

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 18.05.2026 15:45:35
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 4
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.09 Реклама и связи с общественностью в некоммерческих
организациях

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Реклама и связи с общественностью в государственных и
негосударственных организациях

(наименование образовательной программы)

Очная форма обучения

(форма обучения)

Год набора - 2026

Санкт-Петербург

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Ляус Юлия Александровна, старший преподаватель кафедры журналистики и медиакоммуникаций

Заведующий кафедрой:

Ким Максим Николаевич, к.ф.н., доцент, заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций

Рабочая программа дисциплины Б1.В.09 Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций факультета социальных технологий СЗИУ РАНХиГС.

протокол № 4 от «9» апреля 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина Б1.В.09 «Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях» обеспечивает формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций*:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС <i>(при наличии)**</i>	Ко д ко мп ете нци и **	Наименован ие Компетенции **	Код индикат ора достиже ния компете нци и **	Наименование индикатора достижения компетенций **	Образовательный результат **
В/01.6-04.6 Организация продвижения продукции СМИ 06.009 СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕН ИЮ И РАСПРОСТРА НЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИ И Приказ Минтруда России от 04.08.2014 N 535н	ПК-3	Способен организовать распространение и реализацию продукции любых СМИ в интересах государственных и негосударствен ных организаций	ПК-3.3	Осуществляет поиск статистической и аналитической информации, характеризующей информацию на рынке продукции любых СМИ; анализирует на основании имеющихся данных ситуацию на рынке продукции СМИ; определяет целевую аудиторию потребителей продукции любых СМИ	ПК-3.3. 3-2. Основные принципы организации рекламной кампании ПК-3.3. 3-3. Методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах ПК-3.3. У-3. Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) ПК-3.3. У-4. Составлять договоры гражданско- правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию
			ПК-3.4	Разрабатывает концепцию продвижения продукции любых СМИ, формирует коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, выбирает маркетинговые технологии и инструменты для	ПК-3.4. 3-4. Основы проектной деятельности ПК-3.4. У-4. Составлять договоры гражданско- правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию

			донесения до потребителей необходимой информации; разрабатывает и обосновывает проект ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию любых СМИ, формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции любых СМИ	
		ПК-3.5	Представляет проект управленческих решений по продвижению продукции любых СМИ руководству организации	ПК-3.5. 3-4. Знает Основы проектной деятельности ПК-3.5. У-4. Умеет Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию
		ПК-3.6	Разрабатывает маркетинговую стратегию и организует мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции любых СМИ	ПК-3.6. 3-4. Знает основы проектной деятельности ПК-3.6. У-3. Умеет вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) ПК-3.6. У-4. Умеет составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию

** Дисциплина может формировать компетенцию полностью или частично.*

*** Должно соответствовать Приложению 1 к образовательной программе*

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

Объем дисциплины и виды учебной работы.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц/180 академических/135 астрономических часов.

Дисциплина реализуется частично с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://lms.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету/профилю предоставляется студенту в деканате.

Теоретические занятия (лекции) проводятся по потокам. Общий объем лекционного курса составляет 36 академических часов.

Практические занятия организуются по группам в виде семинаров в диалоговом режиме. Общий объем практических занятий 48 академических часов. Консультация к экзамену в 7 семестре – 2 академических часа.

Программой предусмотрена самостоятельная работа студентов в объеме 58 академических часов. Параллельное изучение в 7 семестре дисциплин «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» способствует формированию прочных навыков будущей деятельности.

Дисциплина закладывает методологический фундамент для прохождения преддипломной практики в 8 семестре и написания квалификационной работы.

Освоение компетенций готовит обучающегося к решению маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.09 Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях входит в обязательную часть (Б1) дисциплин по направлению бакалавриата 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью в государственных и негосударственных организациях», направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью». Изучается в 6-ом семестре (второй семестр 3-го курса) и в 7-ом семестре (первый семестр 4-го курса).

Курс базируется на теоретических знаниях, полученных в ходе изучения дисциплин «Русский язык и культура речи», «История рекламы», «Правовое регулирование массовых коммуникаций», «Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью», а также на навыки работы в отделах рекламы и связей с общественностью, полученных на практике.

Параллельное изучение в 7 семестре дисциплин «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» способствует формированию прочных навыков будущей деятельности.

Дисциплина закладывает методологический фундамент для прохождения преддипломной практики в 8 семестре и написания квалификационной работы.

Освоение компетенций готовит обучающегося к решению маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности. Объем дисциплины, реализуемый с применением СДО: количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся: всего с применением СДО – 58 а.ч.

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины, используются студентами при подготовке и сдаче государственного экзамена.

Формой промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом является зачет (в 6 семестре) и экзамен (в 7 семестре).

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕ ГО	Объем дисциплины, ак.час									Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий						Самостоятельная работа				
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)		СРкр	СРэк	СР		
Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Кат.тэк	Конт.роль					
Л	ВЛ	ЛР	ПЗ										
Тема 1	Понятие некоммерческой организации и ее организационный статус в современной России. Типология НКО.	22	4			6						10	УО, Д
Тема 2	Роль государства	24	6			8						10	УО, Д

	<i>в деятельности НКО. Правовой статус некоммерческих организаций.</i>													
<i>Тема 3</i>	<i>Субъекты социальной деятельности и их взаимодействие при реализации социальных проектов.</i>	26	6			8							12	<i>УО, Д</i>
<i>Промежуточная аттестация</i>									4					<i>зачет</i>
<i>Итого в 6 семестре</i>		72	16			20							32	
<i>Тема 4</i>	<i>История организации социальной деятельности в России. Культурно-</i>	15	4			6							5	<i>УО</i>

	психологические и социально-правовые аспекты.												
Тема 5	Зарубежный опыт функционирования НКО.	20	4		6							10	УО
Тема 6	Целевые группы коммуникации НКО.	18	6		6							6	УО, Д
Тема 7	СМИ – особый статус некоммерческих организаций.	18	4		4							10	УО, Д
Промежуточная аттестация								2	9			18	экзамен
Итого в 7 семестре		108	20		28			2	9			18	31
Всего		180	36		48			2	13			63	

Используемые сокращения:

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям

УО –устный опрос

Д- доклады

В процессе обучения применяются следующие интерактивные формы: устный опрос, доклады.

Темы 1-7 могут быть освоены с применением ЭО и ДОТ с контролем в системе электронного обучения Академии.

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Понятие некоммерческой организации и ее организационный статус в современной России. Типология НКО. ПК-3.3, ПК-3.4.

Сфера деятельности некоммерческих организаций. Цели коммерческих и некоммерческих организаций. Социальная деятельность как основной признак НКО. Основные принципы классификации НКО. Различные организационно-правовые формы НКО.

Тема 2. Роль государства в деятельности НКО. Правовой статус некоммерческих организаций. ПК-3.5.

Государственная регистрация НКО и получение ими статуса юридического лица. Возможности и ограничения НКО, действующего без государственной регистрации. Федеральные законы, регламентирующие деятельность НКО. Права учредителей и членов НКО. Налогообложение деятельности НКО. Налоговые льготы для благотворителей.

Тема 3. Субъекты социальной деятельности и их взаимодействие при реализации социальных проектов. ПК-3.4.

Государственное финансирование системы социального обеспечения. Социальная активность: интересы государства, общества, бизнеса. Финансирование социальных проектов бизнесом: от благотворительности к социальному партнерству. Цель альянса НКО и бизнеса. НКО как собиратель ресурсов. НКО как реализатора социальных проектов.

Тема 4. История организации социальной деятельности в России. Культурно-психологические и социально-правовые аспекты. ПК-3.4.

Культурно-психологические и религиозные основы социальной деятельности в России. Участие государства в регулировании дел призрения. Расцвет российской частной благотворительности и меценатства в 19 веке. Позитивный характер общественного мнения относительно жертвователей. Государственная монополия на социальную деятельность в СССР. Формы проявления волонтерства в СССР. Изменение социальных функций государства в постперестроечное время. Социальные функции бизнеса. Особенности развития современного развития НКО.

Тема 5. Зарубежный опыт функционирования НКО. ПК-3.4.

Опыт государственного и негосударственного финансирования социальных проектов в различных странах. История развития форм участия бизнеса в финансировании социальных проектов. Правовые формы организации социальной деятельности.

Система налогового поощрения участия в социальных проектах. Благотворительность и общественное мнение. Роль целевого капитала в развитии культурных и образовательных учреждений. Проблема

финансирования и независимого статуса образовательных учреждений. Процесс расширения прав общества и роль общественных организаций в этом процессе.

Тема 6. Целевые группы коммуникации НКО. ПК-3.5.

Совместные маркетинговые мероприятия коммерческих и некоммерческих организаций. Формы ПР взаимодействия благотворительных фондов и коммерческих организаций. Репутационные риски НКО. Основные формы сотрудничества. Партнерство как инструмент для лоббирования общих интересов. Благотворительная программа с учетом объема продаж, совместный выпуск информационных материалов и лицензирование.

Тема 7. СМИ – особый статус некоммерческих организаций. ПК-3.5, ПК-3.6.

Особенности взаимодействия некоммерческих организаций со СМИ. Публичный характер деятельности общественных объединений. Преимущества по сравнению с частным сектором. Добровольческий труд и волонтерство в некоммерческих организациях. Задачи наращивания известности НКО как условия успешного фандрайзинга.

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

1.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.О.08 Теория систем и системный анализ входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых

необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4). 	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из

<p>правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</p>		<p>2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа.</p> <p>3. Выбрать несколько правильных ответов.</p> <p>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).</p>	<p>одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)</p>
<p>Задание закрытого типа на установление последовательности</p>	<p>Прочитайте текст и установите последовательность</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БАА или 135).</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр</p>
<p>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</p>	<p>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа</p>

		5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ 	<p>Ответ считается верным:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
85-94			B	P/ Passed
75-84	Хорошо		C	P/ Passed
65-74			D	P/ Passed
55-64			E	P/ Passed
0-54	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

УО – устный опрос, Д – доклад.

Тема 1. Понятие некоммерческой организации и ее организационный статус в современной России. Типология НКО.

Типовые вопросы для устного опроса:

1. Дайте определение «некоммерческие организации – это...»?
2. Какие виды некоммерческих организаций существует, в чем их особенность?
3. В чем сходство и различие между коммерческими и некоммерческими организациями?
4. В чем заключаются основные задачи некоммерческих организаций, какова специфика их маркетинговых стратегий?

Темы для докладов:

1. Социальная реклама государственных институтов.
2. Социальная реклама государственного сектора.
3. Социальная реклама как технология влияния в публичной политике.
4. Критерии эффективности рекламной деятельности в сфере НКО.
5. Особенности планирования и реализации рекламных кампаний в некоммерческой сфере.

Тема 2. Роль государства в деятельности НКО. Правовой статус некоммерческих организаций.

Типовые вопросы для устного опроса:

1. Дайте обзор фондов и организаций, занимающихся благотворительностью.
2. Назовите основные законодательные акты, регламентирующие деятельность НКО и их рекламу?
3. В чем заключаются основные направления рекламной деятельности НКО?
4. Дайте характеристику основным формам НКО (всех общественных объединений) и перечислите важнейшие принципы их деятельности?
5. Каковы основные правила при ведении переговоров по поиску финансов?

6. За счет чего осуществляется привлечение внимания к организациям средствами СО?

Темы для докладов:

1. Использование различных видов рекламы в ходе проведения рекламных кампаний НКО.
2. Обзор основных законодательных актов, регламентирующих деятельность НКО и их рекламу.
3. Основные направления рекламной деятельности некоммерческих организаций.
4. Основные задачи некоммерческих организаций и специфика их маркетинговых стратегий.
5. Характеристика основных форм НКО (всех общественных объединений) и важнейшие принципы их деятельности.

Тема 3. Субъекты социальной деятельности и их взаимодействие при реализации социальных проектов.

Типовые вопросы для устного опроса:

1. Какие тактики привлечения СМИ вы знаете?
2. Какие существуют тактики при получении отказа?
3. Расскажите о специфике проведения аукционов, конкурсов, благотворительных вечеров и т.д.
4. Какие виды рекламы используются в ходе проведения рекламных кампаний НКО.
5. Какие методы привлечения средств вы знаете, в чем их специфика?

Темы для докладов:

1. Реклама как явление массовой визуальной культуры и проектной деятельности.
2. Законы рынка и общества потребления, дизайн рекламы – эффективный инструмент в конкурентной борьбе.
3. Область и задачи профессиональной деятельности копирайтеров для некоммерческих организаций.
4. Основные законодательные акты, регламентирующие деятельность НКО и их рекламу.
5. Специфика рекламного сообщения в печатной рекламе НКО.

Тема 4. История организации социальной деятельности в России. Культурно-психологические и социально-правовые аспекты.

Типовые вопросы для устного опроса:

1. Назовите основные формы проявления волонтерства в СССР.

2. Когда начался расцвет российской частной благотворительности и меценатства?
3. Каковы особенности развития современного развития НКО?

Тема 5. Зарубежный опыт функционирования НКО.

Типовые вопросы для устного опроса:

1. Зарубежный опыт функционирования НКО
2. Раскройте опыт государственного и негосударственного финансирования социальных проектов в различных странах?
3. Перечислите правовые формы организации социальной деятельности?
4. Раскройте зарубежный опыт финансирования социальных проектов?
5. Каковы особенности планирования и реализации рекламных кампаний в некоммерческой сфере?

Тема 6. Целевые группы коммуникации НКО.

Типовые вопросы для устного опроса:

1. В чем заключается специфика функционирования печатной, телевизионной, радио- и Интернет рекламы в сфере политики и местного самоуправления?
2. В чем специфика работы с социальной рекламой в государственном секторе?
3. В чем специфика работы с социальной рекламой в государственных институтах?
4. В чем специфика работы с социальной рекламой в публичной политике?

Темы для докладов:

1. Знаки корпоративной идентификации. Взаимосвязь этих знаков и форм печатной рекламы НКО.
2. Условия эффективности печатной рекламы НКО как средства визуальной коммуникации.
3. Рекламный киноплакат НКО.
4. Социальная реклама государственных институтов.
5. Социальная реклама государственного сектора.

Тема 7. СМИ – особый статус некоммерческих организаций.

Типовые вопросы для устного опроса:

1. Каковы методы создания устойчивого положительного имиджа?
2. Инвестиции как показатель известности организации.
3. Какие существуют виды спонсорства?

4. В чем специфика подготовки письма-заявки, составление заявки на грант, подготовка отчета по гранту.

Темы для докладов:

1. Проект продвижения некоммерческой организации.
2. Проект продвижения государственной компании.
3. Проект продвижения субъекта политической коммуникации.
4. Проект продвижения волонтерского клуба.
5. Проект продвижения краудсорсингового проекта.

5.3. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):
приведены в п.6.2.

Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ - 1	100	0,18	18
КТ - 2	100	0,12	12
КТ- 3	100	0,15	15
КТ - 4	100	0,15	15
Итого:	x	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ X Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ-1

Тема 1.

Устный опрос (УО).

Доклад (Д).

КТ-2

Тема 2.

Доклад (Д).

КТ-3

Тема 3.

Доклад (УО).

КТ-4

Темы 4,5.

Устный опрос (УО).

Доклад (Д).

КТ-5

Темы 6,7.

Устный опрос (УО).

Доклад (Д).

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

1. Критерии оценивания устного опроса (УО):

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
<i>Содержание и раскрытие выбранных понятий</i>	<i>31-50</i>	<i>Детальное, последовательное описание всех понятий на примере выбранной системы</i>
	<i>16-30</i>	<i>Поверхностное описание без привязки к выбранной системе</i>
	<i>0-15</i>	<i>Понятия раскрыты минимально или не раскрыты вовсе</i>
<i>Достоверность и актуальность информации</i>	<i>16-20</i>	<i>Представленная информация подтверждена ссылками на источники</i>
	<i>0-15</i>	<i>Представленная информация частично подтверждена ссылками</i>

		<i>на источники или не подтверждена</i>
<i>Количество выполненных заданий</i>	<i>30</i>	<i>Количество выполненных заданий от 85% до 100%</i>
	<i>15</i>	<i>Количество выполненных заданий от 55% до 84%</i>
	<i>0</i>	<i>Количество выполненных заданий менее 55%</i>
Итого максимально:	100	

2. Критерии оценивания докладов (Д):

<i>Критерии оценки</i>	<i>Диапазон баллов</i>	<i>Описание критерия</i>
<i>Содержание и раскрытие выбранных понятий</i>	<i>31-50</i>	<i>Детальное, последовательное описание всех понятий на примере выбранной системы</i>
	<i>16-30</i>	<i>Поверхностное описание без привязки к выбранной системе</i>
	<i>0-15</i>	<i>Понятия раскрыты минимально или не раскрыты вовсе</i>
<i>Достоверность и актуальность информации</i>	<i>16-20</i>	<i>Представленная информация подтверждена ссылками на источники</i>
	<i>0-15</i>	<i>Представленная информация частично подтверждена ссылками на источники или не подтверждена</i>
<i>Количество выполненных заданий</i>	<i>30</i>	<i>Количество выполненных заданий от 85% до 100%</i>
	<i>15</i>	<i>Количество выполненных заданий от 55% до 84%</i>
	<i>0</i>	<i>Количество выполненных заданий менее 55%</i>
Итого максимально:	100	

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (при необходимости).

Курс включает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft PowerPoint для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы,

системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета (6 семестр) и экзамена (7 семестр).

Зачет проходит в форме устного собеседования по вопросам. На подготовку к ответу дается 45 минут. На зачете предусмотрено выполнение практического задания. Итоговая оценка по дисциплине выставляется с учетом набранных на аудиторных занятиях баллов. Экзамен проходит в форме устного собеседования по вопросам билета. На подготовку к ответу дается 45 минут. На экзамене предусмотрено выполнение практического задания в качестве практической части билета. Итоговая оценка по дисциплине выставляется с учетом набранных на аудиторных занятиях баллов.

В случае применения дистанционного режима промежуточной аттестации она проводится следующим образом: устно в ДОТ/письменно с прокторингом/ тестирование с прокторингом. Для успешного освоения курса учащемуся рекомендуется ознакомиться с литературой, размещенной в разделе 6, и материалами, выложенными в ДОТ.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации.

Вопросы для подготовки к зачету.

1. Классификация некоммерческих организаций: членские организации (например, профессиональные ассоциации); социальные, культурные, религиозные, учреждения и организации здравоохранения; образовательные учреждения.
2. Определение некоммерческих организаций, их характеристика.
3. Основные задачи некоммерческих организаций и специфика их маркетинговых стратегий.
4. Характеристика основных форм НКО (всех общественных объединений) и важнейшие принципы их деятельности.
5. Основные направления рекламной деятельности для достижения следующих задач: осведомленности публики о целях и деятельности организации; побуждение отдельных лиц пользоваться услугами данной организации; разработка просветительских материалов, что особенно важно для организаций, связанных с охраной здоровья и окружающей среды; набор, обучение работников-волонтеров; получение средств на работу организации.
6. Терминология в сфере рекламы в НКО. Область и задачи профессиональной деятельности копирайтеров в этой сфере.

7. Специфика художественного творчества в данной области.
8. Особенности процесса проектирования. Основные критерии качества и действенности рекламного проекта НКО.
9. Методы мультимедиа, дизайн-графики, видеосинтеза в рекламных коммуникациях НКО.
10. Специфика рекламного сообщения в печатной рекламе НКО.
11. Основные законодательные акты, регламентирующие деятельность НКО и их рекламу.
12. Знаки корпоративной идентификации. Взаимосвязь этих знаков и форм печатной рекламы НКО.
13. Виды современной печатной рекламы (функциональные особенности и условия использования НКО).
14. Использование различных видов рекламы в ходе проведения рекламных кампаний НКО: печатная, наружная телевизионная, радио- и Интернет рекламы для формирования благоприятного имиджа.
15. Язык фотографии в современных рекламных коммуникациях НКО.
16. Реклама НКО в газете (структурные элементы, шрифтовое решение, особенности современного этапа, сравнительный анализ 2-3 примеров).
17. Условия эффективности печатной рекламы НКО как средства визуальной коммуникации.
18. Рекламный киноплакат НКО.
19. Особенности планирования и реализации рекламных кампаний в некоммерческой сфере на конкретных примерах.
20. Функционирование печатной, телевизионной, радио- и Интернет-рекламы в сфере политики и местного самоуправления на конкретных примерах.
21. Функционирование печатной, телевизионной, радио- и Интернет рекламы в сфере благотворительности и экологической сфере на конкретных примерах.
22. Социальная реклама государственного сектора.
23. Социальная реклама государственных институтов.
24. Социальная реклама как технология влияния в публичной политике.
25. Критерии эффективности рекламной деятельности в сфере НКО.
26. Наружная реклама НКО: основные носители и условия ее эффективности.
27. Особенности рекламных объявлений НКО в газете, структура информационных блоков, их размещение.
28. Листовая рекламная продукция НКО (виды и способы ее воспроизводства в полиграфии, общая характеристика).

Пример практического задания

Обоснуйте стратегию благотворительной деятельности НКО (на выбор студента).

Вопросы для подготовки к экзамену.

1. Целевые группы интересов и целевые аудитории коммуникации некоммерческих организаций.
2. Бизнес и некоммерческие организации: содержание и технология взаимодействия.
3. Проблемы репутации имиджа государства и PR задачи государства.
4. Спонсоринг и благотворительность: задачи и специфика их разрешения в России.
5. Анализ исходной ситуации как необходимый этап планирования PR-кампании. Матрица постановки коммуникационных задач.
6. Цели и задачи PR-кампании некоммерческих организаций: качественные и количественные параметры.
7. Основные принципы классификации НКО. Различные организационно-правовые формы НКО.
8. Сфера деятельности некоммерческих организаций.
9. Цели коммерческих и некоммерческих организаций.
10. Методы оценки эффективности PR-кампании некоммерческих организаций.
11. Сложности в оценке результатов PR-кампании некоммерческих организаций.
12. Отличия в целях и задачах PR-кампании коммерческих и некоммерческих организаций
13. Критерии выбора каналов распространения информации о некоммерческих организациях.
14. Медиастратегия PR-кампании. Отличия медиастратегии от медиаплана
15. Государственный PR и PR некоммерческих организаций: различия в целях и задачах.
16. Расцвет российской частной благотворительности и меценатства в XIX веке.
17. Государственная монополия на социальную деятельность в СССР.
18. Изменение социальных функций государства в постперестроечное время.
19. Особенности развития современного развития НКО.
20. Опыт государственного и негосударственного финансирования социальных проектов в различных странах.
21. Культурно-психологические аспекты благотворительности.
22. Коммерческая организация как источник благотворительной помощи.
23. Задачи создания общественных организаций. Методы их создания и пути возникновения.
24. PR некоммерческих организаций: задачи и формы.
25. Сравнительный анализ форм благотворительности в России и зарубежных странах.
26. Различия в целях и задачах PR-кампаний коммерческих, некоммерческих и государственных организаций.

27. Благотворительность и спонсорство: различия в корпоративных целях.
 28. Совместные маркетинговые мероприятия коммерческих и некоммерческих организаций.
 29. Задачи наращивания известности НКО как условия успешного фандрайзинга.
 30. Современные актуальные технологии коммуникации в НКО.

Пример практического задания.

Обоснуйте проект-план социальной рекламы мероприятия для многодетных семей.

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

ТИП ЗАДАНИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).	Задания для Тем 1-7 1. Какой основной цели НЕ может быть у некоммерческой организации: Выберите один вариант из списка А. Поддержка семей с детьми Б. Оказание консультационных услуг медицинским организациям Г. Извлечение прибыли Д. Развитие народной культуры 2. Какими законодательными актами регулируется деятельность НКО в РФ? Возможно несколько вариантов ответа. 1. Гражданский кодекс РФ 2. О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве): Федеральный закон № 135-ФЗ от 11.08.1995 3. О государственной поддержке молодежных и детских общественных объединений: Федеральный закон № 98-ФЗ от 28.06.1995 4. О некоммерческих организациях: Федеральный закон № 7-ФЗ от 12.01.1996 5. Об общественных объединениях: Федеральный закон № 82-ФЗ от 19.05.1995 6. О свободе совести и о религиозных объединениях: Федеральный закон № 125-ФЗ от 26.09.1997 7. 3. Стейкхолдеры - это: А. Люди, желающие найти единомышленников Б. Аудитория, на которую направлена реклама некоммерческой организации Г. Потребители социальных услуг Д. Лица, которые могут влиять на деятельность

		<p>организации</p> <p>4. Что относится к PR-инструментам в некоммерческой сфере?</p> <p>Выберите все подходящие ответы из списка</p> <p>А. Социальная реклама Б. Отношения со СМИ Г. Стимулирование сбыта Д. Партнерские программы</p> <p>5. Безвозмездная поддержка сферы искусства, науки, культуры называется:</p> <p>А. Спонсорство Б. Меценатство Г. Благотворительность Д. Филантропия</p> <p>6. Выберите один вариант из списка К участникам волонтерской деятельности НЕ относятся:</p> <p>А. Благополучатели Б. Спонсоры Г. Добровольцы Д. Волонтерские организации Е. Организаторы добровольческой деятельности</p>								
<p>Задание закрытого типа на установление соответствия</p>	<p>1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитайте оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.</p> <p>3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.</p> <p>4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).</p>	<p>Задания для Тем 1-7</p> <p>1. Сопоставьте значения из двух списков.</p> <table border="1" data-bbox="887 1451 1481 1796"> <tr> <td>1) Информирование</td> <td>а) Диалог, но интересы организации на первом месте</td> </tr> <tr> <td>2) Сотрудничество</td> <td>б) Совместное созидание, партнерство со стейкхолдерами</td> </tr> <tr> <td>3) Взаимопонимание</td> <td>с) Одностороннее распространение информации по всем каналам</td> </tr> </table> <p>2. Сопоставьте значения из двух списков.</p> <table border="1" data-bbox="887 1904 1481 2056"> <tr> <td>1) Социальная реклама</td> <td>а) Информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная</td> </tr> </table>	1) Информирование	а) Диалог, но интересы организации на первом месте	2) Сотрудничество	б) Совместное созидание, партнерство со стейкхолдерами	3) Взаимопонимание	с) Одностороннее распространение информации по всем каналам	1) Социальная реклама	а) Информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная
1) Информирование	а) Диалог, но интересы организации на первом месте									
2) Сотрудничество	б) Совместное созидание, партнерство со стейкхолдерами									
3) Взаимопонимание	с) Одностороннее распространение информации по всем каналам									
1) Социальная реклама	а) Информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная									

		<p>неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.</p> <p>2) Спонсорская реклама</p> <p>б) Реклама, распространяемая на условии обязательного упоминания в ней об определенном лице как о спонсоре.</p> <p>3) Ненадлежащая реклама</p> <p>с) Г. Реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.</p>
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	<p>1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать несколько правильных ответов.</p> <p>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).</p>	<p>Задания для Тем 1-7</p> <p>1. Выберите ДВА правильных варианта ответа.</p> <p>Какие организации относятся к унитарным некоммерческим организациям по законодательству РФ?</p> <p>А. Ассоциация</p> <p>Б. Потребительский кооператив</p> <p>Г. Фонд</p> <p>Д. Общественная организация</p> <p>Е. Учреждение</p> <p>2. Выберите все подходящие ответы из списка</p> <p>Корпоративное волонтерство решает следующие коммуникационные задачи</p> <p>А. Увеличение товарооборота</p> <p>Б. Защита прав сотрудников</p> <p>Г. Поддержка и продвижение бренда</p> <p>Д. Формирование корпоративной культуры</p> <p>Е. Фандрайзинг для компании</p> <p>3. Социальная реклама направлена на:</p> <p>Выберите все подходящие ответы из списка</p> <p>А. информирование о товаре/услуге</p> <p>Б. достижение благотворительных целей</p> <p>Г. формирование отношения к бренду</p> <p>Д. обеспечение интересов государства</p>
Задание закрытого типа на установление	1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается	<p>Задания для Тем 1-7</p> <p>Расставьте в правильном порядке этапы цикла</p>

<p>последовательности</p>	<p>последовательность элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).</p>	<p>фандрайзинга.</p> <p>1. Выявление проблемы или задачи, её описание.</p> <p>2. Анализ целевой аудитории, которая заинтересована в работе компании или реализации проекта. Определение целевой аудитории проекта — важнейший этап, от которого зависит успех фандрайзинга.</p> <p>3. Постановка целей и задач. Они должны быть конкретными, реализуемыми и измеримыми.</p> <p>4. Анализ инструментов, которые необходимы, чтобы решить задачи и достичь целей.</p> <p>5. Составление сметы. Нужно выявить инструменты, которые необходимы для достижения цели, но они отсутствуют у команды или у компании, и заложить покупку этих инструментов в бюджет.</p> <p>6. Поиск и анализ потенциальных доноров. На этом этапе необходимо провести ранжирование доноров: подумать, кто из доноров с большей вероятностью пожертвует большую сумму.</p> <p>7. Проведение фандрайзингового мероприятия, если организаторы его планировали.</p> <p>8. Анализ результатов, поиск инсайтов. Мониторинг процесса фандрайзинга поможет найти ошибки, проанализировать их и больше никогда не допускать их в будущем.</p> <p>9. Вынесение благодарности донорам. Обычно доноры делают пожертвования проекту не один раз. Но чтобы получить пожертвование в будущем, важно поддерживать отношения с донорами, даже когда сбор завершён.</p>
<p>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p> <p>5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).</p>	<p>Задания для Тем 1-7</p> <p>1. В 1873 г. американский миллионер Корнелиус Вандербильт пожертвовал 1 млн долларов на создание университета в городе Нэшвилл, дополнительные 700 тыс. долларов достались университету по его завещанию. Выберите наименование этого деяния. Опишите ключевые признаки этого «деяния»:</p> <p>А. Эндаумент</p> <p>Б. Кредитование</p> <p>Г. Спонсорство</p> <p>Д. Инвестиции</p> <p>2. Выберите правильный вариант.</p> <p>Pro bono (про боно) – это... Опишите особенности данного вида деятельности в НКО:</p> <p>А. Человеческие ресурсы для решения социальных</p>

		<p>задач</p> <p>Б. Профессиональная помощь НКО на бескорыстной основе</p> <p>Г. Результат оказания благотворительной помощи</p> <p>Д. Покровительство нуждающимся из снисхождения</p>
Задание открытого типа с развернутым ответом	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.</p> <p>2. Продумать логику и полноту ответа.</p> <p>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</p> <p>4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ</p>	<p>Задания для Тем 1-7</p> <p>1. Объясните понятие «спонсорский пакет»: структура и градации.</p> <p>2. Что относится к PR-инструментам в некоммерческой сфере?</p>

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

Критерии и балльная шкала определяются преподавателем

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
<i>Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок</i>	40
<i>Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.</i>	30-39
<i>Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным</i>	20-29

<p><i>умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.</i></p>	
<p><i>Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.</i></p>	0-19

6.4. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Для решения тестов открытого типа студенту разрешается использование Гражданского кодекса РФ, федерального законодательства (ФЗ «О некоммерческих организациях», «О СМИ», «О рекламе»).

7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)

Для изучения основных вопросов образовательной программы необходимо конспектировать материалы лекций, работать с рекомендованной преподавателем литературой, а также ресурсами информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Для приобретения навыков активного использования знаний полезно обсуждать плановые и возникающие вопросы, а также решаемые задачи на практических занятиях. Чтобы легче и прочнее усвоить материал следует постоянно использовать конкретные примеры, сравнения из уже полученных областей наук.

Для закрепления изученного материала даны вопросы по каждой теме дисциплины, на которые следует самостоятельно найти ответы.

Важной составной частью учебного процесса в вузе являются практические занятия. Практические занятия проводятся главным образом по дисциплинам, требующим закрепления навыков решения задач, и помогают студентам глубже усвоить учебный материал, приобрести умения применять принципы системного подхода к решению разнообразных задач, определять и оценивать ресурсы и существующие ограничения разного рода проектов.

При подготовке к практическим занятиям необходимо проанализировать конспект лекции, ознакомиться с рекомендованной литературой по соответствующей теме, осуществить подготовку по рекомендованным в рабочей программе вопросам для обсуждения темы, выполнить домашнее задание (при необходимости).

Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале. В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретается практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь. При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю (в том числе по электронной почте). Планируя консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам. Записи имеют первостепенное значение для самостоятельной работы студентов. Они помогают понять построение изучаемого материала, выделить основные положения, проследить их логику. Кроме того, ведение записей способствует превращению чтения в активный процесс, мобилизует, наряду со зрительной, и моторную память. Следует помнить: у студента, систематически ведущего записи, создается свой индивидуальный фонд методических материалов для быстрого повторения изученных вопросов, для мобилизации накопленных знаний. Особенно важны и полезны записи тогда, когда в них находят отражение мысли, возникшие при самостоятельной работе.

После изучения базовых тем курса проводится текущий контроль знаний студентов в виде устного опроса и/или докладов. Типовые вопросы по темам дисциплины приведены в специальном разделе данной рабочей программы.

Подготовка к текущему и промежуточному контролю предполагает изучение представленных вопросов к зачету и к экзамену.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. - 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. - 363 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-04357-0. - Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/560298>
2. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов. – М.: ИНФРА-М, 2024. – <https://lib.dm-centre.ru/lib/document/gpntb/ESVODT/98ce976df639b0c4611b38b4c670a74d/>
3. Якобсон Л.И. Самоорганизация граждан, благотворительность и третий сектор/ В. Б. Беневоленский, И. Е. Дискин, Н.В. Иванова, И.В. Мерсиянова, А.С. Туманова, М.А. Шабанова, Л. И. Якобсон. – М.: Нац. Исслед. Ун-т «Высшая школа экономики», 2024. -376.

8.2. Дополнительная литература

1. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью. – М.: ЮРАЙТ, 2023. – <https://www.litres.ru/book/stanislav-mihaylovic/teoriya-i-praktika-svyazey-s-obschestvennostu-3-e-izd-69400924/>

8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. О средствах массовой информации: Федеральный Закон от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 23.11.2024). - URL: <http://www.consultant.ru/popular/smi/> (дата обращения 20.06.2025).
2. О рекламе: Федеральный Закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 26.12.2024 № 108-ФЗ). - URL: http://www.consultant.ru/popular/advert/26_1.html (дата обращения 20.06. 2025).
3. О некоммерческих организациях: Федеральный Закон от 12.01.1996 № 7 (ред. от 12.12.2024). - URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8824/(дата обращения 20.06. 2025)

8.4 Интернет-ресурсы

Обучающимся обеспечен доступ к материалам курса в СДО Академии <http://lms.ranepa.ru>, а так же через сайт научной библиотеки к следующим подписным электронным ресурсам:

Русскоязычные ресурсы

- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Юрайт»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Лань»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «ZNANIUM.COM»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «BOOK.RU»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «IPR SMART»

9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций, оборудованные мультимедийной техникой, позволяющей демонстрировать презентации и просматривать кино и видео материалы.
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами.
3.	Технические средства обучения: персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства Microsoft.