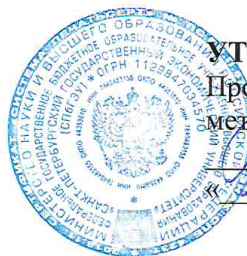


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и
методической работе

/Шубаева В.Г./
«28» августа 2020 г.

**УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИОННЫМ
ПРЕДПРИЯТИЕМ/ОТДЕЛОМ**

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) программы	Стратегические коммуникации в бизнесе
Уровень образования	высшего магистратура
Форма обучения	очная

Составители:

_____ / к.филол.н. Чибисова Е.А.
_____ / Медведников С.А.
_____ / Ненахов М.В.

Санкт-Петербург
2020

СОДЕРЖАНИЕ

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	3
1. ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ	5
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	5
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	5
4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ	7
5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ	8
6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА	9
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ	10
7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины	10
7.2. Организация самостоятельной работы	10
8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	11
9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	12
9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	12
9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса	13
10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	14
11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	14

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины	Управление коммуникационным предприятием / отделом
Цель дисциплины	Цель дисциплины: формирование у обучающихся системного представления об управлении коммуникационным предприятием, включающего в себя знакомство как с теоретическими основами менеджмента, так и с практическими аспектами организации коммуникационного агентства и коммуникационного департамента коммерческой организации.
Планируемые результаты обучения	<p>УК-3.1 Знать: требования к современному коммуникационному агентству в области профессионализма сотрудников. Уметь: проявлять лидерские качества в коллективной проектной работе. Владеть: навыками управления коммуникационными проектами.</p> <p>УК-3.2 Знать: специфику различных каналов во внутриорганизационной коммуникации с целью повышения индивидуальной и коллективной мотивации для реализации корпоративных задач. Уметь: выстраивать эффективные коммуникации с руководством, отдельными сотрудниками и коллективом в целом. Владеть: навыками лидерства, постоянного развития и мотивации сотрудников для достижения поставленных перед коммуникационным предприятием/отделом целей.</p> <p>УК-6.1 Знать: принципы управления персоналом, планирования работы коммуникационного предприятия / отдела. Уметь: определять перспективные цели деятельности коммуникационного предприятия / отдела с учетом материальных, временных, карьерных возможностей в отношении себя и нижестоящих сотрудников. Владеть: навыками оценки условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста и требований рынка труда в отношении себя и нижестоящих сотрудников</p> <p>УК-6.2 Знать: требования современного рынка труда в отношении специалистов по коммуникациям. Уметь: осуществлять функции руководителя проекта/ отдела/ отчасти руководителя организации. Владеть: навыками межличностного общения в профессиональной среде, навыками консультирования, навыками эффективной презентации своего проекта.</p> <p>УК-6.3 Знать: критерии оценки эффективности деятельности коммуникационного предприятия / отдела в целом, его отдельных сотрудников, коммуникационных проектов.</p>

	<p>Уметь: определять приоритетность задач, стоящих перед коммуникационным агентством, эффективно распределять и делегировать управленческие задачи.</p> <p>Владеть: навыками целеполагания и тайм-менеджмента, направленных на обеспечение эффективной деятельности коммуникационного агентства.</p> <p>ПК-2.1</p> <p>Знать: организационные формы и структуры коммуникационных агентств; принципы управления персоналом коммуникационного отдела или предприятия, принципы проектного управления.</p> <p>Уметь: формировать команду проектов, оценивать стоимость проектов с точки зрения трудозатрат команды; руководить процессом коммуникационного планирования; выстраивать конструктивный диалог с клиентами и бизнес-партнерами.</p> <p>Владеть: навыками бизнес-планирования, планирования коммуникационных проектов и кампаний, выстраивания взаимоотношений со стейкхолдерами.</p> <p>ПК-2.2.</p> <p>Знает: технологии и инструменты продвижения услуг коммуникационного предприятия, принципы взаимоотношения с различными ЦА.</p> <p>Уметь: организовывать работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций коммуникационного предприятия.</p> <p>Владеть: навыками проведения коммуникационного аудита, составления договоров и деловой документации, касающихся работы коммуникационного предприятия/отдела.</p>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Тема 1. Рынок коммуникационных агентств как индустрия. Виды агентств. Коммуникационный департамент предприятия.</p> <p>Тема 2. Менеджмент рекламной деятельности. Управление персоналом коммуникационного предприятия / отдела</p> <p>Тема 3. Разработка рекламного продукта и услуг коммуникационного агентства</p> <p>Тема 4. Взаимоотношения с клиентом. Агентский договор и договор на оказание услуг</p> <p>Тема 5. Изучение спроса. Управление продажами и продвижением услуг коммуникационного предприятия</p> <p>Тема 6. Материальные ресурсы для коммуникационного предприятия. Ценообразование. Затраты. Эффективность.</p>
Кафедра	Коммуникационных технологий и связей с общественностью

1. ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины: формирование у обучающихся системного представления об управлении коммуникационным предприятием, включающего изучение как теоретических основ менеджмента, так практических аспектов организации коммуникационного агентства.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.Ф «Управление коммуникационным предприятием / отделом» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций, представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикаторов достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
1	2	3
УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1. Способен занимать активную, ответственную, лидерскую позицию в команде, демонстрирует лидерские качества и умения	<p>Знать: требования к современному коммуникационному агентству в области профессионализма сотрудников.</p> <p>Уметь: проявлять лидерские качества в коллективной проектной работе.</p> <p>Владеть: навыками управления коммуникационными проектами.</p>
	УК-3.2. Понимает специфику организационной культуры и общения с руководством, умеет мотивировать отдельных сотрудников и коллектив в целом	<p>Знать: специфику различных каналов во внутриорганизационной коммуникации с целью повышения индивидуальной и коллективной мотивации для реализации корпоративных задач.</p> <p>Уметь: выстраивать эффективные коммуникации с руководством, отдельными сотрудниками и коллективом в целом.</p> <p>Владеть: навыками лидерства, постоянного развития и мотивации сотрудников для достижения поставленных перед коммуникационным предприятием/отделом целей.</p>

<p>УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p>	<p>УК-6.1. Понимает важность планирования перспективных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда в отношении себя и нижестоящих сотрудников</p>	<p>Знать: принципы управления персоналом, планирования работы коммуникационного предприятия / отдела.</p> <p>Уметь: определять перспективные цели деятельности коммуникационного предприятия / отдела с учетом материальных, временных, карьерных возможностей в отношении себя и нижестоящих сотрудников.</p> <p>Владеть: навыками оценки условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста и требований рынка труда в отношении себя и нижестоящих сотрудников.</p>
	<p>УК-6.2. Реализует намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда; демонстрирует интерес к самообразованию и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков</p>	<p>Знать: требования современного рынка труда в отношении специалистов по коммуникациям.</p> <p>Уметь: осуществлять функции руководителя проекта/ отдела/ отчасти руководителя организации.</p> <p>Владеть: навыками межличностного общения в профессиональной среде, навыками консультирования, навыками эффективной презентации своего проекта.</p>
	<p>УК-6.3 Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата</p>	<p>Знать: критерии оценки эффективности деятельности коммуникационного предприятия / отдела в целом, его отдельных сотрудников, коммуникационных проектов.</p> <p>Уметь: определять приоритетность задач, стоящих перед коммуникационным агентством, эффективно распределять и делегировать управленческие задачи.</p> <p>Владеть: навыками целеполагания и тайм-менеджмента, направленных на обеспечение эффективной деятельности коммуникационного агентства.</p>

ПК-2. Способен управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность, обеспечивать стейкхолдер рилейшенз	ПК-2.1 Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/PR-агентства, на основании знания специфики функционирования предприятий коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения /предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы	<p>Знать: организационные формы и структуры коммуникационных агентств; принципы управления персоналом коммуникационного отдела или предприятия, принципы проектного управления.</p> <p>Уметь: формировать команду проектов, оценивать стоимость проектов с точки зрения трудозатрат команды; руководить процессом коммуникационного планирования; выстраивать конструктивный диалог с клиентами и бизнес-партнерами.</p> <p>Владеть: навыками бизнес-планирования, планирования коммуникационных проектов и кампаний, выстраивания взаимоотношений со стейкхолдерами.</p>
	ПК-2.2. Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций компании, по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры, создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации.	<p>Знать: технологии и инструменты продвижения услуг коммуникационного предприятия, принципы взаимоотношения с различными ЦА.</p> <p>Уметь: организовывать работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций коммуникационного предприятия.</p> <p>Владеть: навыками проведения коммуникационного аудита, составления договоров и деловой документации, касающихся работы коммуникационного предприятия/отдела.</p>

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов, из которых 36 часов самостоятельной работы обучающегося согласно РУП отводится на подготовку и защиту экзамена.

Форма промежуточной аттестации: экзамен – 3 семестр.

Распределение фонда времени по темам дисциплины представлено в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

Номер и наименование тем и/или разделов/тем	Объем дисциплины (ак. часы)			
	Контактная работа			СРО
	ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
Тема 1. Рынок коммуникационных агентств как	3	7	0	24

индустрия. Виды агентств. Коммуникационный департамент предприятия.				
Тема 2. Менеджмент рекламной деятельности. Управление персоналом коммуникационного предприятия / отдела.	4	7	0	24
Тема 3. Разработка рекламного продукта и услуг коммуникационного агентства.	4	7	0	24
Тема 4. Взаимоотношения с клиентом. Агентский договор и договор на оказание услуг.	3	7	0	24
Тема 5. Изучение спроса. Управление продажами и продвижением услуг коммуникационного предприятия.	3	9	0	24
Тема 6. Материальные ресурсы для коммуникационного предприятия. Ценообразование. Затраты. Эффективность.	5	9	0	28
<i>Всего за семестр:</i>	<i>22</i>	<i>46</i>	<i>0</i>	<i>148</i>
Всего по дисциплине:	22	46	0	148

5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Рынок коммуникационных агентств как индустрия. Виды агентств. Коммуникационный департамент предприятия.

Структура и тенденции рынка коммуникационных агентств. Ассоциации, отраслевые рейтинги. Типы коммуникационных агентств. Ключевые подразделения коммуникационных отделов организации: варианты структуры департамента, в зависимости от бизнес-задач компании, отрасли, структуры организации, типа рекламной коммуникации.

Тема 2. Менеджмент рекламной деятельности. Управление персоналом коммуникационного предприятия / отдела.

Особенности управленческой деятельности в сфере рекламы. Сравнение функциональной организационной структуры коммуникационного предприятия с проектными и матричными, а также дивизиональными и сетевыми организационными структурами управления. Департаменты, их задачи и функции: администрация, отдел маркетинга, отдел по работе с клиентами, креативный отдел, производственный отдел, медиа-рилейшнз отдел, отдел интернет-коммуникаций, вспомогательные подразделения.

Тема 3. Разработка рекламного продукта

Варианты портфеля услуг рекламного агентства. Важность уникального торгового предложения. Составление формы заказа (брифа) на разработку рекламного продукта. Получение исходных данных от заказчика. Формирование идеи коммуникационного обращения. Методы и организационные формы креативного поиска идей. Определение форм коммуникационного продукта.

Тема 4. Взаимоотношения с клиентом: агентский договор и договор на оказание услуг.

Тендерная процедура: планирование, реализация, закрытие тендера. Этапы, работы, задачи, единичные исследовательские, аналитические, творческие, производственные задачи и процессы. Общая схема документооборота при заключении и исполнении договоров коммуникационных услуг и договоров на распространение рекламы.

Мотивация команды, варианты КРІ.

Тема 5. Изучение спроса. Управление продажами и продвижением услуг коммуникационного предприятия.

Исследования в коммуникационных агентствах, коммуникационных отделах компаний: качественные и количественные методы сбора и анализа информации. Управление продажами коммуникационного агентства. Прямые и опосредованные продажи. Способы размещения рекламы. Продвижение услуг. Стимулирование продаж агентства. Организация собственного агентства: особенности и проблемы.

Тема 6. Материальные ресурсы для коммуникационного предприятия. Ценообразование. Затраты. Эффективность.

Ценовая политика коммуникационных организаций. Основы ценообразования - установления цен и тарифов на рекламную продукцию, работы и услуги. Себестоимость производства продукции и услуг коммуникационного предприятия, как основа разработки тарифов на продукцию, работы и услуги рекламных организаций. Поиск и выбор поставщиков. Эффективность использования трудовых и материальных ресурсов в производстве рекламной продукции.

6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА

Таблица 6.1 – Практические занятия/ Семинарские занятия / Лабораторные работы

№ темы	Тема занятия	Вид занятия / Оценочное средство
1	2	3
1.	Анализ коммуникационных агентств из рейтингов АКАР ключевые параметры для анализа, период, конкурентная среда, тренды рынка.	ПЗ: Доклады-презентации
2.	Учебный проект «создание собственного коммуникационного агентства»: формирование организационной структуры агентства.	ПЗ: Дискуссия
3.	Составление брифа на рекламную кампанию. Построение эффективного взаимодействия с заказчиком.	ПЗ: Деловая игра
4.	Тендерная процедура: планирование, реализация, закрытие тендера. Контентные тендеры и ценовые. Критерии принятия решения в зависимости от задач.	ПЗ: Доклады-презентации
4.	Учебный проект «создание собственного коммуникационного агентства»: создание комплекта документов, необходимых для функционирования коммуникационного предприятия.	ПЗ: Дискуссия
4.	Проведение переговоров с заказчиком, обсуждение условий контракта.	ПЗ: Деловая игра
5.	Учебный проект «создание собственного коммуникационного агентства»: выбор рыночной ниши.	ПЗ: Дискуссия
6	Учебный проект «создание собственного коммуникационного агентства»: формирование портфеля услуг и ценообразование.	ПЗ: Дискуссия
6.	Защита учебного проекта – коммуникационного предприятия.	ПЗ: Защита проектов

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины

Для формирования четкого представления об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине в самом начале учебного курса, обучающийся должен ознакомиться с учебно-методической документацией:

- рабочей программой дисциплины: с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, перечнем знаний и умений, которыми в процессе освоения дисциплины должен владеть обучающийся;
- порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации;
- графиком консультаций преподавателей кафедры.

Систематическое выполнение учебной работы на занятиях лекционных и семинарских типов, а также выполнение самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину.

В процессе освоения дисциплины обучающимся следует:

- слушать, конспектировать излагаемый преподавателем материал;
- ставить, обсуждать актуальные проблемы курса, быть активным на занятиях;
- задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений;
- выполнять задания практических занятий полностью и в установленные сроки.

При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то обратится к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.

Обучающимся, пропустившим занятия (независимо от причин), не имеющим письменного решения задач или не подготовившимся к данному занятию, рекомендуется не позже, чем в 2 - недельный срок явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме.

7.2. Организация самостоятельной работы

Под самостоятельной работой обучающихся понимается планируемая работа обучающихся, направленная на формирование указанных компетенций, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, без его непосредственного участия.

Методическое обеспечение самостоятельной работы при наличии обучающихся лиц с ограниченными возможностями представляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Виды самостоятельной работы по дисциплине представлены в таблице 7.2.1.

Таблица 7.2.1 – Организация самостоятельной работы обучающегося

№ темы	Вид самостоятельной работы
1	2
1 -5	Подготовка к практическим занятиям по дисциплине.

№ темы	Вид самостоятельной работы
4	Подготовка к практическим занятиям по дисциплине. Подготовка к контрольной точке №1: Выполнение контрольного задания в виде терминологического диктанта.
6	Подготовка к практическим занятиям по дисциплине. Самооценка полученных знаний и навыков (по вопросам для самопроверки и тестовым заданиям). Подготовка к контрольной точке №2: Защита проектов, подготовка презентации к защите.

Каждый вид СРО, указанный в таблице 7.2.1 обеспечен методическими материалами.

Для обучающихся заочной формы обучения разработаны методические рекомендации по выполнению контрольных работ. Методические рекомендации включают в себя все виды самостоятельной работы, предусмотренные для успешного освоения дисциплины.

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Управление коммуникационным предприятием / отделом» используются разнообразные образовательные технологии – как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- деловая игра (тема № 3, 4)
- дискуссии (тема № 2, 4, 5, 6);
- доклады-презентации (тема № 1, 4);
- защита проектов (тема № 6)

В процессе изучения дисциплины используются следующие активные методы обучения:

Деловые игры. Деловая игра - имитационное моделирование процессов управления социально-экономическими системами и профессиональной деятельностью людей в условных ситуациях с целью изучения и решения возникших проблем. Учебные деловые игры применяются с целью дать практику принятия решений в условиях, приближенных к реальным. Обязательными признаками деловой игры являются:

- наличие проблемы управления социально-экономической или социально-психологической системой;
- наличие общих целей всего игрового коллектива;
- наличие различных ролей и в соответствии с ними различие интересов(конфликт)
- участников, назначенных выполнять эти роли;
- невозможность полной формализации системы, наличие неопределенности в обстановке, учет вероятностного характера многих факторов и, исходя из этого,
- наличие игровой имитационной модели рассматриваемого процесса;
- наличие реального или условного фактора времени;
- динамичность изменения обстановки и наличие обратной связи, зависящей от решений участников игры в предыдущие моменты времени и влияющей на изменение обстановки в последующие, то есть наличие «цепочки решений»;
- наличие системы оценки результатов игровой деятельности;

- наличие системы мотивации участников, дающей объективную оценку личного вклада каждого участника игры в достижение общей цели, общего результата деятельности игрового коллектива;
- многоальтернативность решений;
- обязательное минимально необходимое и достаточное документальное обеспечение деловой игры;
- наличие управляемого эмоционального напряжения.

В оценке результатов игры преобладает фактор качества принятых решений.

Доклад-презентация. Представляет собой продукт самостоятельной работы студента – публичное выступление по представлению полученных результатов изучения определенной учебно-практической, учебно- исследовательской или научной темы. Сообщение может делаться с презентацией - аудиовизуальным сопровождением выступления, выполненным в программе MS PowerPoint или других редакторах.

Дискуссия. Метод активного обучения, основанный на публичном обсуждении проблемы, специфика которого заключается в совместном поиске ответа на вопрос, выяснении и сопоставлении различных точек зрения, нахождении правильного решения спорного вопроса.

Защита проектов. В процессе подготовки к практическому занятию в форме защиты проектов студенты за 2 недели до занятия получают задание на решение тематической задачи на фоне конкретной организации, оформление которого осуществляется в форме презентации. Организацию студент выбирает самостоятельно. На практическом занятии студенты представляют презентации своих проектов. Время на представление проекта и его обсуждение отводится до 15 минут.

9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Таблица 9.1.1 – Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)	основная/ дополнительная литература	Книгообеспеченность	
		Кол-во. экз. в библ. СПбГЭУ	Электронные ресурсы
Евстафьев, Владимир Организация и практика работы рекламного агентства: Учебник для бакалавров/ В.А.Евстафьев - Москва: Дашков и К, 2016. - 512 с.	основная	-	ЭБС Znaniy
Зельдович, Борис Захарович Медиаменеджмент: учебник для вузов / Б. З. Зельдович. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2019.- 293 с.	основная	-	ЭБС Юрайт
Кузьмина, Ольга Геннадьевна Интегрированные маркетинговые коммуникации. Теория и практика рекламы : учеб. пособие / О.Г. Кузьмина, О.Ю. Посухова. - Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2018. - 187 с .	Дополнительная	-	ЭБС Znaniy

Таблица 9.1.2 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД
1	Электронная библиотека Grebennikon.ru – www.grebennikon.ru
2	Научная электронная библиотека eLIBRARY – www.elibrary.ru
3	Научная электронная библиотека КиберЛеника – www.cyberleninka.ru
4	База данных ПОЛПРЕД Справочники – www.polpred.com
5	База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary – www.oecd-ilibrary.org

Таблица 9.1.3 – Перечень информационных справочных систем (ИСС)

№	Наименование ИСС
1	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или www.consultant.ru)
2	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или www.garant.ru)
3	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или www.kodeks.ru)
4	Электронная библиотечная система BOOK.ru - www.book.ru
5	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – www.urait.ru
6	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – www.znanium.com
7	Электронная библиотека СПБГЭУ – opac.unicon.ru

9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Помещения оснащены оборудованием и техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Таблица 9.2.1 – Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (ПО)

№	Наименование ПО
1	Microsoft Windows Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г.)
2	Microsoft Office Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г.)
3	7-Zip (freeware)
4	FireFox 77.0.1 (freeware)

Таблица 9.2.2 – Перечень учебных аудиторий для проведения учебных занятий, оснащенных оборудованием и техническими средствами обучения

Наименование учебных аудиторий, перечень оборудования и технических средств обучения	Адрес (местоположение) учебных аудиторий
--	--

Лаборатория цифровых коммуникаций. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 43 посадочных мест, 1 рабочее место преподавателя (1 стол, 1 стул), Моноблок Lenovo V540 i5-8265U/8Гб/SSD 256Гб/23,8 дюйма - 20 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	191023, г. Санкт-Петербург, Москательный пер., д. 4, литер «В», Ауд. 202
---	--

10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

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

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом и является приложением к рабочей программе дисциплины (модуля).