

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»

Исторический факультет
Кафедра региональной истории



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«РЕКЛАМНОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ»

Укрупненная группа направлений подготовки	44.00.00 Образование и педагогические науки
Программа высшего образования	Программа бакалавриата
Направление подготовки	44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)
Профиль подготовки	История и организация детского и молодежного движения
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	Очная, заочная

Рабочая программа адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк 2024

Рабочая программа дисциплины «Рекламное и информационное сопровождение деятельности образовательной организации» для обучающихся по направлению подготовки 44.03.05 Педагогическое образование (Профиль: История и организация детского и молодежного движения), составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 22 февраля 2018 г. № 125 (с изм. и доп.), Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245 (с изм. и доп.), в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДонГУ» для набора 2024 года.

Разработчик:

доцент кафедры региональной истории,
канд. ист. наук, доцент

Н. Н. Разумная

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры региональной истории.
Протокол от 26.03.2024 г. № 7

Заведующий кафедрой

В.Л. Агапов

СОГЛАСОВАНО:

Декан исторического факультета
28.03.2024 г.

А.И. Минаев

Учебно-методическая комиссия исторического факультета.
Протокол от 27.03.2024 г. № 7.
Председатель

Е.В. Кузнецова

Руководитель основной профессиональной образовательной программы,
д-р ист. наук, проф.
26.03.2024 г.

А.В. Бредихин

Руководитель основной профессиональной образовательной программы,
канд. ист. наук, доц.
26.03.2024 г.

О.Б. Пенькова

Руководитель основной профессиональной образовательной программы,
д-р ист. наук, доц.
26.03.2024 г.

В.Л. Агапов

Руководитель основной профессиональной образовательной программы,
д-р ист. наук, доц.
26.03.2024 г.

А.В. Колесник

1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ / В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Требования к предварительной подготовке обучающихся, предшествующие и сопутствующие дисциплины, на которых основывается изучение данной:

базовая подготовка по обществознанию в объёме программы средней школы; дисциплины программы бакалавриата: «Основы российской государственности», «Психология», «Возрастная психология». «История России», «Историческая география». «Иностранный язык». «Социология», «Этика».

1.2. Дисциплины, курсовые работы и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

Производственная практика: преддипломная.

2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Общая характеристика

Наименование показателя	Значение показателя
Название образовательной программы	44.00.00 Образование и педагогические науки(Бакалавр: История и обществознание)
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б1.Б.М 4.2 Рекламное и информационное сопровождение деятельности образовательной организации
Часть образовательной программы	Базовая часть
Количество зачетных единиц / всего часов	2 / 72

2.2. Распределение часов по формам и периодам обучения

Форма обучения	курс	семестр	Общее количество часов					Форма контроля
			лекционных	лабораторных	практических	самостоятельной работы + контроль	всего	
Очная	5	9	22	–	11	34	72	зачет
Заочная	5	9	4	–	2	66	72	зачет

3. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучить содержание и особенности организации рекламной деятельности в образовательных учреждениях. изучить комплекс мероприятий по продвижению образовательных услуг образовательной организации; сформировать знания по основам информационного сопровождения образовательного процесса; сформировать навыков по созданию условий для эффективного использования информационных технологий в образовательном процессе и формирование информационной культуры.

**4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ
ОСВОЕНИЯ КОМПОНЕНТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, ИХ ИНДИКАТОРЫ
И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ**

Компетенции	Индикаторы	Результаты обучения
ОПК-8 Способен осуществлять педагогическую деятельность на основе специальных научных знаний	ОПК-8.И-1. Способен понимать принципы работы современных информационно-коммуникационных технологий	ОПК-8..1..1. Знает; основные задачи, функции, инструменты и принципы наполнения современных информационных архивных систем; ОПК-8.1.2. Умеет. вычленять единицы архивной информации и вносить их в архивные информационные системы; ОПК-8.1.3. Владеет. понятиями документной информации, первичной и вторичной архивной информации, навыком наполнения информационных архивных систем.

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Название темы	Краткое содержание темы (вопросы темы)
Процесс разработки эффективных маркетинговых коммуникаций.	1.1. Формулирование цели коммуникации 1.2. Определение целевой контактной аудитории 1.3. Создание обращения 1.4. Выбор каналов коммуникации. 1.5. Определение общего бюджета, выделяемого на продвижение. 1.6. Принятие решения о средствах продвижения 1.7. Оценка результатов продвижения. 1.8. Управление осуществлением комплексных маркетинговых коммуникаций.
Комплекс мероприятий по продвижению образовательных услуг образовательной организации	2.1. Маркетинговые коммуникации. 2.2. Реклама. 2.3. Стимулирование продаж. 2.4. Связи с общественностью. 2.5. Прямой маркетинг. 2.6. Разработка фирменного стиля. 2.7. Ярмарочная и выставочная деятельность. 2.8. Сотрудничество.
Основные рекламные аргументы, действующие в отношении конечного потребителя образовательных услуг	3.1. Экономические, 3.2. Социальные. 3.3. Организация образовательного процесса и его обеспечение. 3.4. Соответствие требованиям предпочитаемого стиля жизни. 3.5. Основные функции рекламы в образовательных учреждениях.
Потребности предприятий и организаций как представителей спроса на рынке образовательных	4.1. Основные направления рекламной деятельности в образовательных учреждениях. 4.2. Формирование информационной культуры

услуг.	4.3. Кадровая политика в рекламном обеспечении образовательной деятельности. 4.4. Работа на перспективу, содействовать формированию позитивного имиджа учреждения. 4.5. Обеспечение возможности для саморазвития коллектива организации и др.
Преимущества печатной рекламы.	5.1. Широкий охват в сочетании с высокими избирательными возможностями специализированных и локальных изданий, 5.2. Длительность существования и использования, 5.3. Высокая степень доверия к напечатанной информации, 5.4. Творческая гибкость, 5.5. Наружные носители рекламы. 5.6. Возможность прочитать сообщение в любой момент времени, нужное количество раз, проанализировать, передать другому лицу.
Другие виды рекламы	6. 1. Дни открытых дверей, 6.2. Презентации, 6.3. Участие в специализированных выставках и ярмарках, 6.4. Юбилеи или памятные даты учреждения и его сотрудников, 6.5. Встречи выпускников, 6.6. Учреждение ассоциаций выпускников, клубов почетных докторов, 6.7. Проводимые вузом конференции и симпозиумы, 6.8. Дни Карьеры и т. п.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Форма обучения – очная, курс – 5, семестр – 9

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС	Всего
1. Процесс разработки эффективных маркетинговых коммуникаций.	4		2	6	12
2. Комплекс мероприятий по продвижению образовательных услуг образовательной организации	4		2	6	12
3. Основные рекламные аргументы, действующие в отношении конечного потребителя образовательных услуг	4		2	6	12
4. Потребности предприятий и организаций как представителей спроса на рынке образовательных услуг.	4		2	6	12
5. Преимущества печатной рекламы.	4		2	6	12
6. Другие виды рекламы	2		1	4	7

ИТОГО ЗА КУРС	22		11	34	72
---------------	----	--	----	----	----

6.2. Форма обучения – заочная, курс – 5, семестр – 10

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС	Всего
1. Процесс разработки эффективных маркетинговых коммуникаций.	1		1	11	14
2. Комплекс мероприятий по продвижению образовательных услуг образовательной организации	1			11	12
3. Основные рекламные аргументы, действующие в отношении конечного потребителя образовательных услуг	1		1	11	13
4. Потребности предприятий и организаций как представителей спроса на рынке образовательных услуг.	1			11	12
5. Преимущества печатной рекламы.				11	11
6. Другие виды рекламы				11	11
ИТОГО ЗА КУРС	4		2	66	72

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1. Контрольные вопросы

1. Комплекс мероприятий по продвижению образовательных услуг образовательной организации
2. Информационное сопровождение образовательного процесса
3. основные направления рекламной деятельности в образовательных учреждениях.
4. Формирование информационной культуры.
5. Особенности рекламы в сфере образования: образовательная услуга.
6. Особенность продвижения рекламного продукта в образовательных учреждениях.
7. Дни открытых дверей.
8. Реклама в средствах массовой информации.
9. Научные конференции и семинары.
10. Сюжеты в новостных программах об успехах и достижениях образовательной организации.
11. Печатная и сувенирная продукция.
12. Интернет-сайт образовательного учреждения.
13. Сообщества в социальных сетях.
14. Особенности рекламной кампании образовательного учреждения.
15. Потребности предприятий и организаций как представителей спроса на рынке образовательных услуг.
16. Работа на перспективу, содействовать формированию позитивного имиджа учреждения.
17. Обеспечение возможности для саморазвития коллектива организации и др.
18. Основные рекламные аргументы, действующие в отношении конечного потребителя образовательных услуг.
19. Преимущества печатной рекламы.
20. Стационарные наружные носители.

21. Дни открытых дверей
22. Презентации.
23. Участие в специализированных выставках и ярмарках.
24. Юбилеи или памятные даты учреждения и его сотрудников.
25. Встречи выпускников.
26. Учреждение ассоциаций выпускников, клубов почетных докторов.
27. Проводимые вузом конференции и симпозиумы.
28. Дни Карьеры и т. п.
29. Процесс разработки эффективных маркетинговых коммуникаций включает следующие основные этапы.
30. Формулирование цели коммуникации.
31. Определение целевой контактной аудитории
32. Выбор каналов коммуникации.
33. Определение общего бюджета, выделяемого на продвижение.
34. Принятие решения о средствах продвижения
35. Оценка результатов продвижения.
36. Управление осуществлением комплексных маркетинговых коммуникаций.
37. Основные функции рекламы в образовательных учреждениях.

7.2. Темы докладов (рефератов)

1. Основные направления рекламной деятельности в образовательных учреждениях.
2. Особенности рекламы в сфере образования: образовательная услуга.
3. Особенность продвижения рекламного продукта в образовательных учреждениях.
4. Реклама в средствах массовой информации.
5. Интернет-сайт образовательного учреждения.
6. Особенности рекламной кампании образовательного учреждения.
7. Потребности предприятий и организаций как представителей спроса на рынке образовательных услуг.
8. Обеспечение возможности для саморазвития коллектива организации и др.
9. Процесс разработки эффективных маркетинговых коммуникаций включает следующие основные этапы..
10. Формулирование цели коммуникации
11. Определение целевой контактной аудитории
12. Выбор каналов коммуникации.
13. Определение общего бюджета, выделяемого на продвижение.
14. Принятие решения о средствах продвижения
15. Управление осуществлением комплексных маркетинговых коммуникаций.
16. Основные функции рекламы в образовательных учреждениях.

7.3. Темы письменных работ (типы задач)

1. Процесс разработки эффективных маркетинговых коммуникаций.
2. . Комплекс мероприятий по продвижению образовательных услуг образовательной организации.
3. Основные рекламные аргументы, действующие в отношении конечного потребителя образовательных услуг
4. Потребности предприятий и организаций как представителей спроса на рынке образовательных услуг
5. Преимущества печатной рекламы.

7.4. Экзамен не предусмотрен

8. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Общая оценка знаний обучающихся по дисциплине проводится по 100-балльной шкале исходя из максимума, приведенного в таблице ниже. Организационно-учебная работа в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, своевременное и качественное выполнение домашних заданий, активность во время проведения лекционных и практических занятий (участие в обсуждении текущего и пройденного материала, решение задач и т.п.).

Семестр		
Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1-3	Организационно-учебная работа в аудитории	30
	Самостоятельная работа	40
ИТОГО		70
Зачет		30
Общий итог за семестр		100

Соответствие баллов оценке			
Количество баллов из 100	ECTS	Оценка по пятибалльной шкале	
		Экзамен, дифференцированный зачет	Зачет
90-100	A	отлично	зачтено
80-89	B	хорошо	зачтено
75-79	C		зачтено
70-74	D	удовлетворительно	зачтено
60-69	E		зачтено
35-59	FX	неудовлетворительно	не зачтено
0-34	F		не зачтено

9. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом.
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;

- экзамен проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- 3) для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Учебные занятия проводятся во 2-м учебном корпусе (ул. Университетская, 22) университета. Для проведения лекционных и практических занятий требуется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели для студентов, рабочее место преподавателя. Выход в Интернет проводной или с использованием Wi-Fi.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, учебно-методическое обеспечение, представленное в учебно-методическом кабинете 2-го (ауд.37) материально-техническую базу учебной лаборатории «№37» кафедры региональной истории и межкафедральной учебной лаборатории заочной формы обучения. При изучении дисциплины применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии. С использованием ресурсов платформы дистанционного образования осуществляется текущий контроль знаний обучающихся на основе тестирования и проверки результатов самостоятельной работы.

11. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

11.1. Основная литература

1. Турутина Е. Э., Шевко Н. Р. Формирование информационной культуры участников образовательного процесса // Ученые записки КГАВМ им. Н.Э. Баумана. 2012. №4.

2. Кинелёв В.Г. Роль информационных и коммуникационных технологий в обеспечении качества и доступности высшего образования // Открытое образование. - 2010. - № 3. - С. 76 - 82.

11.2. Дополнительная литература

1. Шамсутдинова И.Ф. Особенности организации рекламной деятельности в образовательных учреждениях / И.Ф. Шамсутдинова, И.Г. Боронилова. // Исследования молодых ученых материалы XX Междунар. Науч. конф. (н.Казань, май 2021 г.) – Казань: Молодой ученый, 2021.
2. Ривз Р. Реальность в рекламе / пер. В. Смирнов. – М.: Юиблос, 2017. – 135.
3. Ладонина Н.А. Маркетинг в деятельности образовательного учреждения среднего и начального профессионального образования: [Электронный ресурс]/Н.А. Ладонина // Проблемы современной экономики материалы II Междунар. науч. конф. (г. Челябинск, октябрь 2012 г.) – Челябинск: Два комсомольца, 2012. – С.135-137.
4. Боронилова И.Г. Шамсутдинова И.Ф. Реклама как условие формирования положительного имиджа образовательной организации / И.Г. Боронилова, И.Ф. Шамсутдинова // Вестник БГПУ им. М. Акмуллы. – 2020. - №2(55). – С.115-119.
5. Горбунова И.Б., Товпич И. О. Информационная образовательная среда как ресурс формирования информационной культуры участников образовательного процесса в школе цифрового века // Теория и практика общественного развития. 2015. №7.
6. Алиева М.Ф. Понятие информационной культуры: факторная и структурная операционализация // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2013. №1 (113).

12. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. **Национальная электронная библиотека (НЭБ):** федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ; Российская государственная библиотека. – Москва, 2019- . – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный, подписка. Необходима установка программного обеспечения. – Текст: электронный.
2. **eLIBRARY.RU:** научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000- . – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
3. Научная электронная библиотека **«КиберЛенинка»:** сайт / Ассоциация «Открытая наука». – Москва, 2014- . – URL: <https://cyberleninka.ru/>. – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.
4. Электронно-библиотечная система **«Лань»:** [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
5. **ЭБС Юрайт:** электронная библиотечная система: сайт. – Москва, 2013. – URL: <https://biblio-online.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
6. **Электронно-библиотечная система ДонГУ:** сайт / ФГБОУ ВО «ДонГУ». – Донецк, 2016- . – URL: <http://library.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.
7. **Электронный каталог** Научной библиотеки ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: поиск свободный, электронные документы – для пользователей ДонГУ.

8. **Электронный архив ДонГУ:** раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://repo.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный.

13. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДонГУ № 46484614)
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДонГУ № 46472919)
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы Dream Spark для высших учебных заведений)
4. Антивирус Касперского, Adobe Acrobat Reader, xPDF (лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения).