

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
"Ивановский государственный политехнический университет"**

УТВЕРЖДАЮ

Директор института _____

_____ 2026 г.

Реклама и PR

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	ОПГХ (Организации производства и городского хозяйства)		
Учебный план	54.03.03 Искусство костюма и текстиля		
Направленность (профиль)	Дизайн костюма		
Квалификация	бакалавр		
Форма обучения	очная		
Общая трудоемкость	2 ЗЕТ		
Часов по учебному плану	64	Виды контроля в семестрах: зачет, 8 семестр	
в том числе:			
аудиторные занятия	24		
самостоятельная работа	40		

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр	8		Итого	
	УП	РП	УП	РП
Вид занятий				
Лекции	12	12	12	12
Лабораторные	12	12	12	12
Итого ауд.	24	24	24	24
Контактная работа	24	24	24	24
Сам. работа	40	40	40	40
Часы на контроль				
Итого	64	64	64	64

Программу составил(и):

Хрипунов С.Н., доцент, _____

Рецензент(ы):

Опарина Л.А., профессор, _____

Рабочая программа дисциплины

Реклама и PR

Разработана в соответствии с ФГОС ВО

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 54.03.03 Искусство костюма и текстиля. Утвержден приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 13 августа 2020 г. N 1005

составлена на основании учебного плана

54.03.03 Искусство костюма и текстиля

утвержденного ученым советом вуза от 26.03.2026 протокол №6

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

ОПГХ (Организации производства и городского хозяйства)

Зав. кафедрой Опарина Л.А. _____

Согласовано

Зав. выпускающей кафедрой ДКТ им.Н.Г.Мизоновой Сурикова О.В. _____

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цели:	- изучить теоретические аспекты рекламы как элемента маркетинговых коммуникаций, специфику носителей рекламной информации, методологию работы по взаимодействию с целевыми группами и общественностью, особенности применения рекламы и PR в комплексе продвижения, сформировать умения по разработке рекламных программ сопровождения продажи и товарной пропаганды, навыки оценки эффективности рекламных мероприятий.
Задачи:	– усвоение базовых понятий рекламной деятельности, классификации видов рекламы и способов её распространения; – овладение основной терминологией в сфере связей с общественностью; – освоение целей, объектов, субъектов, принципов, средств, сферы применения, процесса, формы, направлений рекламной деятельности и PR; – изучение методов и особенностей применения отдельных инструментов системы продвижения; – приобретение умений по разработке комплексных программ формирования имиджа предприятия с учётом финансовых возможностей, целей и задач фирмы.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:	Б1.В.ДВ.07.02
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
	Обучающемуся, приступающему к изучению дисциплины "Реклама и PR", необходимо знать основные экономические понятия, законы и теории, экономические показатели, статистические методы оценки и прогнозирования; принципы, функции и методы управления, нормативно-правовую базу экономической деятельности; уметь применять основные экономические законы и положения на практике; владеть основными понятиями, определёнными в предшествующих дисциплинах, а также информационными технологиями и нормативно-правовой базой профессиональной деятельности.
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
	Производственная практика (преддипломная), Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

ДПК-1:Способен решать профессиональные задачи с помощью знаний, приобретенных в процессе формирования индивидуальной образовательной траектории	
ДПК-1.1. Проектировать индивидуальные образовательные маршруты для построения профессиональной карьеры и определять стратегию профессионального развития	
В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:	
Знать:	- цели, объекты, субъекты, принципы, средства, сферу применения, правовое регулирование рекламной деятельности и работы по связям с общественностью; функции рекламы и PR, классификацию; методы воздействия на целевые группы, организационные формы управления общественной работой; способы планирования рекламных и PR-кампаний; правовые и этические нормы; оценку эффективности рекламной работы.
Уметь:	- организовать работу по созданию положительного имиджа предприятия с использованием инструментов комплекса продвижения; разрабатывать рекламное обращение и специальные маркетинговые мероприятия; выявлять недостатки рекламных сообщений; применять действующее законодательство в профессиональной деятельности; определять основные показатели эффективности рекламной кампании.
Владеть:	- навыками организации системы продвижения и оценки эффективности коммуникаций; методами и способами обосновывать и внедрять в практическую деятельность выработанные проектные решения; умением разрабатывать рекламные и PR-кампании, проводить торговые презентации.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)			
Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Примечание
Раздел 1. Реклама и PR как элементы маркетинговых коммуникаций Тема 1. Цели и задачи рекламной кампании Тема 2. Основные характеристики рекламы Тема 3. Классификация рекламы			
/Лек/	8	4	
/Лаб/	8	4	
/СР/	8	14	
Раздел 2. Основные цели, задачи общественной работы в современных условиях Тема 1. Характеристика направлений PR деятельности Тема 2. Формирование и защита имиджа предприятия Тема 3.Использование ПР в отношениях с потребителями			
/Лек/	8	4	
/Лаб/	8	4	
/СР/	8	12	
Раздел 3. Организация рекламной деятельности Тема 1. Планирование рекламной работы на предприятии Тема 2. Оценка эффективности рекламных кампаний Тема 3. Законодательство о рекламе, правовое регулирование рекламной деятельности			
/Лек/	8	4	
/Лаб/	8	4	
12 /СР/	8	14	
/За/	8	0	

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
В рамках внутренней системы оценки качества подготовки для текущего контроля и промежуточной аттестации в университете применяется балльно-рейтинговая система оценки знаний обучающихся (очной формы обучения). Учебный процесс при преподавании курса основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Использование традиционных технологий обеспечивает ориентирование обучающегося в потоке информации, связанной с различными подходами к определению сущности, содержания, методов, форм развития и саморазвития личности; самоопределение в выборе оптимального пути и способов личностно-профессионального развития; обогащению обучающихся знаниями, навыками и умениями; систематизацию знаний, полученных обучающимися в процессе аудиторной и самостоятельной работы. 5.1. Традиционные образовательные технологии Традиционные образовательные технологии представлены лекциями и семинарскими (практическими) занятиями, предполагающие передачу информации в готовом виде, формирование учебных умений по типу: информационная лекция, лекция-проблема, лабораторные работы, самостоятельная работа. 5.1.1. Технологии лекционного типа Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов учебного плана. Лекционный курс должен давать наибольший объем информации и обеспечивать более глубокое понимание учебных вопросов при значительно меньшей затрате времени, чем это требуется большинству студентов на самостоятельное изучение материала. 5.1.2. Практикумы В основе лабораторной работы лежит проблемное задание, в рамках которого решаются познавательные задачи и большое внимание уделяется овладению научной терминологией, умению устанавливать связи между различными научными категориями, иллюстрировать теоретические положения самостоятельно подобранными примерами. Одновременно у обучающихся формируются практические навыки сбора данных, их анализа, принятия решений и формулирования выводов. 5.1.3. Самостоятельная работа Средством формирования требуемых компетенций выступает, помимо аудиторной, и самостоятельная работа. Это планируемая работа обучающихся, выполняемая по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. При организации внеаудиторной самостоятельной работы по данной дисциплине используются следующие её формы: - подготовка к проверке текущего контроля знаний включает в себя работу с конспектом лекций; с программным обеспечением; составление плана и тезисов ответа; - подготовка к лабораторным занятиям, включает в себя работу с конспектом лекций; со справочной литературой; с программным обеспечением; подготовка ответов на вопросы к собеседованию; - подготовка к зачёту включает в себя работу над учебным материалом; с конспектом лекций; со справочной литературой; с программным обеспечением. Наиболее важным моментом самостоятельной работы является подготовка к промежуточной аттестации – зачёту. При подготовке к промежуточной аттестации целесообразно: 1) внимательно изучить перечень вопросов и определить, в каких источниках находятся сведения, необходимые для ответа на них;

- 2) внимательно прочитать рекомендованную литературу;
- 3) составить краткие конспекты ответов (планы ответов).

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

С целью эффективности усвоения учебного материала проводится постоянный и систематический контроль знаний студентов:

Текущий: устный опрос по темам практических работ, решение задач, доклад, контрольная работа;

Промежуточный: контрольное тестирование, зачёт.

Текущий рейтинг-контроль разбивается на два этапа. Рейтинг образуется сложением рейтинговых баллов, получаемых в семестре за устный опрос, за прилежание по оформлению практических работ, за посещение аудиторных занятий. Для получения допуска к зачёту по дисциплине студент должен набрать в семестре не менее 25 баллов. Условием сдачи зачета является набранная студентом минимальная сумма 26 баллов, при общей сумме не менее 51 балл из 100.

Примерные темы рефератов (докладов, эссе):

Темы рефератов:

1. Основные направления PR.
2. Формирование и защита имиджа предприятия.
3. Спонсорство.
4. Лоббирование.
5. Товарная пропаганда.
6. Взаимодействие организации со СМИ.
7. Формы подачи информационных материалов.
8. Использование PR в отношениях с потребителями.
9. Виды рекламы.
10. Медиапланирование.

Примеры оценочных средств для текущего контроля

В качестве таких оценочных средств могут использоваться тесты с закрытыми вопросами и открытыми вопросами. Тесты I типа предназначены для выявления базисных знаний, необходимых для решения профессиональных проблем, а тесты II типа - для определения сформированности компетенции.

1. К «закрытой» общественности относятся:

- а) сотрудники фирмы, объединённые корпоративной ответственностью;
- б) группа потребителей товаров и услуг;
- в) аудитория СМИ;
- г) участники политических партий и общественных движений;
- д) нет правильного ответа.

2. Форма «Product - placement», при которой определённая марка товара согласуется с темой программы или фильма (продукт находится в центре содержания фильма):

- а) родовой плейсмент;
- б) имиджевый плейсмент;
- в) инновационный плейсмент;
- г) общепринятый плейсмент;
- д) бычный плейсмент.

3. Контактная аудитория представляет...

- а) потребителей товаров и услуг;
- б) любую группу лиц, проявляющую интерес к фирме;
- в) существующих и потенциальных партнёров фирмы;
- г) сообщество партнёров по выпуску данной продукции.

Пример проектного задания: Разработайте информационный повод, который был бы интересен СМИ о реальной компании (ориентируемся на аудиторию b2c). Подготовьте материал для публикации в печатных СМИ. Составьте сценарий выступления руководителя компании на радио. Подготовьте пресс-релиз для ТВ. Смоделируйте пресс конференцию для общественности города. Спланируйте бюджет, необходимый для этих мероприятий.

Примерные вопросы к зачёту:

1. Понятие рекламы.
2. Виды рекламы.
3. Особенности рекламных инструментов.
4. Преимущества и недостатки отдельных рекламных средств.
5. Рекламная кампания, её цель и задачи.
6. Обозначьте схему построения плана рекламной кампании.
7. Участники рекламной деятельности.
8. Службы рекламы на предприятии.
9. Структура рекламного агентства.
10. Медиаплан.
11. Рекламный бриф.
12. Основные показатели медиапланирования.
13. Что входит в анализ рекламной кампании?
14. Планирование рекламных мероприятий.
15. Бюджет рекламы.
16. Особенности разработки медиа – плана рекламной кампании.
17. Эффективность рекламы.
18. Показатели экономической эффективности рекламы.
19. Психологическая эффективность.
20. Закон о рекламе.
21. Функции и мероприятия PR.
22. Задачи PR. Понятие «общественность».
23. Направления PR- деятельности. Процесс PR работы.

24. Формирование и защита имиджа предприятия.
25. Основные характеристики бренда.
26. Классификация брендов.
27. Особенности брендинга в России.
28. Этапы работы фирмы на ярмарке (выставке). Обязанности директора экспозиции.
29. Бюджет (смета расходов) участия в ярмарочно-выставочной деятельности.
30. Объекты и направления спонсоринга.
31. Задачи маркетинговых коммуникаций при спонсорстве.
32. Виды спонсоринга.
33. Товарная пропаганда.
34. Лоббирование.
35. Product Placment.

ФОС по дисциплине представлен в ПРИЛОЖЕНИИ к РГД.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Рекомендуемая литература

7.1.1 Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие, назначение, ссылка	Издательство, год
Л1.1	Антипов К.В.	Основы рекламы : учебник — 3-е изд.- 328 с., ,	Москва : Дашков и К, 2017,
Л1.2	Колущинская О.Ю. , Катунина Н.В. , Веретено А.А. [и др.]	Управление рекламной деятельностью организации: учебно-методическое пособие , ,	Издательство Лань: электроннобиблиотечная система, 2019,
Л1.3	Башкарев А.А.	Основы PR: учебное пособие, ,	Санкт-Петербург: СПбГПУ, 2017,
Л1.4	Жильцова О.Н., Синяева И.М., Жильцов Д.А.	Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры, ,	М: Издательство Юрайт, 2019,

7.1.2 Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие, назначение, ссылка	Издательство, год
Л2.1	Кузнецов П.А.	Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии, ,	М: Дашков и К, 2017,
Л2.2	Назайкин А.Н.	Основы медиапланирования: учебное пособие, ,	Москва: МГУ имени М.В.Ломоносова, 2015.,
Л2.3	Цветкова Г.С.	Рекламный менеджмент: учебное пособие, ,	Йошкар-Ола: ПГТУ, 2018,

7.1.3 Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие, назначение, ссылка	Издательство, год
Л3.1	Хрипунов С.Н.	Реклама и PR: методические указания по подготовке к практическим занятиям и семинарам, ,	Иваново: ФГБОУ ВО "ИВГПУ", 2021,
Л3.2	Хрипунов С.Н.	Реклама и связи с общественностью: методические указания для самостоятельной работы обучающихся, ,	Иваново: ФГБОУ ВО "ИВГПУ", 2021,

7.2. Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы

E-learning Портал электронного образования ИВГПУ: <https://moodle.ivgpu.ru/>

7.3. Информационное обеспечение дисциплины

7.3.1 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

	1. Лицензионное программное обеспечение вуза: Microsoft Windows XP Professional, Сертификат участника программы MSDN academicalliance, Microsoft Office Professional Plus 2007, Лицензионное соглашение, № лиц. 64873126, CorelDRAWGraphicsSuitex 4, Сертификат лицензии, № лиц. 3072296. 2. Свободно распространяемое: программный пакет Moodle. 3. Прикладное программное обеспечение: Google Chrome, Opera, Mozilla Firefox и др.
--	--

7.3.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

7.3.2.1	ЭБС "Университетская Библиотека Онлайн", https://biblioclub.ru
7.3.2.2	Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам", http://window.edu.ru/window/catalog
7.3.2.3	Справочная правовая система КонсультантПлюс, http://www.consultant.ru/
7.3.2.4	Рекламные технологии, http://www.rectech.ru/
7.3.2.5	Портал о рекламе и маркетинге, http://www.sostav.ru
7.3.2.6	Информационные материалы о бизнесе и для бизнеса, http://www.rbc.ru
7.3.2.7	Электронная библиотека ИВГПУ, https://lib.ivgpu.ru/
7.3.2.8	ЭБС издательства "Лань", https://e.lanbook.com/

8. МТО (ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ)

Учебная аудитория – помещение для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата. Это методический кабинет с комплектом учебной и специальной литературы, доской, экраном, проектором и ноутбуком по заявке преподавателя. Имеется выход в информационно-образовательную среду университета и удалённый доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам. В кабинете также имеется необходимая литература (учебники, методические пособия, периодические издания). В процессе обучения широко используются возможности электронной библиотеки университета.

Читальный зал – помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета. Читальный зал ИВГПУ имеет подборку специализированной литературы.

Мультимедийное оборудование (компьютер или ноутбук, проектор или видеомонитор, устройства воспроизведения с внешних носителей, интерактивная доска).

Аудио-, видео-, мультимедийные материалы.

Нормативная и техническая документация (в т.ч. в электронной форме).

Образцы товаров, наглядные пособия.

Методическое обеспечение дисциплины(в т.ч. в электронной форме).

Информационное обеспечение дисциплины(в т.ч. в электронной форме).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "интернет" и обеспечением доступа в ЭИОС Университета.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Лекции являются одним из важнейших этапов изучения дисциплины и систематизации знаний у обучающихся. Их необходимо использовать при подготовке к зачёту, практическим занятиям.

Практические занятия требуют предварительного знакомства с теоретическим (лекционным) материалом, а также самостоятельного изучения отдельных вопросов по заданным темам. После завершения занятия необходимо проверить правильность выполнения работы у преподавателя, отчитаться по данной теме.

Самостоятельная работа обучающихся проводится по указанным преподавателям темам и рекомендуемой литературе.

Подготовка к лекционному занятию включает выполнение всех видов заданий, рекомендованных к каждой лекции, т.е. задания выполняются ещё до лекционного занятия по соответствующей теме.

В ходе лекционных занятий необходимо вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчёркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Необходимо задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций. Целесообразно дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой.

Самостоятельная работа обучающегося является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Самостоятельная работа обучающегося над усвоением учебного материала по учебной дисциплине может выполняться в библиотеке университета, учебных кабинетах, а также в домашних условиях. Содержание самостоятельной работы обучающегося определяется рабочей программой дисциплины, методическими материалами, заданиями и указаниями преподавателя. Можно дополнить список использованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы и использовать их в дальнейшем обучении.

Самостоятельная работа может осуществляться в аудиторной и внеаудиторной формах. Самостоятельная работа в аудиторное время может включать:

- конспектирование (составление тезисов) лекций;
- выполнение тестовых заданий;
- выступления с докладами, сообщениями;
- участие в оперативном (текущем) опросе по отдельным темам изучаемой дисциплины;
- оценку уровня усвоения материала в виде интерактивной технологии получения обратной связи;
- участие в беседах, дискуссиях.

Самостоятельная работа во внеаудиторное время может состоять из:

- повторения лекционного материала;
- подготовки к практическим занятиям;
- изучения учебной и научной литературы;
- изучения нормативных правовых актов (в т.ч. в электронных базах данных);
- подготовки к тестированию;
- выполнение проблемных заданий;
- подготовки рефератов;
- подготовка к зачёту по дисциплине.

Наиболее важным моментом самостоятельной работы является подготовка к промежуточной аттестации. При подготовке к промежуточной аттестации целесообразно:

- внимательно изучить перечень вопросов и определить, в каких источниках находятся сведения, необходимые для ответа на них;
- внимательно прочитать рекомендованную литературу;
- составить краткие конспекты ответов (планы ответов).

10. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ООП ВО ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

Преподавание дисциплины должно учитывать особенности познавательной деятельности и личностной особенности обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и инвалидов (по возможности на лекциях, семинарах, лабораторных работах и т.д.). Учет особенностей обучающихся с инвалидностью в полной мере проявляется на предусмотренных для таких обучающихся индивидуальных консультациях по дисциплине.

Необходимо во время преподавания в общей группе учитывать реальные возможности лиц с ОВЗ и инвалидов. Коррекция методики преподавания для данной группы лиц возможна на индивидуальных занятиях. Преподаватель должен учитывать физиологические особенности обучаемого и разработать рекомендации и приемы выполнения поставленной задачи индивидуально. Возможен подбор индивидуального задания с коррекцией уровня сложности выполняемого задания.

Специальные условия для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья условия обучения, воспитания и развития таких обучающихся, включающие в себя использование специальных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания организаций, осуществляющих образовательную деятельность, и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии должны предусматривать возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Необходимо учитывать тот факт, что обучающиеся не всегда имеют физическую возможность посещать занятия. Поэтому целесообразно разрабатывать дистанционную информационную поддержку процесса обучения. Таким средством могут являться обучающие компьютерные фильмы по данной дисциплине, презентации, которые обучающийся может просматривать дома в комфортной среде и без лимита времени.

Обучающиеся из числа лиц с ОВЗ и инвалидов обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

При проведении занятий в компьютерных лабораториях целесообразно использовать проектор для наиболее удобного размещения обучающегося с ОВЗ при изложении материала занятия.