

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



УТВЕРЖДАЮ
Декан ФСТ

УТВЕРЖДАЮ /В.П. Шалаев/
(Ф.И.О. декана (директора института))

01.03.2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

М.1.1.8 Прогнозирование, проектирование и моделирование в рекламе

(код и наименование дисциплины по учебному плану)

Направление подготовки
(специальность)

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника

Магистр

(бакалавр/магистр/специалист)

Программа магистратуры

Реклама и связи с общественностью в государственных,
коммерческих и некоммерческих организациях

Курс 1, 2

Семестр 2, 3, 4

Распределение учебного времени

Трудоемкость по учебному плану	252 / 7	часов/зачетных единиц
Лекции	4	часов
Лабораторные работы	-	часов
Практические занятия	6	часов
Иная контактная работа	-	часов
Всего контактной работы (без учета экз.)	10	часов
Контактная работа по экзамену	6	часов
Курсовой проект (работа)	-	семестр
Самостоятельная работа обучающихся (без учета экз.)	206	часов
Самостоятельная работа по подготовке к экзамену	30	часов
Экзамен	4	семестр
Зачет	3	семестр
БРК, ДЗ	-	семестр

(год)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО направления подготовки (специальности) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Программу составили:

профессор с ученой степенью доктора наук	СНиТ	СОГЛАСОВАНО	О.В. Пчелина
(должность)	(кафедра)		(И.О. Фамилия)

РАССМОТРЕНА и ОДОБРЕНА на заседании кафедры, за которой закреплена дисциплина
Кафедра социальных наук и технологий

	(наименование кафедры)	
31.01.2023	протокол № 7	
(дата)		
Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	В.П. Шалаев
		(И.О. Фамилия)

Рабочая программа СОГЛАСОВАНА с факультетом (институтом), выпускающей(ими)
кафедрой(ами).
СООТВЕТСТВУЕТ действующей ОП.

Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	В.П. Шалаев
		(И.О. Фамилия)

Председатель методической комиссии факультета (института), в который входит
выпускающая кафедра

СОГЛАСОВАНО	В.П. Комисар
	(И.О. Фамилия)

Эксперт(ы): Михаил Ананьевич Винокуров, главный редактор газеты "Ваш новый день"

Рабочая программа проверена и зарегистрирована в УМЦ 06.03.2023 г.

Специалист учебно-методического центра СОГЛАСОВАНО /Т.А. Смирнова/

Раздел 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является достижение планируемых результатов обучения, соответствующих установленным в ОПОП индикаторам достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
1. УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИУК-2.1. Формулирует на основе поставленной проблемы проектную задачу и способ ее решения через реализацию проектного управления	знания: Знает проектную задачу и способ ее решения через реализацию проектного управления умения: Умеет поставить проблему, формулировать проектные задачи с целью их решения через реализацию проектного управления навыки: Обладает способностью решить поставленные проблемы и задачи применяя методики проектного управления
	ИУК-2.2. Разрабатывает концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель, задачи, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения	знания: Знает технологии разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель, задачи, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения умения: Умеет разрабатывать концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель, задачи, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения навыки: Обладает навыками разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель, задачи, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения
	ИУК-2.3. Планирует необходимые ресурсы, в том числе с учетом их заменимости	знания: Знает источники ресурсов, в том числе с учетом их заменяемости умения: Умеет планировать необходимые ресурсы, в том числе с учетом их заменяемости навыки: Обладает навыками разработки плана проекта, его реализации с учетом заменяемости ресурсов в ходе исполнения проекта
	ИУК-2.4. Разрабатывает план реализации проекта с использованием инструментов планирования	знания: Знает методику разработки плана реализации проекта с использованием инструментов планирования умения: Умеет разрабатывать план реализации проекта с использованием инструментов планирования навыки: Обладает навыками разработки плана реализации проекта с использованием инструментов планирования

	ИУК-2.5. Осуществляет мониторинг хода реализации проекта, корректирует отклонения, вносит дополнительные изменения в план реализации проекта, уточняет зоны ответственности участников проекта	<p>знания: Знает методику проведения мониторинга хода реализации проекта, корректирует отклонения, вносит дополнительные изменения в план реализации проекта, уточняет зоны ответственности участников проекта</p> <p>умения: Умеет проводить мониторинг хода реализации проекта, корректирует отклонения, вносит дополнительные изменения в план реализации проекта, уточняет зоны ответственности участников проекта</p> <p>навыки: Обладает навыками мониторинга хода реализации проекта, корректирует отклонения, вносит дополнительные изменения в план реализации проекта, уточняет зоны ответственности участников проекта</p>
2. ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4.1. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп	<p>знания: Знает методы интерпретации данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп</p> <p>умения: Умеет интерпретировать данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп</p> <p>навыки: Обладает навыками интерпретации данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп</p>
	ОПК-4.2. Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов	<p>знания: Знает организацию процесса изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов</p> <p>умения: Умеет организовать процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов</p> <p>навыки: Обладает навыками организации процесса изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов</p>

3. ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности	знания: Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности умения: навыки:
	ОПК-7.2. Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности	знания: Знает методы осуществления профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности умения: Умеет осуществлять профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений, применять при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности навыки: Обладает навыками осуществления профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений, навыками применения при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности
4. ПКО-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПКО-1.1. Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/PR-агентства	знания: Знает способы выполнения функционала руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/PR-агентства умения: Умеет выполнять функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/PR-агентства навыки: Обладает навыками выполнения функционала руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/PR-агентства

<p>ПКО-1.2.</p> <p>Организовывает работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>	<p>знания: Знает методы организации работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p> <p>умения: Умеет организовать работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p> <p>навыки: Обладает навыками организации работы по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>
<p>ПКО-1.3. Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>знания: Знает способы контроля и регулирования хода выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>умения: Умеет контролировать и регулировать ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>навыки: Обладает навыками контроля и регулирования хода выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью</p>
<p>ПКО-1.4. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения /предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы</p>	<p>знания: Знает специфику функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения /предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы</p> <p>умения: Умеет выстраивать работу подразделения /предприятия, применять технологии организации коммуникационной работы</p> <p>навыки: Обладает навыками выстраивания работы подразделения /предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы</p>

Раздел 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП.

Дисциплина является обязательной

Для продолжения формирования заявленных компетенций необходимы знания предшествующих дисциплин: Управление коммуникационными проектами (УК-2), Этические и правовые стандарты в рекламной деятельности (ОПК-7), Этические и правовые стандарты в рекламной деятельности (ПКО-1), Управление коммуникационными проектами (ПКО-1), Исследование целевых аудиторий (ОПК-4); практик: Производственная практика. Профессионально-творческая практика (ОПК-4), Производственная практика. Научно-исследовательская работа (рассредоточенная) (ОПК-4), Производственная практика. Научно-

исследовательская работа (рассредоточенная) (ОПК-7), Производственная практика. Научно-производственная практика (ОПК-7)
 Изучаемая дисциплина является основой для продолжения формирования указанных компетенций в следующих практиках: Преддипломная практика (ПКО-1); государственной итоговой аттестации в форме: Выполнение и защита выпускной квалификационной работы (УК-2), Выполнение и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-4), Выполнение и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-7), Выполнение и защита выпускной квалификационной работы (ПКО-1)

Раздел 3. ОПИСАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Для формирования заявленных компетенций используются методологические технологии, реализующие деятельностный, личностно-ориентированный, практико-ориентированный подходы.

Основными стратегическими технологиями являются: игровые процедуры, имитационное моделирование, лекционные занятия, практические занятия

На достижение конкретных целей обучения направлены применяемые тактические технологии: case-study, игровое проектирование, информационные, классическая лекция, мини-проекты

Раздел 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
Методологические основы прогнозирования в рекламе	72	ОПК-4, ОПК-7, ПКО-1, УК-2
Лекция. Методологические основы прогнозной деятельности.	2	
Практическое занятие. Рекламный прогноз: его цели, задачи, функции. Типы и виды рекламной прогноза. Социальная и рекламная диагностика как основа прогнозирования.	2	
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение Методологические основы прогнозной деятельности. Рекламная деятельность как явление и технология. Реклама как технологический процесс. Роль и место прогнозной деятельности в РК. Генезис концептуального видения будущего. Зарождение футурологии. Основные этапы развития прогностики. Общий обзор классических и не-классических учений футурологии. Отечественная школа футурологии: ее исторические корни и особенности. Основные концептуальные подходы в прогнозировании, их общее и особенное. Сущность, принципы и содержание прогнозирования, его место в РК.	68	
Иная контактная работа:	0	

3 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
Методологические основы проектирования в рекламе	36	ОПК-4, ОПК-7, ПКО-1, УК-2
Лекция. Специфика проектирования в рекламе	2	
Практическое занятие. Концепция проекта, фазы жизненного цикла проекта	2	
Этапы проектного цикла и фазы логико-структурного подхода		
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение		
Специфика проектирования в рекламе Классификация проектов, цели и функции проектирования Проект как объект управления Формирование и развитие команды проекта Концепция проекта, фазы жизненного цикла проекта Этапы проектного цикла и фазы логико-структурного подхода Основные виды проектной документации Мониторинг проекта, оценка проекта Технологии конструирования проектных заявок Разработка проекта согласно форме конкурсной заявки, разработка бюджета проекта Фонды и гранты Фандрайзинг	32	
Иная контактная работа:	0	

4 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
Методологические основы моделирования в рекламе.	108	ОПК-4, ОПК-7, ПКО-1, УК-2
Практическое занятие. Моделирование в РК: цели, принципы и особенности.	2	

Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение Системный анализ как основа прогнозной деятельности и моделирования. Прогнозное моделирование как метод научного анализа. Особенности применения прогнозирования и моделирования в РК. Зарубежный опыт рекламной прогностики и моделирования. Отечественный опыт рекламной прогностики и моделирования. Рекламный прогноз: его цели, задачи, функции. Типы и виды рекламного прогноза. Логика прогнозного исследования. Технология рекламного прогнозирования: основные этапы, процедуры и операции. Социальная и рекламная диагностика как основа прогнозирования. Методы социального и РК прогнозирования, их классификация. Требования к отбору методов прогноза. Экстраполяция как основа поискового прогноза. Методика составления экстраполяционного ряда. Моделирование как основа нормативного прогноза. Подходы к моделированию. Моделирование в РК сфере: особенности и ограничения. Экологические прогнозы: особенности разработки и анализа. Моделирование в РК: цели, принципы и особенности. Инновационное моделирование социальных процессов и явлений, его особенности. Социальное конструирование и РК: проблемный и предметный подходы.	106
Иная контактная работа:	0
Подготовка к экзамену	30
Проведение экзамена	6

Раздел 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины "Прогнозирование, проектирование и моделирование в рекламе" рекомендуется начать с ознакомления с рабочей программой, ее структурой и содержанием разделов. Учебный материал структурирован, изучение дисциплины осуществляется в тематической последовательности.

Занятия лекционного типа дают систематизированные знания по дисциплине "Прогнозирование, проектирование и моделирование в рекламе", концентрируют внимание на наиболее сложных и важных вопросах. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала; обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть проблемы, явления или процесса; зафиксировать выводы и практические рекомендации.

Подготовка к **занятиям семинарского типа** включает ознакомление с планом практического занятия; работу с конспектом лекций, выполнение домашнего задания, работу с учебной и учебно-методической литературой, научными изданиями и электронными образовательными ресурсами, рекомендованными рабочей программой дисциплины "Прогнозирование, проектирование и моделирование в рекламе". Содержание **самостоятельной работы** определяется рабочей программой дисциплины "Прогнозирование, проектирование и моделирование в рекламе", оценочными и методическими материалами, заданиями и указаниями преподавателя. Самостоятельная работа может осуществляться в аудиторной и внеаудиторной формах. Эффективным

средством осуществления самостоятельной работы является электронная информационно-образовательная среда университета, которая обеспечивает доступ к образовательной программе, рабочей программе дисциплины "Прогнозирование, проектирование и моделирование в рекламе", к электронным библиотечным системам, профессиональным базам данных и информационным справочным системам. Изучение дисциплины "Прогнозирование, проектирование и моделирование в рекламе" включает выполнение подготовку проекта. Периодичность проведения, формы текущего контроля успеваемости, система оценивания хода освоения дисциплин представлены в рабочей программе. Условия аттестации приведены в технологической карте, входящей в состав рабочей программы дисциплины "Прогнозирование, проектирование и моделирование в рекламе". Формой промежуточной аттестации по дисциплине "Прогнозирование, проектирование и моделирование в рекламе" является зачёт, экзамен.

Раздел 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Учебно-методическое обеспечение

№№ п/п	Список используемой литературы	Количество экземпляров печатных изданий, имеющих в библиотеке, или электронный адрес издания (ресурса) в сети Интернет
УЧЕБНЫЕ, УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ И НАУЧНЫЕ ИЗДАНИЯ		
1.	Стегний, Василий Николаевич. Социальное прогнозирование и проектирование [Текст : Электронный ресурс] : учебник для вузов / В. Н. Стегний. 2-е изд. Москва: Юрайт, 2022. - 182 с ISBN 978-5-534-07184-9.	https://urait.ru/bcode/492995
2.	Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. Москва: Дашков и К, 2016. - 512 с. ISBN 978-5-394-02549-5.	http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=70661
3.	Кузнецов, П. А. Современные технологии коммерческой рекламы [Электронный ресурс] : практическое пособие / Кузнецов П. А. Москва: Дашков и К, 2016. - 296 с. ISBN 978-5-394-01068-2.	https://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=70573
4.	Маркетинг PR и рекламы [Текст] : [учеб. для студентов вузов по специальности 080111 "Маркетинг" / И. М. Синяева и др.] ; под ред. И. М. Синяевой. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. - 494, [1] с. ISBN 978-5-238-02194-2. Экземпляры: всего 10.	10
5.	Марков, А. П. Проектирование маркетинговых коммуникаций [Текст] : рекламные технологии, связи с общественностью, спонсорская деятельность : [учеб. пособие по специальности 053100 "Соц.-культур. деятельность"] / А. П. Марков. Ростов-на-Дону: Феникс, 2006. - 542, [1] с. ISBN 5-222-10204-1. Экземпляры: всего 10.	10
6.	Сафронова, Валентина Михайловна. Прогнозирование, проектирование и моделирование в социальной работе [Текст] : [учеб. пособие для студентов вузов по направлению подгот. и специальности "Соц. работа"] / В.	5

	М. Сафронова. 2-е изд., стер. М.: Академия, 2008. - 234 с. ISBN 978-5-7695-5408-7. Экземпляры: всего 5.	
7.	Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. Москва: Дашков и К, 2017. - 296 с. ISBN 978-5-394-01470-3.	https://e.lanbook.com/book/93419
ЭЛЕКТРОННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ		
1.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU	http://elibrary.ru
2.	Научная электронная библиотека «Киберленинка»	http://cyberleninka.ru
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ		
1.	Справочно-правовая система Консультант+	http://www.consultant.ru
2.	Информационно-правовой портал Гарант	http://www.garant.ru

6.2. Материально-техническая база и программное обеспечение

№№ п/п	Аудитории для проведения учебных занятий, самостоятельной работы и проведения государственной итоговой аттестации	Перечень основного оборудования	Программное обеспечение
1.	333 (I)	Проектор мультимедийный Hitachi CP- RX93 (1), Телевизор LG 29M60 (1), Телевизор LG 72" CT-29 K35 VE (1), Экран настен. рулон. 200*200 см. Springroller Type D Medium (1), Экран настенный 200x200см (1), Комплект учебной мебели (1)	Справочная правовая система "Консультант Плюс", Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web, Комплект ГАРАНТ-Мастер, Комплект ПО для решения основных пользовательских задач
2.	340 (I)	Комплект учебной мебели (1)	Справочная правовая система "Консультант Плюс", Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web, Комплект ГАРАНТ-Мастер, Комплект ПО для решения основных пользовательских задач

Раздел 7. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ/ ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Критерии оценивания индикаторов достижения компетенций направлены на:

- усвоение теоретического материала (объем знаний, глубина усвоения), предусмотренного рабочей программой;
- умение излагать материал (четкость, грамотность изложения материала, точность и полнота воспроизведения учебного материала);
- умение применять теоретические знания при решении практических заданий.

Шкала оценивания представлена ниже.

Уровень сформированности элементов компетенции	Критерии оценивания	Шкала оценивания
Пороговый уровень	Обучающийся имеет знания основного материала, проявляет умение логично его излагать, но может допускать неточности в изложении материала, недостаточно правильные формулировки, испытывает затруднения в выполнении практических заданий.	удовлетворительно
Продвинутый уровень	Обучающийся твердо знает программный материал, излагает его грамотно и по существу, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения	хорошо
Высокий уровень	Обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, грамотно и логически стройно его излагает, дает исчерпывающие ответы на поставленные вопросы. В ответе тесно увязывается теория с практикой, при этом обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, показывает знакомство с монографической литературой, периодическими изданиями, правильно обосновывает принятые решения, свободно владеет разносторонними навыками, приемами выполнения практических работ	отлично

7.1. Промежуточная аттестация обучающихся

Промежуточная аттестация обучающихся направлена на оценивание результатов обучения по дисциплине (модулю) и проводится с использованием фондов оценочных средств.

Примеры типовых контрольных заданий из базы фонда оценочных средств по образовательной программе.

Экспертиза в системе РК прогноза выполняет функцию. . .

- а) культурно – воспитательную;
- б) нормативно – правовую;
- в) контрольно – охранительную.

Для выявления социальных проблем и ожиданий в обществе целесообразно использовать ...

- а) контент – анализ СМИ;
- б) массовое анкетирование;
- в) телефонный опрос.

Критерий – это ...

- а) количественно или качественно выраженный показатель степени достижения системой

своих целей

б) объект исследования

в) парадигма, базирующаяся на «общепринятых образцах» и выступающая основой частных теорий

Метод экстраполяции в прогнозировании основан на. . .

а) построение динамических рядов взаимосвязанных явлений из прошлого в настоящее и будущее;

б) возможности создания идеального образа будущего и разработки сценария его достижения из настоящего;

в) сходстве условий, вызвавших событие в прошлом и настоящем и возможности предвидеть возможное повторение события при возникновении условий в будущем.

"Прогнозирование, проектирование и моделирование в рекламе"

Экзаменационный билет №0

1. Прогнозное моделирование как метод научного анализа.
2. Классификация проектов, цели и функции проектирования
3. Моделирование в РК: цели, принципы и особенности.

Перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации

Вопросы к зачету

4. Прогнозное моделирование как метод научного анализа.
5. Система РК как объект прогнозно-проектного анализа (современные подходы определения сферы РК, перспектив ее развития).
6. Зарубежный опыт социальной прогностики и моделирования.
7. Отечественный опыт социальной прогностики и моделирования.
8. Нормативно-правовая база прогнозных исследований (анализ основных положений ФЗ «О государственном прогнозировании и программах социально-экономического развития РФ»).
9. Разновидности прогнозов в РК (экономические, прогнозы развития технологий, прогнозы развития конкуренции, прогнозы на основе опросов, социальное прогнозирование).
10. Потребительское поведение в современных условиях и ценность этих знаний для

прогнозирования в РК.

11. Оценка достоверности и точности прогнозов в РК. Причины возможных ошибок прогнозирования в РК.
12. Система РК как объект прогнозно-проектного анализа (современные подходы определения сферы РК, перспектив ее развития).
13. Моделирование как основа нормативного прогноза. Подходы к моделированию.
14. Моделирование в РК сфере: особенности и ограничения.
15. Моделирование в РК: цели, принципы и особенности.

Вопросы к экзамену

1. Система РК как объект прогнозно-проектного анализа (современные подходы определения сферы РК, перспектив ее развития).
2. Разновидности прогнозов в РК (экономические, прогнозы развития технологий, прогнозы развития конкуренции, прогнозы на основе опросов, социальное прогнозирование).
3. Виды, способы получения и требования к информации для прогнозирования в РК.
4. Цели прогнозирования в РК. Этапы прогнозирования в РК.
5. Методика и методы прогнозирования в РК.
6. Целевое, программное, проектное, комплексное прогнозирование в РК.
7. Особенности применения прогнозирования и моделирования в сфере РК.
8. Количественные методы прогнозирования в РК (анализ временных рядов, каузальное (причинно-следственное) моделирование).
9. Качественные методы прогнозирования в РК (совокупное мнение получателей услуг, модель ожидания получателей услуг, метод экспертных оценок).
10. Анализ внешней среды в процессе прогнозирования.
11. SWOT-анализ и прогнозные сценарии в РК: методика комплексного исследования.
12. SMART-анализ и прогнозные сценарии в РК: методика комплексного исследования.
13. Влияние рынка на развитие прогнозно-проектной деятельности (программно-целевое финансирование, обзор современных государственных программ в РК).
14. Нормативно-правовая база прогнозных исследований (анализ основных положений ФЗ «О государственном прогнозировании и программах социально-экономического развития РФ»).
15. Влияние рынка на развитие прогнозно-проектной деятельности (программно-целевое финансирование, обзор современных государственных программ в РК).
16. Инновационное моделирование социальных процессов и явлений, его особенности в РК.
17. Социальное конструирование и РК: проблемный и предметный подходы.

18. Специфика проектирования в рекламе
19. Классификация проектов, цели и функции проектирования
20. Проект как объект управления
21. Формирование и развитие команды проекта
22. Концепция проекта, фазы жизненного цикла проекта
23. Этапы проектного цикла и фазы логико-структурного подхода
24. Основные виды проектной документации
25. Мониторинг проекта, оценка проекта
26. Технологии конструирования проектных заявок
27. Разработка проекта согласно форме конкурсной заявки, разработка бюджета проекта
28. Фонды и гранты
29. Фандрайзинг