

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ястребов Олег Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 15.05.2025 12:34:47

Уникальный программный ключ:

sa953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования**

**«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

**Институт мировой экономики и бизнеса**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛОВ РЕКЛАМЫ**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

### **42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

### **РЕКЛАМА**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2025 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Организация работы отделов рекламы» входит в программу бакалавриата «Реклама» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 5 семестре 3 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 3 разделов и 9 тем и направлена на изучение опыта взаимодействия рекламного агентства и клиента.

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов практических навыков планирования, проведения и анализа результатов рекламных (коммуникационных) кампаний как в роли клиента, так и в роли агентства.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Организация работы отделов рекламы» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

| Шифр | Компетенция                                                                                                                                              | Индикаторы достижения компетенции<br>(в рамках данной дисциплины)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| УК-3 | Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде                                                                      | УК-3.1 Определяет свою роль в роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;<br>УК-3.2 Формулирует и учитывает в своей деятельности особенности поведения групп людей, выделенных в зависимости от поставленной цели;<br>УК-3.3 Анализирует возможные последствия личных действий и планирует свои действия для достижения заданного результата;<br>УК-3.4 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды;<br>УК-3.5 Аргументирует свою точку зрения относительно использования идей других членов команды для достижения поставленной цели;<br>УК-3.6 Участвует в командной работе по выполнению поручений; |
| ПК-1 | Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий                                                                      | ПК-1.1 Знает функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;<br>ПК-1.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;<br>ПК-1.3 Владеет навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций;                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| ПК-2 | Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта                                 | ПК-2.1 Знает основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта;<br>ПК-2.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;<br>ПК-2.3 Владеет навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами;                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| ПК-4 | Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, | ПК-4.1 Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; особенности документооборота по ее сопровождению; результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; особенности, методы и технологии обеспечения информационной и                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

| Шифр | Компетенция                                                                     | Индикаторы достижения компетенции<br>(в рамках данной дисциплины)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------|---------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      | использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании | коммуникационной поддержки проекта; тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.;<br>ПК-4.2 Умеет реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; анализировать поведение участников на различных этапах осуществления коммуникационного проекта; обеспечивать информационную и коммуникационную поддержку участников проекта и партнеров; вести документооборот проекта; осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;<br>ПК-4.3 Владеет методами выбора типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; методами использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; методами подготовки и анализа основных документов по проекту; методами информационного и коммуникационного обеспечения проекта; методами тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.; |

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Организация работы отделов рекламы» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Организация работы отделов рекламы».

*Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины*

| Шифр | Наименование компетенции                                                            | Предшествующие дисциплины/модули, практики*                                                                                                                                                   | Последующие дисциплины/модули, практики*                                                                                                                                        |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| УК-3 | Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | Основы менеджмента;<br>Основы теории коммуникации;<br>Социология;<br>Основы интегрированных коммуникаций в рекламе;<br>Основы связей с общественностью;                                       | Преддипломная практика;                                                                                                                                                         |
| ПК-1 | Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий | Производственная (ознакомительная) практика;<br>Введение в специальность;<br>История рекламы и связей с общественностью;<br>Основы менеджмента;<br>Компьютерные технологии в дизайне рекламы; | Преддипломная практика;<br>Производственная (проектная) практика;<br>Технологии производства в рекламе и связях с общественностью;<br>Информационные технологии в рекламе и PR; |

| Шифр | Наименование компетенции                                                                                                 | Предшествующие дисциплины/модули, практики*                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Последующие дисциплины/модули, практики*                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      |                                                                                                                          | <p>Основы интегрированных коммуникаций в рекламе;<br/> Основы связей с общественностью;<br/> <i>PR в современном мире**;</i><br/> <i>Нестандартные рекламные и PR-технологии**;</i><br/> <i>Разработка рекламной идеи**;</i><br/> <i>Реклама в современном мире**;</i><br/> <i>Креативные коммуникации**;</i><br/> <i>Современные технологии презентации**;</i><br/> <i>Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности**;</i><br/> <i>Актуальные аспекты PR-деятельности**;</i><br/> <i>Основы разработки PR-проектов**;</i><br/> <i>Введение в журналистику**;</i><br/> <i>Креатив в дизайне**;</i><br/> <i>Практические аспекты в рекламе**;</i></p> | <p>Теория и практика массовой информации;<br/> Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;<br/> Основы брендинга;<br/> VTL-технологии продвижения;<br/> Креатив в рекламе;<br/> Поведение потребителей;<br/> Теория и практика продаж в рекламе;<br/> <i>Копирайтинг в рекламе**;</i><br/> <i>Копирайтинг в PR**;</i><br/> <i>Копирайтинг в цифровых медиа**;</i><br/> <i>Тренды в медиапотреблении**;</i><br/> <i>Теория и практика PR-кампаний**;</i><br/> <i>Out-of-home реклама**;</i><br/> <i>Управление коммуникационными проектами**;</i><br/> <i>Разработка Digital-проекта**;</i><br/> <i>Теория и практика рекламных кампаний**;</i><br/> <i>Менеджмент рекламного агентства**;</i><br/> Медиапланирование;<br/> <i>Управление кризисами**;</i><br/> <i>Контент-маркетинг**;</i><br/> Анализ данных и искусственный интеллект**;<br/> <i>Мобильный маркетинг**;</i></p> |
| ПК-2 | Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта | <p>Основы маркетинга;<br/> Компьютерные технологии в дизайне рекламы;<br/> Основы интегрированных коммуникаций в рекламе;<br/> Основы связей с общественностью;<br/> Производственная (ознакомительная) практика;</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <p><i>Копирайтинг в цифровых медиа**;</i><br/> Marketing Communications Trends;<br/> <i>Коммуникационный дизайн**;</i><br/> <i>Социальный брендинг**;</i><br/> Медиапланирование;<br/> <i>Медиаэкономика**;</i><br/> <i>Интерактивность в маркетинговых коммуникациях**;</i><br/> <i>Методы коммуникационных исследований**;</i><br/> <i>Performance-маркетинг**;</i><br/> <i>International Marketing Communications**;</i><br/> Технологии производства в рекламе и связях с общественностью;<br/> Информационные</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

| Шифр | Наименование компетенции                                                                                                                                                                                                                 | Предшествующие дисциплины/модули, практики*                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Последующие дисциплины/модули, практики*                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      |                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | технологии в рекламе и PR;<br>Маркетинговые исследования;<br>Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;<br>Основы брендинга;<br>VTL-технологии продвижения;<br>Креатив в рекламе;<br>Поведение потребителей;<br>Теория и практика продаж в рекламе;<br><i>Современные стратегии и тактики продвижения**;</i><br><i>Копирайтинг в рекламе**;</i><br><i>Копирайтинг в PR**;</i><br><i>Эффективность коммуникационных кампаний**;</i><br><i>Innovation Marketing**;</i><br><i>HR-службы в системе маркетинговых коммуникаций**;</i><br><i>Технологии геймификации в системе продвижения товаров и услуг**;</i><br>Производственная (проектная) практика;<br>Преддипломная практика; |
| ПК-4 | Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании | Производственная (ознакомительная) практика;<br>Учебная практика;<br>Основы дизайна;<br>Основы менеджмента;<br>Основы маркетинга;<br>Социология;<br>Компьютерные технологии в дизайне рекламы;<br>Основы интегрированных коммуникаций в рекламе;<br>Основы связей с общественностью;<br><i>Практика мультимедийного контента**;</i><br><i>Продакт плейсмент**;</i><br><i>Знаковые системы в дизайне**;</i><br><i>Индустрия маркетинговых услуг**;</i><br><i>Практика социальной рекламы**;</i><br><i>Практика цифровых коммуникаций**;</i><br><i>Методы воздействия в массовых коммуникациях**;</i><br><i>Литературное редактирование медиатекстов**;</i><br><i>История кинематографа**;</i><br><i>Развитие креативного</i> | <i>Производственная (проектная) практика;</i><br><i>Преддипломная практика;</i><br><i>Технологии производства в рекламе и связях с общественностью;</i><br><i>Информационные технологии в рекламе и PR;</i><br><i>Теория и практика массовой информации;</i><br><i>Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;</i><br><i>Основы брендинга;</i><br><i>VTL-технологии продвижения;</i><br><i>Креатив в рекламе;</i><br><i>Поведение потребителей;</i><br><i>Теория и практика продаж в рекламе;</i><br><i>Медиапланирование;</i>                                                                                                                                                    |

| Шифр | Наименование компетенции | Предшествующие дисциплины/модули, практики*                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Последующие дисциплины/модули, практики* |
|------|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|
|      |                          | <p>мышления**;</p> <p>Имидж территорий**;</p> <p>Бизнес-этикет**;</p> <p>Практика медиакоммуникаций**;</p> <p>Разработка коммуникационного проекта**;</p> <p>Технологии создания рекламного образа**;</p> <p>Введение в коучинг**;</p> <p>Основы работы с общественным мнением**;</p> <p>Введение в психологию коммуникаций**;</p> <p>Тренды медиадизайна**;</p> <p>Стереотипы и архетипы в коммуникациях**;</p> <p>Введение в политические коммуникации**;</p> <p>PR: бизнес-стратегии и бизнес-процессы**;</p> <p>Сторителлинг**;</p> <p>Современная инфографика**;</p> |                                          |

\* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

\*\* - элективные дисциплины /практики

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Организация работы отделов рекламы» составляет «4» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

| Вид учебной работы                        | ВСЕГО, ак.ч.   |            | Семестр(-ы) |
|-------------------------------------------|----------------|------------|-------------|
|                                           |                |            | 5           |
| Контактная работа, ак.ч.                  | 34             |            | 34          |
| Лекции (ЛК)                               | 17             |            | 17          |
| Лабораторные работы (ЛР)                  | 0              |            | 0           |
| Практические/семинарские занятия (СЗ)     | 17             |            | 17          |
| Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч. | 92             |            | 92          |
| Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч. | 18             |            | 18          |
| <b>Общая трудоемкость дисциплины</b>      | <b>ак.ч.</b>   | <b>144</b> | <b>144</b>  |
|                                           | <b>зач.ед.</b> | <b>4</b>   | <b>4</b>    |

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

| Номер раздела | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела (темы) |                                                                                                                                     | Вид учебной работы* |
|---------------|---------------------------------|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
| Раздел 1      | Функциональная структура        | 1.1                       | Структура рекламного агентства. Схема рекламной кампании. Виды агентства. Бриф.                                                     | ЛК, СЗ              |
|               |                                 | 1.2                       | Объём, структура и динамика российского рынка рекламы. Мировой рекламный рынок. Рейтинги российских медиа агентств и рекламодателей | ЛК, СЗ              |
| Раздел 2      | Основные направления            | 2.1                       | ООН (наружная реклама)                                                                                                              | ЛК, СЗ              |
|               |                                 | 2.2                       | BTL                                                                                                                                 | ЛК, СЗ              |
|               |                                 | 2.3                       | TB                                                                                                                                  | ЛК, СЗ              |
|               |                                 | 2.4                       | Креатив                                                                                                                             | ЛК, СЗ              |
|               |                                 | 2.5                       | Digital                                                                                                                             | ЛК, СЗ              |
| Раздел 3      | Актуальные особенности          | 3.1                       | Финансы                                                                                                                             | ЛК, СЗ              |
|               |                                 | 3.2                       | АКАР                                                                                                                                | ЛК, СЗ              |

\* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

| Тип аудитории              | Оснащение аудитории                                                                                                                                                                                                                           | Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости) |
|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Лекционная                 | Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.                                                                       |                                                                                                                  |
| Семинарская                | Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций. |                                                                                                                  |
| Для самостоятельной работы | Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.                                  |                                                                                                                  |

\* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

*Основная литература:*

1. Траут Джек, Райс Эл. Маркетинговые войны. пер. с англ [Электронный ресурс]. - Санкт-Петербург : Питер, 2019. 288 с. ISBN 978-5-4461-1347-7 URL: [https://mega.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Link\\_FindDoc&id=484028&idb=0](https://mega.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Link_FindDoc&id=484028&idb=0)

2. Траут Джек, Райс Эл. Позиционирование: битва за умы. пер. с англ. : Новое изд [Электронный ресурс]. - СПб. : Питер, 2018. 313 с. ISBN 978-5-469-02960-5 URL: [https://mega.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Link\\_FindDoc&id=462930&idb=0](https://mega.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Link_FindDoc&id=462930&idb=0)

*Дополнительная литература:*

1. Алешина, И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров/ И.В. Алешина. - М.: ИКФ "ЭКМОС", 2004. ¶

2. Архангельский Г. Корпоративный тайм-менеджмент. Энциклопедия решений. - М., 2009

3. Борисов, Б.Л. Технологии рекламы и PR: Учеб. пособие/ Б.Л. Борисов. - М.: ФАИР-ПРЕСС, 2001

4. Горкина М.Б. Пять шагов от менеджера до PR-директора.- М., 2007

5. Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR. - СПб., 2007

6. Даулинг Г. Репутация фирмы. Создание, управление и оценка эффективности. М., 2003

7. Игнатьев, Д., Бекетов, А. и др. Настольная энциклопедия PUBLIC RELATIONS. - М.: Альпина Паблишер, 2002.

8. Катлип С., Сентер А. Х, Брум Г.М. Паблик рилейшнз. Теория и практика.-М., 2008.

9. Кирсанов, М. В., Аксенов, Ю. М. Курс делопроизводства: учебное пособие. - М., 2003. ¶

10. Кочеткова А.В., Тарасов А.С. Современная пресс-служба.- М., 2009

11. Курицкий, Б. Я. Организация делопроизводства и управления в офисе. - СПб., 1997. ¶

12. Музалевский М. PR-проект: от проблемы к результату

13. Паблик рилейшнз для профессионалов/ Г.Г. Почепцов. - 2-е изд., испр.. - М., 2001. ¶

14. Почепцов, Г. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. - М.: Рефл-бук, 2001.

15. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации/ Г.Г. Почепцов. - М., 2001. ¶

16. Реклама и связи с общественностью. Ученое пособие. СПб., 2004. ¶

17. Рекламный менеджмент: опыт и практика.- М., 2003 ¶

18. Репьев А.Л. Мудрый рекламодатель. — М.: ЭКСМО, 2005. ¶

19. Синяев, В. Стратегии PR в системе антикризисного управления организации / В.Синяев // Маркетинг.-2003.-№2.-С.86-93 ¶

20. Стровский Д.Д. Паблик рилейшнз в конфликтных и экстремальных ситуациях. Учебное пособие. - Екатеринбург, 1996

21. Сэм Блэк. PR: Международная практика. Издательский Дом «Довгань». Ассоциация по связям с общественностью. Москва. 1997. ¶

22. Тихомирова, Е.Б. Лоббизм как специфическая форма коммуникаций с общественностью / Е.Б.Тихомирова // Вестн. Моск. ун-та. Сер.18. Социология и политология.-2002.-№3.-С.113-127. ¶

23. Федотова Л.Н. Реклама в опросах общественного мнения. - М.: ВЦИОМ, 1994. ¶

24. Хмылев В.Л. Организация работы отдела по связям с общественностью :учебное пособие.- Томск, 2007 ¶

25. Чумиков, А.Н. PR-кампания в Интернете: [Глава из книги] / А.Чумиков, М.Бочаров // Советник.-2002.-№11.-С46-48; 2003.-№3.-С.50-53. ¶

26. Шепель В.М. Имиджелогия: секреты личного обаяния. - Культура и спорт, 1994. ¶

27. Шпигель Джил. Флирт - путь к успеху: Пер. с англ. - СПб.: Питер-пресс, 1995. ¶

28. Энтони Джей. Эффективная презентация: Пер. с англ. - Минск, 1996.  
*Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля\*:*

1. Курс лекций по дисциплине «Организация работы отделов рекламы».

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

**РАЗРАБОТЧИК:**

Преподаватель

*Должность, БУП*

*Подпись*

Туманян Армен  
Георгиевич

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

*Должность БУП*

*Подпись*

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

Заведующий кафедрой

*Должность, БУП*

*Подпись*

Трубникова Нина  
Вадимовна

*Фамилия И.О.*