

**ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

**Кафедра журналистики**

**УТВЕРЖДАЮ:**

проректор по научно-методической  
и учебной работе

\_\_\_\_\_ Е.И. Скафа

«23» апреля 2020 г.

МП



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Дипломная работа»**

Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Образовательная программа:	бакалавриат
Квалификация:	академический бакалавр
Форма обучения:	очная, заочная

Донецк 2020

**УТВЕРЖДАЮ:**

И.о. декана филологического факультета

Квашина Л. П.

«22» апреля 2020 г.

МП

Программа учебной дисциплины «Дипломная работа» составлена на основании Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ГОС ВПО) Донецкой Народной Республики (ДНР) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённого приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики № 383 от 19.04.2016 г., Порядка организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утверждённого приказом Министерством образования и науки ДНР № 1171 от «10» ноября 2017 г.; учебных планов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (формы обучения: очная и заочная), разработанных в ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет».

Разработчик:

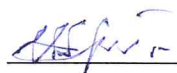
ст.препод.



О.А. Капсамун

Программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры журналистики  
Протокол № 9 от «16» апреля 2020 г.

Заведующий кафедрой.

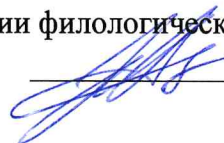


И.М. Артамонова

Программа учебной дисциплины одобрена учебно-методической комиссией  
филологического факультета

Протокол № 9 от «20» апреля 2020 г.

Председатель учебно-методической комиссии филологического факультета



Н. А. Шокотко

## 1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

**Государственная итоговая аттестация** является важнейшей частью проверки качества знаний студентов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, проводится в виде защиты дипломных работ.

Программа устанавливает цель и задачи направления подготовки, оценку приобретенных знаний, умений и навыков, освоенных компетенций будущих специалистов в данной области.

## 2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

<i>Характеристика учебной дисциплины</i>		
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью	
Профиль		
Образовательная программа	бакалавриат	
Квалификация	академический бакалавр	
Количество содержательных модулей	1 содержательный модуль, 8 этапов	
Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы	Дисциплина блока «Государственная итоговая аттестация»	
Формы контроля (МК, экзамен, зачет)		
Показатели	очная форма обучения	заочная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	3	3
Год подготовки	4	4
Семестр	8	
Количество часов	108	108
- лекционных	-	-
- практических, семинарских	-	-
- лабораторных	-	-
- самостоятельной работы	108	108
в т.ч. индивидуальное задание		
Недельное количество часов,		
в т.ч. аудиторных		

## 3. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Цели и задачи

**Цель:** определение соответствия уровня и качества подготовки выпускника требованиям государственного образовательного стандарта, а также выяснение подготовленности выпускника к самостоятельному выполнению профессиональных задач.

### **Задачи:**

- систематизация, закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных в процессе обучения, а также их расширение и углубление;
- совершенствование практических умений и навыков работы с конкретным практическим (языковым, литературным и т.п.) материалом;
- развитие навыков самостоятельной научно-исследовательской и экспериментально-методической работы;

- определение теоретической и практической подготовленности выпускника к выполнению профессиональных задач, соответствующих его квалификации.

**Требования к результатам освоения дисциплины.** Процесс изучения дисциплины «Дипломная работа» направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ГОС ВПО ДНР по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и основной образовательной программы высшего профессионального образования направления подготовки «Реклама и связи с общественностью»:

**а) общекультурных (ОК):**

- способностью использовать основы философских знаний для *формирования мировоззренческой позиции (ОК-1)*;
- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8);
- готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9).

**б) общепрофессиональных (ОПК):**

- способностью осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- владением знаниями и навыками работы в организациях и подразделениях рекламы/и связей с общественностью (ОПК-2);
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- умением планировать и готовить коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- умением осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).

**в) профессиональных (ПК):**

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- владением навыками организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-2);

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

***профессиональными компетенциями в области проектной деятельности:***

- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);

- способностью реализовывать проекты и владение методами их реализации (ПК-5);

***профессиональными компетенциями в области коммуникационной деятельности:***

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечение внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

- способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8).

***профессиональными компетенциями в области рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической деятельности:***

- владением компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований (ПК-9);

- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);

- владением навыками медиамониторинга, написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

**В результате изучения учебной дисциплины студент должен:**

**знать:**

- виды и типы научных исследований в сфере рекламы и PR;

**уметь:**

- выявлять актуальные для науки и практики научные проблемы; использовать полученные знания для самостоятельной научно-исследовательской деятельности и различных форм её презентации – научные сообщения, доклады, публикации и т.п.;

- понимать на углубленном уровне сущности, специфики, функции, содержание, технологии оптимальных моделей, профессиональных стандартов (отечественных и зарубежных) определенного направления в рекламе и связях с общественностью;

- основываясь на полученных теоретических и практических знаниях, выполнять на высоком профессиональном уровне различные виды профессиональной работы, связанные с постановкой и решением задач повышенной сложности, в том числе инновационного характера;

- квалифицированно, на базе современных требований, выполнять обязанности организации работы сотрудников соответствующего профиля;

- разрабатывать концепции, модели, формат рекламной и PR-продукции; исследовать различные аспекты функционирования отечественных и зарубежных рекламных агентств и служб связей с общественностью.

**владеть:**

- методами получения, анализа и интерпретации данных;

- системой углубленных знаний, относящихся к определенному сегменту рекламной и PR-сферы;

- информацией об отечественных и зарубежных научных исследованиях в избранной области, методами ее получения, анализа и накопления для решения профессиональных задач.

#### **4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ И ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО**

## ПРОЦЕССА

Порядковый номер и этапы работы	Краткое содержание этапа
<b>Содержательный модуль 1 «Подготовка и защита дипломной работы (ДР)»</b>	
<b>Этап 1.</b> Выбор темы дипломной работы.	Тема дипломной работы выбирается студентом из предложенных научным руководителем в соответствии с научной тематикой кафедры журналистики.
<b>Этап 2.</b> Разработка плана-конспекта дипломной работы.	Научный руководитель рекомендует студенту несколько основных первоисточников по избранной теме ДР. На их основе студент разрабатывает план-конспект работы, который должен содержать название, общую проблематику, научную актуальность, общую цель, задания исследования и календарный план подготовки ДР.
<b>Этап 3.</b> Подбор литературы.	Работа ведется по трем направлениям: - поиск литературы, научных статей по каталогам научной библиотеки; - конспектирование важнейших идей и результатов исследований авторов; - переработка изученных сведений из научной литературы и подготовка обзора о состоянии научной проблемы, ставшей объектом исследования дипломной работы.
<b>Этап 4.</b> Подготовка материала эмпирических исследований.	Проведение мониторинга исследуемого рекламного сектора, сферы связей с общественностью и обработка полученных результатов.
<b>Этап 5.</b> Подготовка черновика дипломной работы.	Подготовка основного текста дипломной работы, проведение консультаций с руководителем по материалам исследования.
<b>Этап 6.</b> Предзащита ДР.	Подготовка материалов для предзащиты дипломной работы: доклада, презентационных материалов, выводов.
<b>Этап 7.</b> Подготовка окончательного варианта ДР.	Учет замечаний по дипломной работе, полученных в ходе предзащиты. Формирование окончательного текста исследования. Согласование текста ДР с научным руководителем. Подготовка реферата, доклада на защиту и презентационных материалов.
<b>Этап 8.</b> Защита дипломной работы.	Представление дипломной работы на кафедру. Выступление с докладом на защите перед Государственной экзаменационной комиссией. Ответы на вопросы членов комиссии и участников защиты.

## Тематический план

<b>Содержательный модуль 1 «Подготовка и защита дипломной работы (ДР)»</b>			
Названия содержательных модулей и тем	Количество часов		
	Очная форма обучения		Заочная форма обучения
	с	о	с о
	в т.ч.		в т.ч.

		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа	индивидуальная работа
<b>Этап 1.</b> Выбор темы дипломной работы.	<b>14</b>	-	-	-	14	-	<b>14</b>	-	-	-	14	-
<b>Этап 2.</b> Разработка плана-конспекта дипломной работы.	<b>14</b>	-	-	-	14	-	<b>14</b>	-	-	-	14	-
<b>Этап 3.</b> Подбор литературы.	<b>14</b>	-	-	-	14	-	<b>14</b>	-	-	-	14	-
<b>Этап 4.</b> Подготовка материала эмпирических исследований.	<b>14</b>	-	-	-	14	-	<b>14</b>	-	-	-	14	-
<b>Этап 5.</b> Подготовка черновика дипломной работы.	<b>14</b>	-	-	-	14	-	<b>14</b>	-	-	-	14	-
<b>Этап 6.</b> Предзащита ДР.	<b>14</b>	-	-	-	14	-	<b>14</b>	-	-	-	14	-
<b>Этап 7.</b> Подготовка окончательного варианта ДР.	<b>12</b>	-	-	-	12	-	<b>12</b>	-	-	-	12	-
<b>Этап 8.</b> Защита дипломной работы.	<b>12</b>	-	-	-	12	-	<b>12</b>	-	-	-	12	-
<b>Итого по содержательному модулю</b>	<b>108</b>	-	-	-	<b>108</b>	-	<b>108</b>	-	-	-	<b>108</b>	-

## 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ЛЕКЦИОННЫХ, ПРАКТИЧЕСКИХ И ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

- 5.1. Темы лекционных занятий (не предусмотрены)
- 5.2. Темы семинарских занятий (не предусмотрены)
- 5.3. Темы практических занятий (не предусмотрены)
- 5.4. Темы лабораторных занятий (не предусмотрены)
- 5.5. Индивидуальная работа студентов (не предусмотрена)
- 5.6. Контрольные задания (не предусмотрены)
- 5.7. Образец экзаменационного билета (не предусмотрены)
- 5.8. Образец тестового задания (не предусмотрен)

## 6. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

### Организация самостоятельной работы студентов

№ п/п	Название темы	Количество часов
1	Тема дипломной работы выбирается студентом из предложенных кафедрой в соответствии с научной тематикой кафедры журналистики.	12

2	Научный руководитель рекомендует студенту несколько основных первоисточников по избранной теме ДР. На их основе студент разрабатывает план-конспект работы, который должен содержать название, общую проблематику, научную актуальность, общую цель, задания исследования и календарный план подготовки ДР.	14
3	Работа ведется по трем направлениям: - поиск литературы, научных статей по каталогам научной библиотеки; - конспектирование важнейших идей и результатов исследований авторов; - переработка изученных сведений из научной литературы и подготовка обзора о состоянии научной проблемы, ставшей объектом исследования дипломной работы.	14
4	Проведение мониторинга исследуемого рекламного сектора, сферы связей с общественностью и обработка полученных результатов.	14
5	Подготовка основного текста дипломной работы, проведение консультаций с руководителем по материалам исследования.	14
6	Подготовка материалов для предзащиты дипломной работы: доклада, презентационных материалов, выводов.	14
7	Подготовка окончательного варианта ДР.	14
8	Защита дипломной работы.	12
	<b>ВСЕГО</b>	<b>108</b>

## 7. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

Каждый студент в рамках часов, отведенных на самостоятельную работу, получает от научного руководителя индивидуальные задания в соответствии с темой дипломной работы.

### Индивидуальная работа

#### ЗАДАНИЕ НА ДИПЛОМНУЮ РАБОТУ

##### Цель:

- освоить и изучить теоретический материал по теме исследования;
- проанализировать практическую составляющую по теме дипломной работы, внести собственный практический вклад в исследуемую проблему.

##### Задания на дипломную работу по теме:

*«Использование инновационных рекламных методов в оформлении товарной продукции, их роль в маркетинговой политике фирмы-производителя (на примере сети ресторанов «KFC»)»*

1. Изучить историю появления упаковки как элемента, формирующего бренд.
2. Рассмотреть и проанализировать теории по использованию упаковочных вариантов.
3. Изучить историю компании «KFC».
4. Проанализировать специфику использования экоупаковки в «KFC».
5. Разработать предложения по усовершенствованию упаковки товара для «KFC» с учетом мировых тенденций упаковочной отрасли.



**8. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**  
(не предусмотрены учебным планом).

**9. ОБРАЗЕЦ МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЯ**  
(не предусмотрен учебным планом)

**10. ОБРАЗЕЦ ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО БИЛЕТА**  
(не предусмотрен учебным планом)

**11. ОБРАЗЕЦ ТЕСТОВОГО ЗАДАНИЯ** (при наличии)

**12. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ**

*Распределение баллов, которые могут получить студенты  
в процессе изучения дисциплины*

Научная работа студента	СРС			Всего
	Индивидуальная работа над исследованием	Индивидуальная творческая работа	Защита	
Мах 10 баллов	мах 20 баллов	мах 20 баллов	мах 50 баллов	100
Подготовка и публикация научной статьи (тезисов) по теме исследования, выступление на научно-практических конференциях.	Работа над дипломным исследованием, выполнение заданий, полученных от научного руководителя.	Представление собственных практических результатов по исследуемой теме, например: - оригинал макета рекламной продукции; - создание концепции рекламных видео- и аудиороликов по различной тематике; - разработка практических рекомендаций по усовершенствованию имиджа того или иного исследуемого объекта; - разработка концепции рекламно-имиджевой кампании; - проведение социологических опросов и др.	Процедура защиты дипломного исследования, подготовка материалов для защиты: доклада, презентационных и других наглядных материалов	баллов

**Шкала соответствия баллов национальной шкале**

Оценка по шкале ECTS	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по государственной шкале (экзамен, дифференцированный зачет)	Оценка по государственной шкале (зачет)
<b>A</b>	90-100	5 (отлично)	зачтено
<b>B</b>	80-89	4 (хорошо)	зачтено
<b>C</b>	75-79	4 (хорошо)	зачтено
<b>D</b>	70-74	3 (удовлетворительно)	зачтено
<b>E</b>	60-69	3 (удовлетворительно)	зачтено
<b>FX</b>	35-59	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи	не зачтено
<b>F</b>	0-34	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи при условии обязательного набора дополнительных баллов	не зачтено

### 13. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Для проведения процедуры защиты дипломной работы соответствующие кабинеты вуза оснащаются техническими средствами в количестве, необходимом для выполнения целей и задач защиты: портативными и стационарными компьютерами с необходимым программным обеспечением и выходом в интернет.

В библиотеке вуза студентам обеспечивается доступ к справочной, научной и учебной литературе, монографиям и периодическим научным изданиям по специальности.

### 14. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

№ п/п	Наименование	Кол-во экземпляров в библиотеке ДонНУ	Наличие электронной версии в ЭБС
<b>Основная литература</b>			
1.	Чумиков, А. Н. Связи с общественностью: Учеб. пособие для студентов упр. спец. вузов / А.Н. Чумиков ; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова ; Ин-т гос. упр. и социал. исслед. ; Акад. нар. хоз-ва при Правительстве РФ. - М. : Дело, 2000. - 271 с.	1	+
2.	Кривоносов, А. Д. Основы теории связей с общественностью : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Связи с общественностью" / А.Д. Кривоносов, О.Г. Филатова, М.А. Шишкина. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2012. - 375, [1] с.	1	+
3.	Теория и практика связей с общественностью : учебник для вузов по специальности 030602 (350400) "Связи с общественностью" / А. В. Кочеткова, В. Н. Филиппов, Я. Л. Скворцов, А. С. Тарасов. - СПб. и др. : Питер, 2007. - 240 с.	1	+
4.	Шомели, Жан. Связи с общественностью / Жан Шомели, Денис Уисман ; [Пер. с фр. П. В. Крылов	1	+

	под ред. Г. Е. Алпатова]. - 9-е изд. - СПб. : Нева, 2003. - 122,[1] с.		
5.	Юдина, Е. Н. Креативное мышление в PR : (в системе формирования социокультурных связей и отношений) / Е. Н. Юдина. - М. : РИП-холдинг, 2005. - 271 с.	1	+
6.	Шарков, Ф. И. Интегрированные PR-коммуникации : (связи с общественностью как компонент интегрир. маркетинг. коммуникаций) / Ф. И. Шарков. - М. : РИП-холдинг, 2004. - 271 с.	1	+
7.	Шарков, Ф. И. Паблик рилейшнз : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков ; Международный ун-т бизнеса и упр. - 4-е изд. - Москва : Дашков и К., 2010. - 329 с.	1	+
8.	Кузнецов, В. Ф. Связи с общественностью : Теория и технологии / В. Ф. Кузнецов ; Пер. с англ. Никуличева Ю. В. ; Ин-т гуманитар. образования. - М. : Аспект Пресс, 2005. - 300 с.	9	+
9.	Маркони, Джо. PR: полное руководство / Джо Маркони ; пер. с англ. Д. Р. Геренава, Ю. П. Леоновой ; под общ. ред. Б. Л. Еремина. - М. : Вершина, 2006. - 255 с.	1	+
10.	Ворошилов, В. В. Современная пресс-служба / В. В. Ворошилов. - СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2005. - 254 с.	1	+
11.	Ромат, Е. В. Реклама в системе маркетинга : Учеб. пособие для экон. спец. вузов / Харьков. гос. акад. технологии и орг. питания ; Высш. шк. предпринимательства. - Харьков : Студцентр, 1995. - 223 с.	1	+
12.	Песоцкий, Е. А. Реклама и психология потребителя / Е. А. Песоцкий. - Ростов н/Д : Феникс, 2004. - 187 с.	1	+
13.	Шарков, Ф. И. Интегрированные рекламные коммуникации : [Учеб. для вузов по специальности "Связи с общественности"] / Ф. И. Шарков. - М. : РИП-холдинг, 2004. - 269 с.	6	+
14.	Шарков, Ф. И. Теория коммуникации : (баз. курс) / Ф. И. Шарков. - 2-е изд. - М. : РИП-холдинг, 2004. - 245 с.	1	+
<i><b>Дополнительная литература</b></i>			
15.	Коган, А. Ф. Реклама в малом бизнесе / Коган А. Ф., Шапошникова Н. Н. ; Худож. А. Удовенко. - Харьков : Рубикон : Оригинал, 1994. - 78 с.	1	+
16.	Ромат, Е. В. Реклама в системе маркетинга : Учеб. пособие для экон. спец. вузов / Харьков. гос. акад. технологии и орг. питания ; Высш. шк. предпринимательства. - Харьков : Студцентр, 1995. - 223 с.	1	+
17.	Самое главное в PR : [пер. с англ.] / У. Аги, Г. Кэмерон, Ф. Олт, Д. Уилкоккс. - СПб. и др. : Питер, 2004. - 558 с.	1	+

18.	Кондратьев, Э. В. Связи с общественностью : учебное пособие по специальности "Менеджмент организации", "Маркетинг" / Э. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов. - Изд. 4-е. - М. : Акад. Проект, 2007. - 430, [1] с.	1	+
19.	Реклама: палитра жанров / Ученова В.В., Шомова С.А., Гринберг Т.Э., Конаныхин К.В. - М. : Холдинг, 2000. - 96 с.	1	+
20.	Джефкинс, Ф. Реклама : [Учеб. пособие для вузов по специальности 350700 - Реклама] / Ф. Джефкинс ; Пер. с англ. под ред. Б. Л. Еремина. - М. : ЮНИТИ, 2002. - 543 с.	1	+
21.	Джефкинс, Ф. Паблик рилейшнз : Учеб. пособие для студентов вузов по специальности 350400 "Связи с общественностью" / Фрэнк Джефкинс, Дэниэл Ядин ; пер. с англ. под ред. Б. Л. Еремина. - М. : Юнити, 2003. - 400 с.	1	+
22.	Уэллс, У. Реклама: принципы и практика / У. Уэллс, Д. Бернет, С. Мориарти, пер. Е. Алюшинская ; Пер. с англ. Е. Алюшинская и др. ; Под науч. ред. С. Г. Божук. - СПб. и др. : Питер, 2003. - 236 с.	1	+
23.	Имшинецкая, Ия А. Программа сотрудничества с клиентом или Как привлечь новых и удержать постоянных клиентов / И. Имшинецкая. - М. : РИП-холдинг, 2005. - 127 с.	1	+
24.	Назайкин, А. Медиариелейшнз на 100% : искусство взаимодействия с прессой / Александр Назайкин. - Москва : Альпина Паблишерз, 2010. - 411 с.	1	+
25.	Музыкант, В. Л. Формирование брэнда средствами рекламы и PR : Учеб. пособие / В. Л. Музыкант. - М. : Экономистъ, 2004. - 606 с.	1	+

## 15. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

Теория и практика рекламы. СМИ. РА

<http://advtime.ru/>

[www.sostav.ru](http://www.sostav.ru)

Реклама в регионах

<http://reklama-region.com/>

Рекламные идеи

О брендинге и креативе

<http://www.advi.ru/>

Реклама и маркетинг

<http://www.adindex.ru/>

[www.advesti.ru](http://www.advesti.ru)

<http://www.media-online.ru/>

RWR. Реклама в России

[www.gwr.ru](http://www.gwr.ru)

Shturmuu.ru. Реклама Екатеринбурга, России и всего мира

<http://www.shturmuu.ru>

Ближнее зарубежье

Ассоциация рекламных организаций Белоруссии

<http://www.reklam.by/>

Все о PR в Украине

<http://www.propr.com.ua>

Рекламный украинский портал

<http://www.rup.com.ua/>

Proreklamu в Украине

<http://www.proreklamu.com/>

Специализированные сайты

Ассоциации

Ассоциация Коммуникационных Агентств России

<http://www.akarussia.ru/>

Ассоциация рекламодателей

<http://www.assadv.ru/>

Национальная рекламная ассоциация

<http://www.rosnra.ru/>

Рекламная Федерация Регионов

<http://www.rfr.ru/>

Брендинг

[www.allbranding.ru](http://www.allbranding.ru)

Исследования

Аналитический Центр Видео Интернешнл

<http://www.acvi.ru/>

Comcon

<http://www.comcon-2.ru/>

TNS

[www.tns-global.ru](http://www.tns-global.ru)

Креатив

Adme. Креативная реклама

<http://www.adme.ru>

<http://www.triz-chance.spb.ru>

Маркетинг

Российская ассоциация маркетинга

<http://www.ram.ru/>

Энциклопедия маркетинга

<http://www.marketing.spb.ru/>

4p.ru

Маркетинг портал

<http://www.4p.ru>

Медиапланирование

Технология продажи ТВ рекламы по GRP

[www.grp.ru](http://www.grp.ru)

Mediaplan

<http://www.mediaplan.ru/>

Наружная реклама

Outdoor.ru. Наружная реклама

<http://www.outdoor.ru>

Нейминг

Нейминговое агентство Naming.ru

<http://www.naming.ru/>

PR

Конкурс на получение премии в области связей с общественностью

<http://www.pr-proba.ru/>

Российская ассоциация по связям с общественностью

<http://www.raso.ru/>

[www.sovetnik.ru](http://www.sovetnik.ru)

<http://PR-life.ru/>

Сайт Гильдии издателей периодической печати

[www.gipp.ru](http://www.gipp.ru)

Национальная ассоциация теле вещателей

<http://www.nat.ru/>

Национальная тиражная служба

<http://www.pressaudit.ru/>

Российская академия радио

<http://www.radioacademy.ru/>

Media Guide

<http://www.mediaguide.ru/>

Социальная реклама

Ресурсы социальной рекламы

<http://www.1soc.ru/>

<http://www.socreklama.ru/>

## 16. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДОННУ № 46484614);
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДОННУ лицензия № 46472919);
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы DreamSpark для высших учебных заведений);
4. Лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения: FreeLab, Scilab, R Studio, Python, Eclipse, Free Pascal, Tries Mode, Prolog, Антивирус Касперского, Linux Fedora, Libre Office, Adobe Acrobat Reader, xPDF, Blender, КОМПАС-3D LT, Paint.NET, Gimp.

Рабочая программа рассмотрена и переутверждена на заседании кафедры журналистики с изменениями (без изменений) на 20 \_\_\_\_ год.

Протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ И.М. Артамонова