

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ АКАДЕМИЯ (ФИЛИАЛ)
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО АВТОНОМНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КРЫМСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
В.И. ВЕРНАДСКОГО» в г. ЯЛТЕ**

**КАФЕДРА ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОГО ИСКУССТВА, МЕТОДИКИ
ПРЕПОДАВАНИЯ И ДИЗАЙНА**

**Методические рекомендации
для самостоятельной работы обучающихся
по дисциплине (модулю)
МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА КОММУНИКАЦИЙ**

Ялта – 2018 г.

**УДК
ББК**

Методические рекомендации для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) Маркетинговая политика коммуникаций / Сост. Милокумов С.А., Чвала М.С. – Ялта: РИО ГПА, 2018. – 9 с.

Содержат виды заданий для самостоятельной работы по дисциплине «Маркетинговая политика коммуникаций», тематический план курса, рекомендации для подготовки доклада и его защиты, требования к оформлению презентации, перечень учебной литературы, необходимой для освоения тем.

Предназначены для студентов очной и очно-заочной форм обучения направления подготовки: 54.04.01 Дизайн, магистерской программы: «Графический дизайн».

Составители: Милокумов С.А., Чвала М.С.

Рецензент Михальченко М.С., профессор.

Рассмотрено на заседании кафедры философии и социальных наук Протокол №__ от _____ 2018 г.

Заведующий кафедрой изобразительного искусства, методики преподавания и дизайна,
канд. пед. наук, доц.

Максименко А.Е.

© Милокумов С.А., Чвала М.С., 2018 г.

© Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского» в г. Ялте, 2018 г.

Содержание

Введение.....	4
Виды заданий для самостоятельной работы	5
Тематический план курса	5
Написание и защита доклада, подготовка к сообщению или беседе на занятии по заданной преподавателем теме	6
Требования к оформлению презентации	7
Литература	9

Одной из важнейших стратегических задач современной профессиональной школы является формирование профессиональной компетентности будущих специалистов. Выпускники должны уметь осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; использовать информационно-коммуникативные технологии для совершенствования профессиональной деятельности; заниматься самообразованием. Обозначенные требования к подготовке студентов делают их конкурентоспособными на современном рынке труда. В этой связи, все большее значение приобретает самостоятельная работа обучающихся, создающая условия для формирования у них готовности и умения использовать различные средства информации с целью поиска необходимого знания.

Цель изучения дисциплины «Маркетинговая политика коммуникаций»:

– сформировать у студентов компетенции в системе маркетинговых коммуникаций предприятия, направленных на эффективное продвижение его товаров/услуг на рынок.

Задачи:

- предоставить студентам знания по вопросам теории маркетинговых коммуникаций;
- научить студентов определять систему, объекты и субъект управления маркетинговыми коммуникациями;
- раскрыть особенности управления маркетинговыми коммуникациями предприятия;
- проанализировать функции, принципы и методы формирования маркетинговой политики коммуникаций;
- научить студентов формировать эффективную систему управления маркетинговыми коммуникациями предприятия;
- сформировать у студентов навыки практического использования современных средств управления и организации системы маркетинговых коммуникаций, определению эффективности, разработанной коммуникативной политики.

Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Материально-техническое и информационно-техническое обеспечение самостоятельной работы обучающихся включает в себя:

- библиотеку с читальным залом, укомплектованную в соответствии с существующими нормами;
- учебно-методическую базу учебных кабинетов;
- компьютерные классы с возможностью работы в INTERNET;
- аудитории для консультационной деятельности;
- учебную и учебно-методическую литературу, разработанную с учетом увеличения доли самостоятельной работы студентов, и иные материалы.

Видами заданий для самостоятельной работы являются:

- *для овладения знаниями:* чтение текста (учебника, сборника научных статей и др. литературы), конспектирование текста, выписки из текста, работа со справочниками, учебно-исследовательская работа, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.
- *для закрепления и систематизации знаний:* работа с конспектом лекции, обработка текста, повторная работа над учебным материалом (учебника, сборника научных статей и др. литературы, аудио и видеозаписей, составление таблиц для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, конспект-анализ и др), завершение аудиторных практических работ, подготовка мультимедиа сообщений/докладов к выступлению на семинаре, материалов-презентаций и др.
- *для формирования умений:* решение профессиональных задач, подготовка к деловым играм, проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности, рефлексивный анализ профессиональных умений и др.

Виды практических заданий для самостоятельной работы студентов

1. Составить опорный конспект по теме...
2. Сформулировать вопросы...
3. Сформулировать собственное мнение...
4. Дать определения следующим терминам...
5. Подготовить доклад.
6. Обработать и систематизировать подобранную информацию по теме.
7. Подготовить публичное выступление по материалам доклада, подготовить презентацию, иллюстрирующую основные положения работы.

Тематический план курса

По структуре курс дисциплины «Маркетинговая политика коммуникаций» состоит из двух разделов (модулей). Модуль первый «Теоретические положения и методологические основы системы маркетинговых коммуникаций». Модуль второй «Организация эффективных маркетинговых коммуникаций предприятия».

Содержательный модуль 1. Теоретические положения и методологические основы системы маркетинговых коммуникаций.

Тема 1. Введение. Общая характеристика коммуникационного процесса.

Тема 2. Понятие про систему маркетинговых коммуникаций.

Тема 3. Элементы СМК и их характеристика.

Тема 4. Стратегические решения по коммуникациям.

Темы докладов или презентаций.

1. Процесс маркетинговых коммуникаций.
2. Главные аспекты стратегии интегрированных маркетинговых коммуникаций.
3. Источники распространения рекламы.
4. Характеристики средств распространения рекламы.
5. Алгоритм планирования комплекса маркетинговых коммуникаций.

Библиографический список

1. Поляков, В.А. Основы рекламы : учебное пособие / В.А. Поляков, Г.А. Васильев. – М. : Юнити-Дана, 2015. – 718 с. – Библиогр. в кн. – ISBN 5-238-01059-1 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114432> (23.03.2016).

2. Радомский, В.М. Информационные системы и технологии в изобретательской деятельности и рекламе : учебное пособие / В.М. Радомский. – Самара : Самарский государственный архитектурно-строительный университет, 2012. – 148 с. – ISBN 978-5-9585-0483-1 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=143495> (23.03.2016).

Содержательный модуль 2. Организация эффективных маркетинговых коммуникаций предприятия.

Тема 1. Информационное обеспечение маркетинговых коммуникаций.

Тема 2. Организация маркетинговых коммуникаций.

Тема 3. Деловое общение. Организация и проведение деловых совещаний и переговоров.

Темы докладов или презентаций.

1. Методы оценки эффективности рекламы
2. Формирования позитивного имиджа фирмы
3. Методы public relations.
4. Основные средства стимулирования сбыта.
5. Сущность и последовательность осуществления стратегического маркетингового планирования.
6. Реклама гостиничного продукта.

7. Торговые ярмарки / выставки в деятельности предприятия как эффективное средство коммуникаций (на конкретном примере).
8. Формирование и продвижение корпоративного имиджа.
9. Планирование и организация проведения ПР – кампании конкретного предприятия.
10. Ведение деловых переговоров и этика делового общения.
11. Современная реклама и ПР на Западе и в России: общее и особенное.

Библиографический список

1. Лазарев, Д. Презентация: Лучше один раз увидеть! / Д. Лазарев ; под ред. Н. Казакова. – 3-е изд. – М. : Альпина Паблишерз, 2014. – 126 с. : схем., ил. – ISBN 978-5-9614-1445-5; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=81494> (23.03.2016).
2. Мамедова Т. Управление проектом в сфере графического дизайна / науч. ред. Л. Беншуша ; пер. с англ. Т. Мамедова. – М. : Альпина Паблишер, 2013. - 220 с. : ил. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9614-2246-7 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279041>.
3. Олешко, Е.В. Техника и технология СМИ: шрифтовая культура массмедиа : учебное пособие / Е.В. Олешко. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2012. – 150 с. – ISBN 978-5-7996-0688-6 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=240428> (14.04.2016).
4. Поляков, В.А. Основы рекламы : учебное пособие / В.А. Поляков, Г.А. Васильев. – М. : Юнити-Дана, 2015. – 718 с. – Библиогр. в кн. – ISBN 5-238-01059-1 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114432> (23.03.2016).
5. Радомский, В.М. Информационные системы и технологии в изобретательской деятельности и рекламе : учебное пособие / В.М. Радомский. – Самара : Самарский государственный архитектурно-строительный университет, 2012. – 148 с. – ISBN 978-5-9585-0483-1 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=143495> (23.03.2016).

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

Преподаватель осуществляет управление самостоятельной работой, регулирует ее объем, осуществляет контроль выполнения всеми обучающимися группы. Для удобства преподаватель может вести ведомость учета выполнения самостоятельной работы, что позволяет отслеживать выполнение минимума заданий, необходимых для допуска к итоговой аттестации по дисциплине.

В процессе самостоятельной работы обучающиеся приобретают навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления и становятся активными самостоятельными субъектами учебной деятельности.

Обучающиеся самостоятельно определяют режим своей самостоятельной работы и меру труда, затрачиваемого на овладение знаниями и умениями по дисциплине.

При выполнении самостоятельной работы обучающиеся имеют право обращаться к преподавателю за консультацией с целью уточнения задания, формы контроля выполненного задания.

Написание и защита доклада, подготовка к сообщению или беседе на занятии по заданной преподавателем теме

1. Выберите тему из предложенной преподавателем тематики докладов и сообщений. Вы можете самостоятельно предложить тему с учетом изучаемого теоретического материала. Предложенная тема должна содержать проблему, быть связанной с современным состоянием развития металлургической отрасли или отражать потребности работодателя (какого).

2. При подготовке доклада, сообщения используйте литературу по выбранной теме, электронные библиотеки или другие Интернет-ресурсы.

3. Сделайте цитаты из книг и статей по выбранной теме (обратите внимание на непонятные слова и выражения, уточнить их значение в справочной литературе).

4. Проанализируйте собранный материал и составьте план сообщения или доклада, акцентируя внимание на наиболее важных моментах.

5. Напишите основные положения сообщения или доклада в соответствии с планом, выписывая по каждому пункту несколько предложений.

6. Перескажите текст сообщения или доклада, корректируя последовательность изложения материала.

7. Подготовленный доклад должен сопровождаться презентацией, иллюстрирующей его основные положения.

Показатели оценки результатов выполненной работы:

- полнота и качество информации по заданной теме;
- свободное владение материалом сообщения или доклада;
- логичность и четкость изложения материала;
- наличие и качество презентационного материала

Создание презентаций

Создание материалов-презентаций – это вид самостоятельной работы студентов по созданию наглядных информационных пособий, выполненных с помощью мультимедийной компьютерной программы Microsoft PowerPoint.

Этот вид работы требует координации навыков студента по сбору, систематизации, переработке информации, оформления ее в виде подборки материалов, кратко отражающих основные вопросы изучаемой темы, в электронном виде. То есть создание материалов-презентаций расширяет методы и средства обработки и представления учебной информации, формирует у студентов навыки работы на компьютере.

Роль студента:

- изучить материалы темы, выделяя главное и второстепенное;
- установить логическую связь между элементами темы;
- представить характеристику элементов в краткой форме;
- выбрать опорные сигналы для акцентирования главной информации и отобразить в структуре работы;
- оформить работу и предоставить к установленному сроку.

Критерии оценки:

- соответствие содержания теме;
- правильная структурированность информации;
- наличие логической связи изложенной информации;
- эстетичность оформления, его соответствие требованиям;
- работа представлена в срок.

Не рекомендуется:

- перегружать слайд текстовой информацией;
- использовать блоки сплошного текста;
- в нумерованных и маркированных списках использовать уровень вложения глубже двух;
- использовать переносы слов;
- использовать наклонное и вертикальное расположение подписей и текстовых блоков;
- текст слайда не должен повторять текст, который произносится вслух.

Примерные требования к оформлению презентации

Оформление слайдов

Стиль	Соблюдайте единый стиль оформления. Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации. Вспомогательная информация не должна преобладать над основной
-------	---

	информацией.
Фон	Выбирайте лаконичный фон.
Использование цвета	На одном слайде не рекомендуется использовать обилие цветов. Для фона и текста используйте контрастные цвета.
Анимационные эффекты	Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде. Не стоит злоупотреблять различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания информации на слайде.

Рекомендуется:

- сжатость и краткость изложения, максимальная информативность текста: короткие тезисы, даты, имена, термины;
- использование коротких слов и предложений, минимум предлогов, наречий, прилагательных;
- использование нумерованных и маркированных списков вместо сплошного текста;
- использование табличного формата предъявления материала, который позволяет представить материал в компактной форме и наглядно показать связи между различными понятиями;
- выполнение общих правил оформления текста;
- тщательное выравнивание текста, буквиц, маркеров списков;
- горизонтальное расположение текстовой информации, в т.ч. и в таблицах;
- каждому положению, идее должен быть отведен отдельный абзац текста;
- основную идею абзаца располагать в самом начале – в первой строке абзаца (это связано с тем, что лучше всего запоминаются первая и последняя мысли абзаца);
- идеально, если на слайде только заголовок, изображение (фотография, рисунок, диаграмма, схема, таблица и т.п.) и подпись к ней.

Представление информации

Содержание информации	Используйте короткие слова и предложения. Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных. Заголовки должны привлекать внимание аудитории.
Расположение информации на странице	Предпочтительно горизонтальное расположение информации. Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана.
Шрифты	Для заголовков – не менее 24. Для информации – не менее 18. Шрифты без засечек легче читать с большого расстояния. Нельзя смешивать много разных типов шрифтов в одной презентации. Для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив, подчеркивание, выделение цветом, использование плашек и др. Нельзя злоупотреблять прописными буквами (они читаются хуже строчных букв).
Способы выделения информации	Следует использовать: границы, заливку; разные цвета шрифтов, стрелки; рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов
Объем информации	Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут одновременно запомнить не более трех фактов, выводов, определений. Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.
Виды слайдов	Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды слайдов: с текстом, с таблицами, с рисунками, диаграммами.

Литература
Перечень основной и дополнительной учебной литературы,
необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) основная учебная литература:

1. Мамедова Т. Управление проектом в сфере графического дизайна / науч. ред. Л. Беншуша ; пер. с англ. Т. Мамедова. – М. : Альпина Паблишер, 2013. - 220 с. : ил. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9614-2246-7 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279041>.

2. Олешко, Е.В. Техника и технология СМИ: шрифтовая культура массмедиа : учебное пособие / Е.В. Олешко. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2012. – 150 с. – ISBN 978-5-7996-0688-6 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=240428> (14.04.2016).

3. Поляков, В.А. Основы рекламы : учебное пособие / В.А. Поляков, Г.А. Васильев. – М. : Юнити-Дана, 2015. – 718 с. – Библиогр. в кн. – ISBN 5-238-01059-1 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114432> (23.03.2016).

4. Радомский, В.М. Информационные системы и технологии в изобретательской деятельности и рекламе : учебное пособие / В.М. Радомский. – Самара : Самарский государственный архитектурно-строительный университет, 2012. – 148 с. – ISBN 978-5-9585-0483-1 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=143495> (23.03.2016).

б) дополнительная учебная литература:

5. Лазарев, Д. Презентация: Лучше один раз увидеть! / Д. Лазарев ; под ред. Н. Казакова. – 3-е изд. – М. : Альпина Паблишерз, 2014. – 126 с. : схем., ил. – ISBN 978-5-9614-1445-5; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=81494> (23.03.2016).

**Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»,
необходимых для освоения дисциплины**

6. Словари и энциклопедии он-лайн [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dic.academic.ru>

7. Научная библиотека МГУ имени М. Ломоносова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: lib.msu.ru

8. Российская государственная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rsl.ru/>