

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о подписи:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 20.05.2024 11:38:57
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой МиМУ
_____ М.Л. Белоножко
«_____» _____ 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплина: Конфликтология в рекламе и связях с общественностью
направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль): Диджитал маркетинг
форма обучения: очная, заочная

Рабочая программа рассмотрена
на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

Протокол № 10а от 5 мая 2023 г.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины: Сформировать у обучающихся знание, умение и навыки компетентного поведения в конфликте на основе системного представления о данном универсальном социальном явлении, его роли и значимости в развитии общества и человека, что позволит будущим специалистам оптимизировать коммуникационное взаимодействие в процессе профессиональной деятельности.

Основными задачами изучения курса являются:

1. Формирование представлений о принципах организации рекламной компании для понимания возможностей преодоления потенциальных конфликтов в процессе ее реализации.

2. Формирование навыков использования нормативных документов, направленных на профилактику и регулирование конфликтного взаимодействия.

4. Изучение переговорного процесса и формирование навыков их проведения.

5. Систематизация знаний и формирование умений и навыков конструктивного взаимодействия с представителями СМИ, размещающих рекламные материалы.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Конфликтология в рекламе и связях с общественностью» относится к дисциплинам части Блока 1, формируемого участниками образовательных отношений, учебного плана.

Для полного усвоения данной дисциплины обучающиеся должны знать следующие дисциплины учебного плана: «Социология рекламы и связей с общественностью», «Правовое и этическое регулирование связей с общественностью и рекламы», «Управление коммуникационными проектами».

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

Знание:

- теорий управления организационным поведением сотрудников, основ работы в команде;

- правовых и этических основ функционирования медиакоммуникационных систем;

- возможных деструктивных последствий своей профессиональной деятельности;

- знание корпоративных стандартов, регламентов и иных локальных нормативных актов, регулирующих профессиональную деятельность.

Умения:

- осуществлять социальное взаимодействие в процессе самореализации на основе применения стратегии сотрудничества, учитывая социально-психологические особенности личности, проявляя толерантность;

- применять правовые и этические нормы для формирования бесконфликтного социального взаимодействия в процессе функционирования медиакоммуникационных систем;

- осуществлять отбор информации в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами;

- реализовывать деловые переговоры для формирования конструктивных отношений с партнерами.

Владение:

- методиками оценки групповой динамики, роли лидеров, усиления факторов, определяющих конструктивное взаимодействие в команде;

- навыками учета специфики профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью;

- методами отбора информации и приемов рекламной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами;
- навыками организации публичных мероприятий, продвижения рекламного продукта в интересах организации и потребителя.

Содержание дисциплины «Конфликтология в рекламе и связях с общественностью» служит основой для освоения дисциплин: «Копирайтинг и нейминг».

3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
1	2	3
ПКС-3. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПКС-3.2 Внедряет проекты и мероприятия при реализации коммуникационных кампаний	Знать 3.1. основы проектной деятельности
		Знать 3.2. основные принципы организации рекламной кампании
		Уметь У.1. подготавливать предложения подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ
		Уметь У.2. организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия

4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Контроль, час	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия			
1	2	3	4	5	6	7	
очная	3/5	32	32	-	44	36	экзамен
заочная	4/7	8	6	-	117	9	экзамен

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины.

очная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.1

№	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	п/п	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Общая теория конфликта	5	5	-	7	17	ПКС-3.2	Презентации Приложение 1 Структурный анализ конфликта Приложение 2
2	2	Поведение личности в конфликте	5	5	-	7	17	ПКС-3.2	Доклад Приложение 3, кейс Приложение 4
3	3	Групповые конфликты	5	5	-	7	17	ПКС-3.2	Работа в подгруппах Приложение 5 Кейс Приложение 6
4	4	Конфликты в различных сферах общественной жизни	5	5	-	7	17	ПКС-3.2	Презентации Приложение 7
5	5	Конфликты в сфере рекламы и связей с общественностью	6	6	-	8	20	ПКС-3.2	Презентации Приложение 8 Работа в подгруппах Приложение 9
6	6	Управление конфликтами	6	6	-	8	20	ПКС-3.2	Работа в подгруппах Приложение 10 Деловая игра Приложение 11
			32	32	-	44	108		
7	Экзамен		-	-	-	36	36	ПКС-3.2	Экзаменационные вопросы (Приложение 12)
Итого:			32	32	-	80	144		

заочная форма обучения (ЗФО)

Таблица 5.1.2

№ п/ п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Общая теория конфликта	1	1		20	22	ПКС-3.2	Презентации Приложение 1 Структурный анализ конфликта Приложение 2
2	2	Поведение личности в конфликте	1	1		20	22	ПКС-3.2	Доклад Приложение 3, кейс Приложение 4
3	3	Групповые конфликты	1	1		20	22	ПКС-3.2	Работа в подгруппах Приложение 5 Кейс Приложение 6
4	4	Конфликты в различных сферах общественной жизни	1	1		20	22	ПКС-3.2	Презентации Приложение 7
5	5	Конфликты в сфере рекламы и связей с общественностью	2	1		20	23	ПКС-3.2	Презентации Приложение 8 Работа в подгруппах Приложение 9
6	6	Управление конфликтами	2	1		21	24	ПКС-3.2	Работа в подгруппах Приложение 10 Деловая игра Приложение 11
			8	6	-	121	135		
7	Экзамен					9	9	ПКС-3.2	Экзаменационные вопросы (Приложение 12)
Итого:			8	6		130	144		

Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)

Не реализуется.

5.2. Содержание дисциплины.

5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

Раздел 1. Общая теория конфликта.

Понятие конфликта. Феноменальность конфликтов. Развитие конфликтологических идей, конфликтология как междисциплинарная область знаний. Предмет и объект конфликтологии. Типология и классификация конфликтов. Способы протекания конфликта: конфронтация, соперничество, конкуренция. Позитивная и негативная сторона конфликта. Основные тенденции развития конфликтов. Структура и динамика конфликта.

Раздел 2. Поведение личности в конфликте.

Основные психологические концепции внутриличностного конфликта. Причины и особенности ВЛК. Формы проявления и способы разрешения ВЛК. Основные модели поведения личности в конфликтом взаимодействии. Стратегии поведения в конфликте, их характеристика. Типы конфликтных личностей. Понятие, особенности, сферы проявления межличностных конфликтов. Ситуационный подход (конфликт как реакция на внешнюю ситуацию). Бихевиоризм. М. Дойч (интерперсональные конфликты). Управление межличностным конфликтом в сфере рекламы и связей с общественностью.

Раздел 3. Групповые конфликты.

Понятие групповых конфликтов, их особенности, классификация. Конфликт «личность-группа». Проблемы формирования толерантного поведения в конфликте. Влияние кооперации и конкуренции на групповые процессы. «Закон социальных отношений». М. Шериф (межгрупповые конфликты). Когнитивистские подходы: конфликт как когнитивный феномен. К. Левин и теория поля. Теория баланса Ф. Хайдера. Столкновение несовместимых представлений и теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера. Ролевые конфликты, межличностные, внутригрупповые и межгрупповые.

Раздел 4. Конфликты в различных сферах общественной жизни.

Конфликты современного общества. Теории «конфликта цивилизаций», «миросистемной теории» и «конца истории». Международные конфликты в рамках мирового сообщества. Глобализация и антиглобализм. Миграция и проблемы мигрантов в современном мире. Экономические конфликты, как конфликт ценностей и интересов. Структура и формы этнических конфликтов. Этноконфликтные факторы в современном российском обществе и этнические конфликты в РФ. Институционализация политических конфликтов в современных демократических государствах. Организационный конфликт как межличностный и групповой конфликты. Этапы протекания. Способы разрешения конфликтов в организации.

Раздел 5. Конфликты в сфере рекламы и связей с общественностью.

Причины и особенности конфликтов в сфере рекламы и связей с общественностью. Субъекты конфликтов. Внутриличностные, межличностные и групповые конфликты массовых коммуникаций. Специфика форм проявления. Функции конфликта в сфере рекламы и связей с общественностью. Предупреждение и разрешение конфликтов в сфере рекламы и связей с общественностью. Правовые основы регулирования конфликтов в сфере рекламы и связей с общественностью. Институционализация и легитимизация конфликтов в сфере рекламы и связей с общественностью.

Раздел 6. Управление конфликтами.

Становление практики управления конфликтами и начало практической работы с ними. Основные понятия управления конфликтами: профилактика, регулирование, разрешение, соглашение. Факторы управляемости конфликтом (по Л. Крисбергу и Р. Дарендорфу). Характеристики конфликтующих сторон и их влияние на управляемость конфликтом. Способы урегулирования конфликтов: переговоры, посредничество, арбитраж, обязательный арбитраж, независимая экспертиза. Силовые методы разрешения конфликтов и факторы вызывающие необходимость применения силы. Переговоры как метод разрешения конфликтов. Общая стратегия и модели переговоров.

5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

Лекционные занятия

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	5	1	-	Введение в конфликтологию. Причины и функции конфликта. Структура и динамика конфликта.
2	2	5	1	-	Теории поведения личности и проблема внутриличностного конфликта. Поведение личности в межличностном конфликте.
3	3	5	1	-	Групповая динамика и конфликты. Конфликты в системе «личность и группа». Проблема лидерства. Межгрупповые конфликты.
4	4	5	1	-	Социально-экономические конфликты. Этнонациональные и политические конфликты. Организационные конфликты.
5	5	6	2	-	Конфликты в сфере рекламы Конфликты в системе связей с общественностью.
6	6	6	2	-	Управление конфликтами. Управление конфликтами в сфере рекламы и связей с общественностью.
Итого:		32	8	X	

Практические занятия

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практического занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	5	1	-	Общая теория конфликта.
2	2	5	1	-	Стратегии поведения личности в конфликте.
3	3	5	1	-	Особенности конфликтов в малых социальных группах.
4	4	5	1	-	Конфликты в различных сферах жизнедеятельности человека, их специфика.
5	5	6	1	-	Конфликты в сфере рекламы и связей с

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практического занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
					общественностью. Формирование толерантного поведения в конфликте средствами рекламы.
6	6	6	1	-	Управление конфликтами. Переговорный процесс как технология регулирования конфликтов.
Итого:		32	6	X	X

Лабораторные работы

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОФО		
1	2	3	4	5	6	7
1	1	7	20		Общая теория конфликта	Подготовка презентации Подготовка к структурному анализу конфликта
2	2	7	20		Поведение личности в конфликте	Подготовка к докладам, работе с кейсами
3	3	7	20		Групповые конфликты	Подготовка к практическим занятиям (проработка литературы, работа с ситуациями)
4	4	7	20		Конфликты в различных сферах общественной жизни	Подготовка презентации
5	5	8	20		Конфликты в сфере рекламы и связей с общественностью	Подготовка презентации Подготовка к практическим занятиям (проработка литературы, разработка кейсов)
6	6	8	21		Управление конфликтами	Подготовка к практическим занятиям (проработка литературы, работа с ситуациями), подготовка к деловой игре
7	экзамен	9	36	-	-	Подготовка к экзамену выполнение контрольной работы (ЗФО)
Итого СРС:		130	80	X	X	X

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий: визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);

- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия);
- проведение деловой игры (практические занятия).

6. Тематика курсовых работ/проектов

Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены.

7. Контрольные работы

7.1. Методические указания для выполнения контрольных работ.

Контрольная работа: методические рекомендации по выполнению контрольных работ для обучающихся всех направлений подготовки (уровень бакалавриата) заочной формы обучения / сост. С.С. Ситёва, отв. редактор Белоножка М.Л.; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2020. – 22 с.

7.2. Тематика контрольных работ

1. Конфликт как социальный феномен.
2. Основные категории конфликтологии.
3. Сущностная характеристика конфликта.
4. Типология и виды конфликтов.
5. Объективные и субъективные причины конфликтов.
6. Динамика конфликта.
7. Алгоритм управления конфликтом.
8. Диагностика и прогнозирование конфликта.
9. Технологии предупреждения конфликтов.
10. Влияние стрессоустойчивости личности на поведение в конфликте.
11. Стимулирование конструктивных конфликтов.
12. Стратегии разрешения конфликтов.
13. Организационные конфликты: причины, особенности, методы регулирования.
14. Паттерны поведения личности в конфликте.
15. Методы эмоциональной саморегуляции в конфликте.
16. Картография конфликта, как метод управления конфликтами в организации.
17. Технологии регулирования конфликтов.
18. Особенности конфликтов в малых социальных группах.
19. Конфликты в политической сфере.
20. Конфликты в сфере рекламы: причины, субъекты, технологии регулирования.
21. Конфликты в сфере связей с общественностью: причины, субъекты, технологии регулирования.
22. Переговоры как способ разрешения конфликтов в сфере рекламы и связей с общественностью.
23. Особенности управления конфликтами в сфере рекламы и связей с общественностью.
24. Роль руководителя в управлении конфликтами в организации.
25. Документация, применяемая при разрешении трудовых споров и конфликтов.

8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлена в таблице 8.1.

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1 текущая аттестация		
1	Готовая презентация по теме	10
2	Структурный анализ конфликта	5
3	Подготовка докладов.	10
4	Работа с кейсами	5
ИТОГО за первую текущую аттестацию		30
2 текущая аттестация		
5	Работа в подгруппе	10
6	Работа с кейсами.	10
7	Подготовка презентации.	10
ИТОГО за вторую текущую аттестацию		30
3 текущая аттестация		
8	Презентация	10
9	Работа в подгруппах	10
10	Работа в подгруппах	10
11	Деловая игра	10
ИТОГО за третью текущую аттестацию		40
ВСЕГО		100

8.3. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся заочной формы обучения представлена в таблице 8.2.

Таблица 8.2

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1	Готовая презентация по теме	10
2	Структурный анализ конфликта	5
3	Подготовка докладов.	10
4	Работа с кейсами	5
5	Работа в подгруппе	10
6	Работа с кейсами.	10
7	Подготовка презентации.	10
8	Презентация	10
9	Работа в подгруппах	10
10	Работа в подгруппах	10
11	Деловая игра	10
ИТОГО за третью текущую аттестацию		40
ВСЕГО		100

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- Электронно-библиотечная система (обеспечивающая доступ, в том числе к профессиональным базам данных) ООО «ЭБС ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>
- «Образовательная платформа ЮРАЙТ» (обеспечивающая доступ, в том числе к профессиональным базам данных) «Электронного издательства ЮРАЙТ» www.urait.ru
- Электронная библиотека/Электронный каталог Тюменского индустриального университета <http://webirbis.tsogu.ru/>
- Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU» (обеспечивающая доступ к профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам) <http://www.elibrary.ru>
- Электронно-библиотечная система (обеспечивающая доступ, в том числе к профессиональным базам данных) «IPRbooks» <http://www.iprbookshop.ru>
- Научно-техническая библиотека ФГАОУ ВО «РГУ нефти и газа (НИУ) имени И.М. Губкина» <http://elib.gubkin.ru/>
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет» <http://bibl.rusoil.net/>
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО «Ухтинский государственный технический университет» <http://lib.ugtu.net/books>
- Электронно-библиотечная система «Консультант студента» www.studentlibrary.ru
- Электронно-библиотечная система «PROFобразование» www.profspo.ru
- Национальная электронная библиотека (НЭБ) <https://rusneb.ru/>

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства:

1. Microsoft Office Professional Plus;
2. Microsoft Windows

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Обеспеченность материально-технических условий реализации ОПОП ВО

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
1	2	3	4
1	Конфликтология в рекламе и связях с общественностью	<p>Лекционные занятия: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации, Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран.</p> <p>Практические занятия: Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практические, лабораторные занятия); групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации. Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран.</p>	<p>625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д.70</p> <p>625039, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Мельникайте, д.70</p>

11. Методические указания по организации СРС**11.1. Методические указания по подготовке к практическим занятиям.**

На практических занятиях обучающиеся знакомятся с содержанием задания, изучают методику и выполняют письменную работу в формате практического задания. Для эффективной работы, обучающиеся должны иметь соответствующие канцелярские принадлежности, конспект лекций. В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающиеся могут прибегать к консультациям преподавателя.

Задания для выполнения на практических занятиях, раздаточный и справочный материал обучающиеся получают индивидуально от преподавателя.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Самостоятельная работа: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для обучающихся всех направлений подготовки (уровень бакалавриата) и форм обучения / сост. С.С. Ситёва, отв. редактор М.Л. Белоножко; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2020. – 16 с.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина Конфликтология в рекламе и связях с общественностью
 Код, направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
 Направленность (профиль): Диджитал маркетинг

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
1		2	3	4	5	6
ПКС-3. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПКС-3.2 Внедряет проекты и мероприятия при реализации коммуникационных кампаний	Знать 3.1. основы проектной деятельности	Не знает основы проектной деятельности	Знает основы проектной деятельности, допуская ряд ошибок	Знает основы проектной деятельности, допуская незначительные ошибки	В совершенстве знает основы проектной деятельности
		Знать 3.2. основные принципы организации рекламной кампании	Не знает основные принципы организации рекламной кампании	Знает основные принципы организации рекламной кампании, допуская ряд ошибок	Знает основные принципы организации рекламной кампании, допуская незначительные ошибки	В совершенстве знает основные принципы организации рекламной кампании

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
1		2	3	4	5	6
		Уметь У.1. подготавливать предложения подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ	Не умеет подготавливать предложения подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ	Умеет подготавливать предложения подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, допуская ряд ошибок	Умеет подготавливать предложения подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, допуская незначительные ошибки	В совершенстве умеет подготавливать предложения подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ
		Уметь У.2. организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	Не умеет организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	Умеет организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия , допуская ряд ошибок	Умеет организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия , допуская незначительные ошибки	В совершенстве умеет организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия

КАРТА
обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина: Конфликтология в рекламе и связях с общественностью
 Код, направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
 Направление (профиль): Диджитал маркетинг

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	Связи с общественностью в органах власти : учебник для вузов / М. М. Васильева, С. Б. Елина, Ю. Г. Жеглова, В. В. Мехонцев [и др.]. - 2-е изд., пер. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2022. - 432 с. - (Высшее образование). - ЭБС "Юрайт". - ISBN 978-5-534-14228-0. - Текст : непосредственный. — URL: https://urait.ru/bcode/489016	ЭР*	25	100	+
2	Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ЭБС "Юрайт". — ISBN 978-5-534-12406-4. — Текст : непосредственный. — URL: https://urait.ru/bcode/496255	ЭР*	25	100	+

*ЭР – электронный ресурс доступный через Электронный каталог/Электронную библиотеку ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>

Лист согласования

Внутренний документ "Конфликтология в рекламе и связях с общественностью_2023_42.03.01_ДМБ"

Документ подготовил: Бибик Лариса Николаевна

Документ подписал: Белоножко Марина Львовна

Серийный номер ЭП	Должность	ФИО	ИО	Результат
	Заведующий кафедрой, имеющий ученую степень доктора наук	Белоножко Марина Львовна		Согласовано
	Специалист 2 категории		Зорина Мария Ивановна	Согласовано
	Директор	Каюкова Дарья Хрисановна	Кислицина Мухаббат Абдурахмановна	Согласовано