



Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ ВОСТОЧНО-ЕВРОПЕЙСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
Пушкинская ул., д. 268, 426008, г. Ижевск. Тел.: (3412) 77-68-24. E-mail: mveu@mveu.ru, www.mveu.ru
ИНН 1831200089. ОГРН 1201800020641

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

**по организации и методическому сопровождению
самостоятельной работы студентов**

при изучении учебной дисциплины

ОП.08 Стратегия и тактика рекламных и пиар-компаний

по специальности

42.02.01 Реклама

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ПО ПЛАНИРОВАНИЮ И ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

1.1. Методические рекомендации по организации и методическому сопровождению самостоятельной работы обучающихся разработаны согласно Федеральному закону Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации"; Федеральному государственному образовательному стандарту среднего профессионального образования (по специальности); Приказу Минпросвещения России от 24.08.2022 N 762 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования", Положения об организации самостоятельной работы студентов, Методических рекомендаций по организации и методическому сопровождению самостоятельной работы студентов СПО.

1.2. Обоснование расчета времени, затрачиваемого на выполнение внеаудиторной самостоятельной работы обучающимися:

Преподаватель эмпирически определяет затраты времени на самостоятельное выполнение конкретного содержания учебного задания: на основании наблюдений за выполнением обучающимися аудиторной работы, опроса обучающихся о затратах времени на то или иное задание, хронометража собственных затрат на решение той или иной задачи из расчета уровня знаний и умений студентов. По совокупности затрачиваемых усилий и в зависимости от трудоемкости выполняемых заданий, определяется количество часов на выполнение каждого задания по самостоятельной работе. По совокупности заданий определяется объем времени на внеаудиторную самостоятельную работу по каждой теме и в целом по учебной дисциплине.

2. ВИДЫ И ФОРМЫ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ.

2.1. Учебной дисциплиной ОП.08 Стратегия и тактика рекламных и пиар-компаний предусмотрен следующий объем самостоятельной работы обучающихся:

Вид самостоятельной работы студентов	Объем часов (очно)
Внеаудиторная самостоятельная работа	32

2.2. Формы самостоятельной работы, виды заданий по учебным темам:

Самостоятельная работа № 1. Кампания по связям с общественностью и рекламная кампания: определение понятия, кол-во час.4

Работа с основной и дополнительной литературой, Интернет – ресурсами:

Задание 1. Подготовка сообщений

1. Виды рекламных и PR-кампаний.

2. Классификация рекламных и PR-кампаний.
3. Основные причины, создающие потребность в рекламных и PR-кампаниях.
4. Бизнес-реклама и PR, политконсалтинг.

Форма контроля: тексты сообщений.

Самостоятельная работа № 2. Организационные и материально-технические основы проведения кампаний, кол-во час.4

Работа с основной и дополнительной литературой, Интернет – ресурсами:

Задание 1. Подготовка сообщений:

1. Формы организации работы в деятельности по связям с общественностью и рекламе.
2. Рекламное агентство.
3. Агентство по связям с общественностью.
4. Крупнейшие российские агентства (студент готовит характеристику 1-2 крупнейших агентств на выбор).
5. Преимущества и недостатки агентств.
6. Материально – техническая оснащенность отделов

Форма контроля: выступления.

Самостоятельная работа № 3. Общее и особенное в проведение рекламных и PR-кампаний: сравнительный анализ, кол-во час.4

Работа с основной и дополнительной литературой, Интернет – ресурсами:

Задание 1. Подготовка сообщения

Отличие между рекламной и PR- кампанией.

Задачи и цели рекламы.

Сходство рекламной и PR –кампании.

Задание 2. Проведение сравнительного анализа предложенных рекламных и PR-кампаний

Форма контроля: сообщение, работа в тетради

Самостоятельная работа № 4. Подготовительный этап кампании, кол-во час.4

Работа с основной и дополнительной литературой, Интернет – ресурсами:

Задание 1. Подготовка сообщений:

Основные этапы разработки и реализации рекламных и PR-кампаний.

Определение основных целей и задач.

Понятие информационного маркетинга и коммуникационного аудита.

Правила составления медиакарты и медиаплана.

Виды данных и показатели, используемые в медиапланировании.

Требования, предъявляемые к медиаплану и способы его оптимизации

Задание 2. Составление медиакарты и медиаплана

Форма контроля: тексты сообщений, разработанная медиакарта и медиаплан.

Самостоятельная работа № 5. Этап планирования, кол-во час.4

Работа с основной и дополнительной литературой, Интернет – ресурсами:

Задание 1. Подготовка сообщений:

1. Дать определение терминов «целевые аудитории» и «целевые СМИ».
2. Принципы подбора СМИ.
3. Правила подбора СМИ.

Задание 2. Разработка анкет по определению целевой аудитории

Форма контроля: защита сообщения, представление анкеты.

Самостоятельная работа № 6. Проблема составления бюджета, кол-во час.4

Работа с основной и дополнительной литературой, Интернет – ресурсами:

Задание 1. Подготовка сообщений:

1. Проблема финансового планирования кампаний.
2. Методы определения оплаты труда.
3. Принципы составления бюджета кампаний.
4. Методы медиапланирования.

Задание 2. Составление бюджета кампании

Форма контроля: защита сообщения, представление бюджета кампании.

Самостоятельная работа № 7. Заключительный этап: оценка эффективности и составление отчета, кол-во час.4

Работа с основной и дополнительной литературой, Интернет – ресурсами:

Задание 1. Подготовка сообщения

1. Мониторинг и пресс-досье.
2. Контент-анализ материалов СМИ.
3. Социологические опросы. Правила построения анкет.
4. Маркетинговые исследования.

Задание 2. Проведение анализ газетных заголовков на предмет выявления и формулировки информационного повода.

Форма контроля: сообщение, работа в тетради.

Самостоятельная работа № 8. Реализация кампаний: проблемы организации специальных событий и коммуникации, кол-во час.4

Работа с основной и дополнительной литературой, Интернет – ресурсами:

Задание 1. Подготовка сообщения

1. Общая характеристика этапа.
2. Организация специальных событий.
3. Организация и проведение выставок.

4. Организация и проведение мероприятий для журналистов: пресс-конференция, брифинг, пресс-роуд.
5. Организация и проведение мероприятий для сотрудников компании.
6. Выбор рекламных носителей. Реализация рекламной кампании.

Задание 2. Составление плана и сценария мероприятия

Форма контроля: защита сообщения, план и сценарий мероприятия

3. ОРГАНИЗАЦИЯ КОНТРОЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Результаты самостоятельной работы

Оценки за выполнение заданий могут выставляться по пятибалльной системе или в форме зачета и учитываться как показатели текущей успеваемости обучающихся.

Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений		Критерии оценки результата
балл (оценка)	вербальный аналог	
5	отлично	Представленные работы высокого качества, уровень выполнения отвечает всем требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, выполнены все предусмотренные программой обучения задания.
4	хорошо	Уровень выполнения работы отвечает всем требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения задания выполнены, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.
3	удовлетворительно	Уровень выполнения работы отвечает большинству основных требований, теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения заданий выполнено, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.
2	не удовлетворительно	Теоретическое содержание курса освоено частично, необходимые практические навыки работы не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения заданий не выполнено.

4. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБУЧЕНИЯ.

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

№ п/п	Наименование учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы
I	Основные источники
1.	Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/511938
II	Дополнительные источники
1	Герасимов, Б. И. Виды и средства распространения рекламы : учебное пособие / Б.И. Герасимов, Н.В. Молоткова, М.А. Блюм. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2022. — 128 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-611-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1843719
2	Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/511792
III	Периодические издания
1.	«Реклама. Теория и практика»// http://grebennikon.ru/journal-8.html