных умений у будущих специалистов: аналитических, проектировочных, конструктивных и др.;
- выработку при решении поставленных задач таких профессионально значимых качеств, как самостоятельность, ответственность, точность, творческая инициатива. Методические рекомендации разработаны с целью единого подхода к организации и проведению лабораторных и практических занятий.

Лабораторная работа — это форма организации учебного процесса, когда студенты по заданию и под руководством преподавателя самостоятельно проводят опыты, измерения, элементарные исследования на основе специально разработанных заданий. Лабораторная работа как вид учебного занятия должна проводиться в специально оборудованных учебных аудиториях. Необходимыми структурными элементами лабораторной работы, помимо самостоятельной деятельности студентов, являются инструктаж, проводимый преподавателем, а также организация обсуждения итогов выполнения лабораторной работы. Дидактические цели лабораторных занятий:

- формирование умений решать практические задачи путем постановки опыта;
- экспериментальное подтверждение изученных теоретических положений, экспериментальная проверка формул, расчетов;
- наблюдение и изучения явлений и процессов, поиск закономерностей;
- изучение устройства и работы приборов, аппаратов, другого оборудования, их испытание;
- экспериментальная проверка расчетов, формул.

Практическое занятие — это форма организации учебного процесса, направленная на выработку у студентов практических умений для изучения последующих дисциплин (модулей) и для решения профессиональных задач. Практическое занятие должно проводиться в учебных кабинетах или специально оборудованных помещениях. Необходимыми структурными элементами практического занятия, помимо самостоятельной деятельности студентов, являются анализ и оценка выполненных работ и степени овладения студентами запланированными умениями. Дидактические цели практических занятий: формирование умений (аналитических, проектировочных, конструктивных), необходимых для изучения последующих дисциплин (модулей) и для будущей профессиональной деятельности.

Семинар - форма обучения, имеющая цель углубить и систематизировать изучение наиболее важных и типичных для будущей профессиональной деятельности обучаемых тем и разделов учебной дисциплины. Семинар - метод обучения анализу теоретических и практических проблем, это коллективный поиск путей решений специально созданных проблемных ситуаций. Для студентов главная задача состоит в том, чтобы усвоить содержание учебного материала темы, которая выносится на обсуждение, подготовиться к выступлению и дискуссии. Семинар - активный метод обучения, в применении которого должна преобладать продуктивная деятельность студентов. Он должен развивать и закреплять у студентов навыки самостоятельной работы, умения составлять планы теоретических докладов, их тезисы, готовить развернутые сообщения и выступать с ними перед аудиторией, участвовать в дискуссии и обсуждении.

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме семинарского или практического занятия, что позволяет обучающимся проявить свою индивидуальность в рамках выступления на данных занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

Образовательные технологии. При проведении учебных занятий по дисциплине используются традиционные и инновационные, в том числе информационные образовательные технологии, включая при необходимости применение активных и интерактивных методов обучения.

Традиционные образовательные технологии реализуются, преимущественно, в процессе лекционных и практических (семинарских, лабораторных) занятий. Инновационные образовательные технологии используются в процессе аудиторных занятий и самостоятельной работы студентов в виде применения активных и интерактивных методов обучения. Информационные образовательные технологии реализуются в процессе использования электронно-библиотечных систем, электронных образовательных ресурсов и элементов электронного обучения в электронной информационно-образовательной среде для активизации учебного процесса и самостоятельной работы студентов.

Практические занятия могут проводиться в форме групповой дискуссии, «мозговой атаки», разборка кейсов, решения практических задач, публичная презентация проекта и др. Прежде, чем дать группе информацию, важно подготовить участников, активизировать их ментальные процессы, включить их внимание, развивать кооперацию и сотрудничество при принятии решений.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Индикаторы оценивания сформированности компетенций

Компетенции	Зачтено			Не зачтено
	Высокий уровень (отлично) (86-100% баллов)	Средний уровень (хорошо) (71-85% баллов)	Низкий уровень (удовлетворительно) (56-70% баллов)	Ниже порогового уровня (неудовлетворительно) (до 55 % баллов)
ПК-4: Способен к анализированию, оцениванию и редактированию медиатекстов, приведению их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов	ПК-4.1. В полном объеме знает правила работы над совершенствованием принципов редактирования медиатекстов	ПК-4.1. В целом знает особенности работы над совершенствованием принципов редактирования медиатекстов	ПК-4.1. В целом знает особенности работы над совершенствованием принципов редактирования медиатекстов	ПК-4.1. Не знает особенности работы над совершенствованием принципов редактирования медиатекстов
	ПК-4.2. В полном объеме умеет анализировать и оценивать медиатексты с учетом требований, принятых в СМИ разных типов	ПК-4.2. Умеет анализировать и оценивать медиатексты с учетом требований, принятых в СМИ разных типов	ПК-4.2. В целом умеет анализировать и оценивать медиатексты с учетом требований, принятых в СМИ разных типов	ПК-4.2. Не умеет анализировать и оценивать медиатексты с учетом требований, принятых в СМИ разных типов
	ПК-4.3. В полном объеме владеет навыками редактирования медиатекстов разных типов и навыками работы над их усовершенствованием	ПК-4.3. Владеет навыками редактирования медиатекстов разных типов и навыками работы над их усовершенствованием	ПК-4.3. В целом владеет навыками редактирования медиатекстов разных типов и навыками работы над их усовершенствованием	ПК-4.3. Не владеет навыками редактирования медиатекстов разных типов и навыками работы над их усовершенствованием

7.2. Перевод балльно-рейтинговых показателей оценки качества подготовки обучающихся в отметки традиционной системы оценивания

Порядок функционирования внутренней системы оценки качества подготовки обучающихся и перевод балльно-рейтинговых показателей обучающихся в отметки традиционной системы оценивания проводится в соответствии с положением КЧГУ «Положение о балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся», размещенным на сайте Университета по адресу: <https://kchgu.ru/inye-lokalnye-akty/>

7.3. Типовые контрольные вопросы и задания, необходимые для оценивания сформированности компетенций в процессе освоения учебной дисциплины

7.3.1. Перечень вопросов для зачета:

1. Понятие рекламы и ее сущностные черты.
2. Отличительные черты античной рекламы.
3. Периоды западноевропейского средневековья и эволюция рекламного процесса.
4. Отличительные черты раннего периода американской рекламы.
5. Эволюция рекламного процесса в США с 1915 года по настоящее время.
6. История рекламы в России.
7. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.
8. Основные черты рекламы как коммуникации.
9. Роль рекламы в современном обществе: маркетинговая, экономическая.
10. Роль рекламы в современном обществе: коммуникационная, образовательная, общественная.
11. Классификация рекламы по целевой аудитории.
12. Классификация рекламы по охватываемой территории.
13. Классификация рекламы по функциям и целям.
14. Отличия информативной, увещательной и напоминающей рекламы.
15. Средства распространения рекламной информации: понятие и классификация.
16. Реклама в прессе. Преимущества и недостатки.
17. Характеристика телевизионной рекламы.
18. Радио как средство рекламы.
19. Наружная реклама.
20. Характеристика прямой почтовой рекламы. Преимущества и недостатки.
21. Место и функции рекламы и в системе экономических и общественных отношений.
22. Культурологическая и маркетинговая концепции рекламы.
23. Пиар-менеджмент и продвижение интернет-газеты (сетового издания) на региональном медиарынке.
24. Понятие веб-дизайна. Отечественные и зарубежные школы и современные тренды веб-дизайна.
25. Дизайн сетевой журналистики как часть пиар-акции.
26. Реклама и PR в политической сфере
27. Общие вопросы эффективности и тестирования рекламных и PR-кампаний
28. Правовое регулирование рекламной и PR-деятельности на национальном и мировом рынке
29. Субъекты рекламной деятельности и принципы их взаимодействия.
30. Политический и правительственный PR.
31. Влияние рекламы на принятие потребительских решений
32. Общие вопросы эффективности и тестирования рекламных и PR-кампаний.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

8.1. Основная литература:

1. Антипов, К. В. Основы рекламы: учебник / К. В. Антипов. - 4-е изд., стер. - Москва: Дашков и К°, 2021. - 326 с. - ISBN 978-5-394-03458-9. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2083279> (дата обращения: 26.02.2026). - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.
2. Баженов, Ю. К. Основы рекламы : учебное пособие / Ю. К. Баженов, Л. П. Дашков. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024. - 102 с. - ISBN 978-5-394-05842-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2161329> (дата обращения: 02.04.2026). – Режим доступа: по подписке.
3. Долгова, Н. В. Основы рекламы и связей с общественностью в средствах массовой информации: практикум : учебное пособие / Н. В. Долгова. — Рязань : РГУ имени С.А.Есенина, 2021. — 84 с. — ISBN 978-5- 907266-52-0. —URL: <https://e.lanbook.com/book/177000> (дата обращения: 26.02.2026). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст: электронный.
4. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы: учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. - 16-е изд., стер. - Москва: Дашков и К°, 2020. - 538с. – ISBN 978-5-394-03909-6. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093717> (дата обращения: 17.08.2020). – Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.
5. Тимофеев, М. И. Связи с общественностью (паблик рилейшнз): Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 4-е изд. - М.: ИЦ РИОР, 2018. - 192 с.: - (Карманное учебное пособие). - ISBN 978-5-369-00534-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/927400> (дата обращения: 01.10.2021). – Режим доступа: по подписке.
6. Мазилкина, Е. И. Основы рекламы : учебное пособие / Е.И. Мазилкина, Г.Г. Паничкина, Л.А. Ольхова. — 2-е изд. — Москва : ИНФРА-М, 2026. — 240 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-019214-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2222393> (дата обращения: 02.04.2026). – Режим доступа: по подписке.
7. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации: учебное пособие / Б. Р. Мандель. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2023. - 238 с. - ISBN 978-5-9558- 0556-6. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1904849> (дата обращения: 26.02.2026). - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.
8. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы: учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. - 16-е изд., стер. - Москва: Дашков и К°, 2023. - 538 с. - ISBN 978-5-394-03909-6. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2083278> (дата обращения: 26.02.2026). - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.

8.2. Дополнительная литература:

1. Годин, А. А. Интернет-реклама: учебное пособие / А. А. Годин, А. М. Годин, В. М. Комаров. - 2-е изд. - Москва: Дашков и К, 2012. - 168 с.- ISBN 978-5-394-00465-0. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/337799> (дата обращения: 26.02.2026). - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.
2. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие / Ф. И. Шарков. - 2-е изд., стер. - Москва: Дашков и К°, 2020. - 322 с. - ISBN 978-5-394-03519-7. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093531> (дата обращения: 17.08.2020). – Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.
3. Шарков, Ф. И. Паблик рилейшнз: учебник / Ф. И. Шарков. - 6-е изд. - Москва : Дашков и К°, 2014. - 332 с. - ISBN 978-5-394-02353-8. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093181> (дата обращения: 17.08.2020). – Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.

4. Шпаковский, В. О. Интернет-журналистика и интернет-реклама: учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. В. Розенберг, Е. С. Егорова. - Вологда: Инфра-Инженерия, 2018. - 248 с. - ISBN 978-5-9729-0202-6. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/989631> (дата обращения: 17.08.2020). - Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.
5. Фатеева, И. А. История средств массовой информации: модели СМИ и место в них рекламы : учебно-методическое пособие / И. А. Фатеева. — Москва : МПГУ, 2022. — 56 с. — ISBN 978-5-4263-1079-7. — URL: <https://e.lanbook.com/book/253178> (дата обращения: 26.02.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст: электронный.

9. Требования к условиям реализации рабочей программы дисциплины (модуля)

9.1. Общесистемные требования

Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО «КЧГУ»

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС) Университета из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории Университета, так и вне ее.

Функционирование ЭИОС обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Функционирование ЭИОС соответствует законодательству Российской Федерации.

Адрес официального сайта университета: <http://kchgu.ru>.

Адрес размещения ЭИОС ФГБОУ ВО «КЧГУ»: <https://do.kchgu.ru>.

Электронно-библиотечные системы (электронные библиотеки)

Учебный год	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия документа
2026-2027 учебный год	Электронно-библиотечная система ООО «Знаниум». Договор № 332 от 02.06.2026 г. Электронный адрес: https://znanium.com	от 02.06.2026г. до 01.06.2027г.
2026-2027 учебный год	Электронно-библиотечная система «Лань». Договор № 12 от 26.02.2026 г. Электронный адрес: https://e.lanbook.com	от 26.02.2026 г. до 31.01.2027г.
2026-2027 учебный год	Электронно-библиотечная система КЧГУ. Положение об ЭБ утверждено Ученым советом от 30.09.2015г. Протокол № 1. Электронный адрес: http://lib.kchgu.ru	Бессрочный
2026-2027 учебный год	Национальная электронная библиотека (НЭБ). Договор №101/НЭБ/1391-п от 22. 02. 2023 г. Электронный адрес: http://rusneb.ru	Бессрочный
2026-2027 учебный год	Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU». Лицензионное соглашение №15646 от 21.10.2016 г. Электронный адрес: http://elibrary.ru	Бессрочный
2026-2027 учебный год	Электронный ресурс Polpred.com Обзор СМИ. Соглашение. Бесплатно. Электронный адрес: http://polpred.com	Бессрочный

9.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

Занятия проводятся в учебных аудиториях, предназначенных для проведения занятий лекционного и практического типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в соответствии с расписанием занятий по образовательной программе. С описанием оснащённости аудиторий можно ознакомиться на сайте университета, в разделе материально-технического обеспечения и оснащённости образовательного процесса по адресу: <https://kchgu.ru/sveden/objects/>

9.3. Необходимый комплект лицензионного программного обеспечения

- Microsoft Windows (Лицензия № 60290784), бессрочная
- Microsoft Office (Лицензия № 60127446), бессрочная
- ABBY FineReader (лицензия № FCRP-1100-1002-3937), бессрочная
- CalculateLinux (внесён в ЕРПП Приказом Минкомсвязи №665 от 30.11.2018-2020), бессрочная
- Google G Suite for Education (IC: 01i1p5u8), бессрочная
- Kaspersky Endpoint Security (Договор №0379400000325000001/1 от 28.02.2025г.), с 28.02.2025 г. по 07.03.2027г.

9.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Федеральный портал «Российское образование»- <https://edu.ru/documents/>
2. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов (Единая коллекция ЦОР) – <http://school-collection.edu.ru/>
3. Базы данных Scopus издательства Elsevier <http://www.scopus.com/search/form.uri?display=basic>.
4. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования - <http://fgosvo.ru>.
5. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (ФЦИОР) – <http://edu.ru>.
6. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов (Единая коллекция ЦОР) – <http://school-collection.edu.ru>.
7. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» (ИС «Единое окно») – <http://window.edu.ru>.

10. Особенности организации образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

В ФГБОУ ВО «Карачаево-Черкесский государственный университет имени У.Д. Алиева» созданы условия для получения высшего образования по образовательным программам обучающихся с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).

Специальные условия для получения образования по ОПВО обучающимися с ограниченными возможностями здоровья определены «[Положением об обучении лиц с ОВЗ в КЧГУ](#)», размещенным на сайте Университета по адресу: <http://kchgu.ru>.

11. Лист регистрации изменений

В рабочей программе внесены следующие изменения:

Изменение	Дата и номер протокола ученого совета факультета/ института, на котором были рассмотрены вопросы о необходимости внесения изменений в ОПВО	Дата и номер протокола ученого совета Университета, на котором были утверждены изменения в ОПВО
Обновлен договор №332 ЭБС ООО «Знаниум» от 02.06.2026 г. Действует с 02.06.2026 г. до 11.06.2027 г.		03.06.2026г., протокол № 8