



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФГБОУ ВО «ИГУ»

Кафедра рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ

И.о. декана факультета бизнес-коммуникаций
и информатики

М.Г. Синчурина

«24» апреля 2024 г

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Наименование дисциплины (модуля)

**Б1.В.07 Организация работы отдела
рекламы и связей с общественностью**

*(индекс дисциплины по учебному плану, наименование дисциплины
(модуля))*

Направление подготовки:

**42.03.01 Реклама и связи с
общественностью**

(код, наименование направления подготовки)

Направленность (профиль) подготовки:

Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: заочная

(очная, заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий), очно-заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий)*)*

Согласовано с УМК факультета бизнес-коммуникаций и информатики:

Рекомендовано кафедрой рекламы и связей с общественностью:

Протокол № 7 от «24» апреля 2024 г.

Протокол № 8 от «22» апреля 2024 г.

Председатель

М.Г. Синчурина

зав. кафедры

. Рабинович

СОДЕРЖАНИЕ

	<i>стр.</i>
I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	3
II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО	3
III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ	3
4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и СРС, отведенного на них количества академических часов	4
4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	4
4.3 Содержание учебного материала	7
4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ	7
4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов	7
4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов	8
4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)	11
V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	11
а) основная литература	12
б) дополнительная литература	12
в) периодическая литература	13
г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы	13
VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	14
6.1. Учебно-лабораторное оборудование	14
6.2. Программное обеспечение	16
6.3. Технические и электронные средства	16
VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	16
VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ	17
8.1. Оценочные средства текущего контроля	17
8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации	19

I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цели: сформировать у студентов профессиональные компетенции в области рекламы и связей с общественностью различных сфер деятельности человека.

Задачи:

- сформировать знания о различных сферах человеческой деятельности, специфике продвижения в различных сферах деятельности;
- сформировать представления об основных свойствах рынка товаров и услуг;
- сформировать практические навыки продвижения на рынках товаров и услуг.

II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

2.1. Учебная дисциплина (модуль) «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений «Блок 1. Дисциплины (модули)».

Дисциплина предназначена для закрепления знаний и умений в сфере рекламы и связей с общественностью и отработки практических навыков в области рекламы и связей с общественностью в коммерческой сфере.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

- История рекламы и связей с общественностью.

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- Технология производства коммуникативного продукта.

III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций (элементов следующих компетенций) в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данному направлению подготовки:

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю),
соотнесенных с индикаторами достижения компетенций**

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.1	Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
	ПК-1.2	Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
	ПК-1.3	Участствует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа, в том числе 4 часа на контроль.

Из них реализуется с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий 60 часов самостоятельной работы.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и СРС, отведенного на них количества академических часов

п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися			Самостоятельная работа		
			Лекции	Семинарские (практические) занятия	Консультации			
1	Отделы рекламы и связей с общественностью, их основные черты	6	0	0	0	12		
2	Виды исследований в рекламе, виды рр-текстов и информационных поводов	6	2	2	0	36		
3	Виды специальных мероприятий, антикризисный PR	6	2	2	0	12		
Итого за 6 семестр			4	4	0	60	Зач (4)	
Итого часов			4	4	0	60		

4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Се- мест р	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оце- ночно е сред- ство	Учебно- методи- ческое обеспе- чение само- стоя- тельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выпол- нения	Зат- раты вре- мени , час. (из них с при- мене- - нием ДОТ)		
6	Отделы рекламы и связей с общественность ю, их основные черты	<p>Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, конспектирование текста, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: составление глоссария</p> <p>Для формирования умений: подготовка проекта или творческой работы</p>	В течение семестр а	12 (12)	Тест, Пз	2.Синчурина М.Г. Реклама и связи с общественностью в различных сферах: учебн. пособие/М.Г Ситнчурина, Е.А. Терпугова, Московский гос. ин-т международ. отношений (ун-т), Иркутский государственный университет. М.: Изд- во МГИМО (Университет) МИД России, 2007. – 383 с.; Ткачева Н.Г. Связи с общественностью: подготовка и проведение семинарских/практиче- ских занятий: Учебно- метод. пособие/ Н.Г. Ткачева; Ирк. гос. ун- т, Ин-т соц. Наук. Иркутск: Изд-во ИГУ, 2007. – 270 с.

6	Виды исследований в рг-деятельности, виды рг-текстов и информационны х поводов	<p>Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, конспектирование текста, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций, составление плана и тезисов ответа, составление глоссария</p> <p>Для формирования умений: подготовка проекта или творческой работы</p>	В течение семестра	36 (36)	Тест, КР	2.Синчурина М.Г. Реклама и связи с общественностью в различных сферах: учебн. пособие/М.Г Ситнчурина, Е.А. Терпугова, Московский гос. ин-т международ. отношений (ун-т), Иркутский государственный университет. М.: Изд-во МГИМО (Университет) МИД России, 2007. – 383 с. ; Ткачева Н.Г. Связи с общественностью: подготовка и проведение семинарских/практических занятий: Учебно-метод. пособие/ Н.Г. Ткачева; Ирк. гос. ун-т, Ин-т соц. Наук. Иркутск: Изд-во ИГУ, 2007. – 270 с.
6	Виды специальных мероприятий, антикризисный PR	<p>Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, конспектирование текста, составление схем и таблиц, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций, составление плана и тезисов ответа, составление глоссария</p> <p>Для формирования умений: подготовка проекта или творческой работы</p>	В течение семестра	12 (12)	Тест, Д	2.Синчурина М.Г. Реклама и связи с общественностью в различных сферах: учебн. пособие/М.Г Ситнчурина, Е.А. Терпугова, Московский гос. ин-т международ. отношений (ун-т), Иркутский государственный университет. М.: Изд-во МГИМО (Университет) МИД России, 2007. – 383 с.Ткачева Н.Г. Связи с общественностью: подготовка и проведение семинарских/практических занятий: Учебно-метод. пособие/ Н.Г. Ткачева; Ирк. гос. ун-т, Ин-т соц. Наук. Иркутск: Изд-во ИГУ, 2007. – 270 с.
Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)				60		

Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)	60		
Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)	60		

4.3 Содержание учебного материала

Трудоемкость дисциплины (з.е.)	2
Наименование основных разделов (модулей)	Отделы рекламы и связей с общественностью, их основные черты Виды исследований в рг-деятельности, виды рг-текстов и информационных поводов Виды специальных мероприятий, антикризисный PR
Формы текущего контроля	Тест, практическое задание, доклад/презентация, контрольная работа
Форма промежуточной аттестации	Зачет

4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость, час. (из них электронные часы)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
1	2	Реклама и связи с общественностью в туристической сфере, банковском и строительном секторах. Некоммерческий сектор и культурно-развлекательная сфера.	2 (0)	Тест, Пз	ПК-1.2, ПК-1.3
2	3	Реклама и связи с общественностью в промышленной сфере. Основные стратегии продвижения и PR-технологии	2 (0)	Тест, Пз	ПК-1.3, ПК-1.1, ПК-1.2

4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	Отделы рекламы и связей с общественностью, их основные черты	Отдел рекламы и связей с общественностью в коммерческой и государственной сферах Основные направления работы и функции.	ПК-1	ПК-1.2

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
2	Виды исследований в рг-деятельности, виды рг-текстов и информационных поводов	Изучение практических особенностей рекламы и связей с общественностью в туристической деятельности, банковской сфере, спорте, НКО, образовании, культуре.	ПК-1	ПК-1.1 ПК-1.2
3	Виды специальных мероприятий, антикризисный PR	Изучение практических особенностей рекламы и связей с общественностью в промышленном и строительном секторах.	ПК-1	ПК-1.1

4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов всех форм и видов обучения является одним из обязательных видов образовательной деятельности, обеспечивающей реализацию требований Федеральных государственных стандартов высшего профессионального образования. Согласно требованиям нормативных документов самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов. Самостоятельная работа студентов представляет собой совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ. Самостоятельная работа в рамках образовательного процесса в вузе решает следующие задачи:

- закрепление и расширение знаний, умений, полученных студентами во время аудиторных и внеаудиторных занятий, превращение их в стереотипы умственной и физической деятельности;
- приобретение дополнительных знаний и навыков по дисциплинам учебного плана;
- формирование и развитие знаний и навыков, связанных с научно-исследовательской деятельностью;
- развитие ориентации и установки на качественное освоение образовательной программы;
- развитие навыков самоорганизации;
- формирование самостоятельности мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- выработка навыков эффективной самостоятельной профессиональной теоретической, практической и учебно-исследовательской деятельности.

Подготовка к лекции. Качество освоения содержания конкретной дисциплины прямо зависит от того, насколько студент сам, без внешнего принуждения формирует у себя установку на получение на лекциях новых знаний, дополняющих уже имеющиеся по данной дисциплине. Время на подготовку студентов к двухчасовой лекции по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

Подготовка к практическому занятию. Подготовка к практическому занятию включает следующие элементы самостоятельной деятельности: четкое представление цели и задач его проведения; выделение навыков умственной, аналитической, научной деятельности, которые станут результатом предстоящей работы. Выработка навыков осуществляется с помощью получения новой информации об изучаемых процессах и с помощью знания о том, в какой степени в данное время студент владеет методами исследовательской деятельности, которыми он станет пользоваться на практическом занятии. Подготовка к практическому занятию нередко требует подбора материала, данных и специальных источников, с которыми предстоит учебная работа. Студенты должны дома подготовить к занятию 3–4 примера формулировки темы исследования, представленного в монографиях, научных статьях, отчетах. Затем они самостоятельно осуществляют поиск соответствующих источников, определяют актуальность конкретного исследования процессов и явлений, выделяют основные способы доказательства авторами научных работ ценности того, чем они занимаются. В ходе самого практического занятия студенты сначала представляют найденные ими варианты формулировки актуальности исследования, обсуждают их и обосновывают свое мнение о наилучшем варианте. Время на подготовку к практическому занятию по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

Подготовка к контрольной работе. Контрольная работа назначается после изучения определенного раздела (разделов) дисциплины и представляет собой совокупность развернутых письменных ответов студентов на вопросы, которые они заранее получают от преподавателя. Самостоятельная подготовка к контрольной работе включает в себя: — изучение конспектов лекций, раскрывающих материал, знание которого проверяется контрольной работой; повторение учебного материала, полученного при подготовке к семинарским, практическим занятиям и во время их проведения; изучение дополнительной литературы, в которой конкретизируется содержание проверяемых знаний; составление в мысленной форме ответов на поставленные в контрольной работе вопросы; формирование психологической установки на успешное выполнение всех заданий. Время на подготовку к контрольной работе по нормативам составляет 2 часа.

Подготовка к экзамену. Самостоятельная подготовка к экзамену схожа с подготовкой к зачету, особенно если он дифференцированный. Но объем учебного материала, который нужно восстановить в памяти к экзамену, вновь осмыслить и понять, значительно больше, поэтому требуется больше времени и умственных усилий. Важно сформировать целостное представление о содержании ответа на каждый вопрос, что предполагает знание разных научных трактовок сущности того или иного явления, процесса, умение раскрывать факторы, определяющие их противоречивость, знание имен ученых, изучавших обсуждаемую проблему. Необходимо также привести информацию о материалах эмпирических исследований, что указывает на всестороннюю подготовку студента к экзамену. Время на подготовку к экзамену по нормативам составляет 36 часов для бакалавров.

Формы внеаудиторной самостоятельной работы

Составление глоссария Цель самостоятельной работы: повысить уровень информационный культуры; приобрести новые знания; отработать необходимые навыки в предметной области учебного курса. Глоссарий — словарь специализированных терминов и их определений. Статья глоссария — определение термина. Содержание задания: сбор и систематизация понятий или терминов, объединенных общей специфической тематикой, по одному либо нескольким источникам. Выполнение задания: 1) внимательно прочитать работу; 2) определить наиболее часто встречающиеся термины; 3) составить список

терминов, объединенных общей тематикой; 4) расположить термины в алфавитном порядке; 5) составить статьи глоссария: — дать точную формулировку термина в именительном падеже; — объемно раскрыть смысл данного термина Планируемые результаты самостоятельной работы: способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Разработка проекта (индивидуального, группового) Цель самостоятельной работы: развитие способности прогнозировать, проектировать, моделировать. Проект — «ограниченное во времени целенаправленное изменение отдельной системы с установленными требованиями к качеству результатов, возможными рамками расхода средств и ресурсов и специфической организацией». Выполнение задания: 1) диагностика ситуации (проблематизация, целеполагание, конкретизация цели, форматирование проекта); 2) проектирование (уточнение цели, функций, задач и плана работы; теоретическое моделирование методов и средств решения задач; детальная проработка этапов решения конкретных задач; пошаговое выполнение запланированных проектных действий; систематизация и обобщение полученных результатов, конструирование предполагаемого результата, пошаговое выполнение проектных действий); 3) рефлексия (выяснение соответствия полученного результата замыслу; определение качества полученного продукта; перспективы его развития и использования). Предполагаемые результаты самостоятельной работы: готовность студентов использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач; готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — способность прогнозировать, проектировать, моделировать.

Информационный поиск Цель самостоятельной работы: развитие способности к проектированию и преобразованию учебных действий на основе различных видов информационного поиска. Информационный поиск — поиск неструктурированной документальной информации. Список современных задач информационного поиска: решение вопросов моделирования; классификация документов; фильтрация, классификация документов; проектирование архитектур поисковых систем и пользовательских интерфейсов; извлечение информации (аннотирование и реферирование документов); выбор информационно-поискового языка запроса в поисковых системах. Содержание задания по видам поиска: поиск библиографический — поиск необходимых сведений об источнике и установление его наличия в системе других источников. Ведется путем разыскания библиографической информации и библиографических пособий (информационных изданий); поиск самих информационных источников (документов и изданий), в которых есть или может содержаться нужная информация; — поиск фактических сведений, содержащихся в литературе, книге (например, об исторических фактах и событиях, о биографических данных из жизни и деятельности писателя, ученого и т. п.). Выполнение задания:

- 1) определение области знаний;
- 2) выбор типа и источников данных;
- 3) сбор материалов, необходимых для наполнения информационной модели;
- 4) отбор наиболее полезной информации;
- 5) выбор метода обработки информации (классификация, кластеризация, регрессионный анализ и т.д.);
- б) выбор алгоритма поиска закономерностей;

7) поиск закономерностей, формальных правил и структурных связей в собранной информации;

8) творческая интерпретация полученных результатов.

Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; готовность использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач.

Разработка мультимедийной презентации Цели самостоятельной работы (варианты): — освоение (закрепление, обобщение, систематизация) учебного материала; — обеспечение контроля качества знаний; — формирование специальных компетенций, обеспечивающих возможность работы с информационными технологиями; — становление общекультурных компетенций. Мультимедийная презентация — представление содержания учебного материала, учебной задачи с использованием мультимедийных технологий.

Выполнение задания:

1. Этап проектирования: — определение целей использования презентации; — сбор необходимого материала (тексты, рисунки, схемы и др.); — формирование структуры и логики подачи материала; — создание папки, в которую помещен собранный материал.

2. Этап конструирования: — выбор программы MS PowerPoint в меню компьютера; — определение дизайна слайдов; — наполнение слайдов собранной текстовой и наглядной информацией; — включение эффектов анимации и музыкального сопровождения (при необходимости); — установка режима показа слайдов (титульный слайд, включающий наименование кафедры, где выполнена работа, название презентации, город и год; содержательный — список слайдов презентации, сгруппированных по темам сообщения; заключительный слайд содержит выводы, пожелания, список литературы и пр.).

3. Этап моделирования — проверка и коррекция подготовленного материала, определение продолжительности его демонстрации.

Планируемые результаты самостоятельной работы: — повышение информационной культуры студентов и обеспечение их готовности к интеграции в современное информационное пространство; — способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; — способность к критическому восприятию, обобщению, анализу профессиональной информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; — способность применять современные методики и технологии организации и реализации образовательного процесса на различных образовательных ступенях в различных образовательных учреждениях; — готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач.

В ФБГОУ ВО «ИГУ» организация самостоятельной работы студентов регламентируется Положением о самостоятельной работе студентов, принятым Ученым советом ИГУ 22 июня 2012 г.

4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)

По данной дисциплине выполнение курсовых проектов (работ) не предусматривается.

V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература

1. Филатова , Ольга Георгиевна. Организация работы отдела по связям с общественностью [Текст] : учеб. пособие / О. Г. Филатова , В. П. Летуновский ; Санкт-Петербургский гос. ун-т, Фак. журналистики, Каф. связей с общественностью. - СПб. : Роза мира, 2010. - 254 с. : ил. ; 20 см. - Библиогр.: с. 232-235. - ISBN 5-85574-332-3 : 480.00 р.

2. Гольдфарб, Станислав Иосифович. Массовая информация. История. Теория. Практика [Текст] : научное издание / С. И. Гольдфарб ; Иркутский гос. ун-т. - Иркутск : Репроцентр А1, 2013. - 395 с. : ил. ; 23 см. - ISBN 978-5-91344-467-7 : 490.00 р.

3. Музыкант, Валерий Леонидович. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг [Электронный ресурс] : Учебник и практикум / В. Л. Музыкант. - Электрон. текстовые дан. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 342 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ЭБС "Юрайт". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-534-01771-7 : 3000.00 р. - ISBN 978-5-534-01772-4 : 3000.00 р.

4. Музыкант, Валерий Леонидович. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. Smm, рынок m&a [Электронный ресурс] : Учебник и практикум / В. Л. Музыкант. - Электрон. текстовые дан. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 384 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ЭБС "Юрайт". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-534-01772-4 : 3000.00 р. - ISBN 978-5-534-01796-0 : 3000.00 р.

5. Папкина, Ольга Викторовна. Связи с общественностью [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по спец. "Соц.-культ. сервис и туризм" / О. В. Папкина. - ЭБК. - М : Академия, 2010. - Режим доступа: ЭЧЗ "Библиотех". - 20 доступов. - ISBN 978-5-7695-6554-0 : 173.46 р.

6. Чумиков, Александр Николаевич. Связи с общественностью. Теория и практика [Текст] : учебник / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров ; Московский гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. - 6-е изд. - М. : Дело АНХ, 2010. - 557 с. ; 25 см. - (Классический университетский учебник). - ISBN 978-5-7749-0569-0 : 1067.61 р., 850.00 р., 1067.61 р.

7. Папкина, Ольга Викторовна. Связи с общественностью [Текст] : учеб. пособие / О. В. Папкина. - М. : Академия, 2010. - 112 с. ; 21 см. - (Высшее профессиональное образование: Туризм). - Библиогр. в конце глав. - Библиогр.: с. 111. - ISBN 978-5-7695-6554-0 : 97.02 р.

8. Галанова, Светлана Львовна. Связи с общественностью крупного бизнеса: особенности функционирования в условиях современного российского общества [Текст] : научное издание / С. Л. Галанова. - М. : Перо, 2015. - 263 с. ; 21 см. - Библиогр.: с. 247-262. - ISBN 978-5-00086-999-4 : 280.00 р., 280.00 р.

б) дополнительная литература

1. Кузнецов, Павел Александрович. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии [Текст] : научное издание / П. А. Кузнецов. - М. : Дашков и К', 2012. - 259 с. : ил. ; 20 см. - Библиогр.: с. 252-257. - ISBN 978-5-394-01184-9 : 171.20 р.

2. Шарков, Феликс Изосимович. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике [Текст] : учеб. пособие / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т современных коммуникац. систем и технологий. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К', 2011. - 333 с. ; 21 см. - Библиогр.:

с. 319-322. - ISBN 978-5-394-00783-5 : 301.20 р.

3. Фролов, Сергей Станиславович. Связи с общественностью в работе фирмы [Текст] : стратегия, коммуникации, имидж, брендинг / С. С. Фролов. - М. : Либроком, 2011. - 364 с. : ил. ; 22 см. - Библиогр.: с. 356-364. - ISBN 978-5-397-01538-7 : 425.00 р.

4. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникационные стратегии [Текст] : учеб. пособие / ред.: В. М. Горохов, Т. Э. Гринберг. - М. : Аспект Пресс, 2011. - 198 с. ; 22 см. - Библиогр.: с. 197-198. - ISBN 978-5-7567-0598-0 : 200.00 р., 243.00 р.

5. Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика [Текст] : учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по спец. 030602 (350400) "Связи с общественностью" / ред. Л. В. Минаева. - 2-е изд., доп. и перераб. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 320 с. ; 22 см. - Библиогр.: с. 316-318. - ISBN 978-5-7567-0642-0 : 432.00 р.

6. Марков, Александр Анатольевич. Связи с общественностью в органах власти [Текст] : учебник : учеб. для студ. вузов, обуч. по напр. подготовки (спец.) "Реклама и связи с общественностью" / А. А. Марков. - М. : Инфра-М, 2014. - 189 с. ; 20 см. - (Высшее образование: Бакалавриат). - Библиогр.: с. 186-187. - ISBN 978-5-16-006212-9. - ISBN 978-5-16-101075-4 : 263.89 р.

в) периодическая литература

Нет.

г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Электронно-библиотечная система «ЭБС Юрайт». ООО «Электронное издательство Юрайт». Контракт № 70 от 04.10.2018 г.

2. Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://нэб.рф>.

В соответствии с п. 4.3.4. ФГОС ВО, обучающимся в течение всего периода обучения обеспечен неограниченный доступ (удаленный доступ) к электронно-библиотечным системам:

— Открытая электронная база ресурсов и исследований «Университетская информационная система РОССИЯ» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru> бессрочный

— Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://нэб.рф>. бессрочный

— Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU» [Электронный ресурс] : сайт. - Контракт № 148 от 23.12.2020 г. Акт от 24.12.2020 г. Срок действия по 31.12.2022 г. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>

— ЭБС «Издательство Лань». Контракт № 04-Е-0346 от 12.11.2021 г. № 976 от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022 г. – Режим доступа: <https://www.e.lanbook.com>

— ЭБС ЭЧЗ «Библиотех». Государственный контракт № 019 от 22.02.2011 г. ООО «Библиотех». Лицензионное соглашение к Государственному контракту № 019 от 22.02.2011. Срок действия: бессрочный. – Режим доступа: <https://isu.bibliotech.ru/>

— ЭБС «Рукопт» ЦКБ «Бибком». № 04-Е-0343 от 12.11.2021 г. Акт № 6К-5195 от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022г. – Режим доступа: <http://rucont.ru>

— ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru» ООО «Айбукс». Контракт № 04-Е-0344 от 12.11.2021 г.; Акт от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022 г. – Режим доступа: <http://ibooks.ru>

— Электронно-библиотечная система «ЭБС Юрайт». ООО «Электронное

издательство Юрайт». Контракт № 04-Е-0258 от 20.09.2021г. Контракт № 04-Е-0258 от 20.09.2021 г. Срок действия по 17.10. 2022 г. – Режим доступа: <https://urait.ru>

— УБД ИВИС. Контракт № 04-Е-0347 от 12.11.2021 г. Акт от 15.11.2021 г. Срок действия с 01.01.2022 по 31.12.2022 г. – Режим доступа: <http://dlib.eastview.com>

— Электронная библиотека ИД Гребенников. Контракт № 04-Е-0348 от 12.11.2021г.; Акт № 348 от 15.11.2021 г. Срок действия с 01.01.2022 по 31.12.2022 – Режим доступа: <http://grebennikon.ru>

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Учебно-лабораторное оборудование

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
---	---	--

<p>Специальные помещения: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля, промежуточной аттестации.</p>	<p>Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории:</p> <p>Ноутбук(AserAspirev3-5516 (AMDA10-4600M 2300 МГц)) (1 штука) с неограниченным доступом к сети Интернет; Проектор Vivitek, экран ScreenVtdiaEcot- 3200*200MW 1:1, колонки, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины «Архитектурный подход к развитию предприятий и информационных систем».</p> <p>Учебная лаборатория: компьютеры для проведения практических работ (Системный блок AMDAthlon-64 X3 445 3100 МГц), Монитор LG F1742S (2 штуки), Монитор ViewSonic VA703b(24 штуки) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации; проектор Sony XGA VPLSX535, экран ScreenVtdiaEcot- 3200*200MW 1:1</p>	<p>ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014</p> <p>Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcdmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий)</p> <p>Kaspersky Endpoint Security длябизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221-054045-730-177</p> <p>BusinessStudio Лицензия № 7464 (бессрочно)</p>
--	---	--

Специальные помещения: компьютерный класс (учебная аудитория) для групповых и индивидуальных консультаций, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), организации самостоятельной работы, в том числе, научно-исследовательской	Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения: компьютеры (системный блок AMD Athlon 64 X2 DualCore 3600+ 1900 МГц (15 штук), Монитор LGFlatron L1742SE (14 штук), Монитор ViewSonic VG720) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.	ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014 Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcadmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий) Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221-054045-730-177
--	---	---

6.2. Программное обеспечение

№	Наименование Программног о продукта	Кол-во	Обоснование для пользования ПО	Дата выдачи лицензии	Срок действия права пользования
1	OpenOffice 4.1.3	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://www.openoffice.org/licenses/PDL.html	Условия правообладателя	Условия правообладателя
2	Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level	25	Номер Лицензии Microsoft 46211164 Гос.контракт № 03-162-09 от 01.12.2009	01.12.2019	Условия правообладателя

6.3. Технические и электронные средства

Методической системой преподавания предусмотрено использование технических и электронных средств обучения и контроля знаний студентов: мультимедийные презентации, фрагменты фильмов.

VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При реализации программы данной дисциплины используются различные образовательные технологии, в том числе электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

Проблемное обучение	Создание в учебной деятельности проблемных ситуаций и организация активной самостоятельной деятельности учащихся по их разрешению, в результате чего происходит творческое овладение знаниями, умениями, навыками, развиваются мыслительные способности
Проектные методы обучения	Работа по данной методике дает возможность развивать индивидуальные творческие способности учащихся, более осознанно подходить к профессиональному и социальному самоопределению

Лекционно-семинарскозачетная система	Данная система дает возможность сконцентрировать материал в блоки и преподнести его как единое целое, а контроль проводить по предварительной подготовке обучающихся
--------------------------------------	--

Наименование тем занятий с использованием активных форм обучения:

№	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов (из них электронные часы)
1	Коммуникативное обеспечение рынка услуг	Практическое занятие	Коммуникативно-информационные формы обучения	4
2				
3				
4				
5				
6				

VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1. Оценочные средства текущего контроля

№ п/п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
1	Тест	Отделы рекламы и связей с общественностью, их основные черты. Виды исследований в рг-деятельности, виды рг-текстов и информационных поводов. Виды специальных мероприятий, антикризисный PR.	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
2	Практическое задание	Отделы рекламы и связей с общественностью, их основные черты. Виды исследований в рг-деятельности, виды рг-текстов и информационных поводов. Виды специальных мероприятий, антикризисный PR.	ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.1

3	Доклад/презентация	Отделы рекламы и связей с общественностью, их основные черты. Виды специальных мероприятий, антикризисный PR.	ПК-1.1
4	Контрольная работа	Виды исследований в PR-деятельности, виды PR-текстов и информационных поводов.	ПК-1.1, ПК-1.2

Примеры оценочных средств для текущего контроля

Демонстрационный вариант теста

1. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Медиарилейшнз – это

a. Отношения со средствами массовой информации, которые выстраивают компании, государственные органы, общественные организации. Формируют отношения со СМИ пресс-служба, специалист по связям с общественностью, пресс-секретарь.

b. Представляет собой биографические данные о первом лице компании, организации

2. Задание с множественным выбором. Выберите 3 правильных ответа.

Что входит в функции пресс-службы органов государственной власти?

a. Увеличение прибыли организации от рекламных кампаний

b. Подготовка материалов для СМИ о деятельности организации

c. Оперативное информирование населения

d. Создание информационных поводов для СМИ

3. Задание с множественным выбором. Выберите 3 правильных ответа.

Основные PR-тексты

a. История компании

b. Пресс-релиз

c. Факт-лист

d. Акт выполненных работ

4. Задание с множественным выбором. Выберите 3 правильных ответа.

Типы пресс-релизов

a. Пост- релиз

b. Релиз-экстренное сообщение

c. Релиз-анонс

d. Релиз-расследование

5. Задание с множественным выбором. Выберите 3 правильных ответа.

Формальные методы исследования, используемые в PR-деятельности и рекламе

a. Мониторинг

b. Глубинное интервью

c. Опросы

d. Горячие линии

б. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Мониторинг информационной активности в СМИ – это

a. Отслеживание сообщений в СМИ, соответствующих заданной тематике.
Мониторинг СМИ является важной составляющей любого серьезного маркетингового исследования

b. Получение информации о поведении потребителей

7. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Информационный повод – это

a. То, что только что случилось, происходит прямо сейчас или только обнаружилось

b. Событие, которое должно заинтересовать аудиторию и стать предметом обсуждения.

При определенных условиях информационный повод позволяет создать информационное сообщение

8. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Антикризисный PR - это

a. Комплекс мероприятий, связанных с прогнозированием и преодолением репутационного кризиса компании

b. Планирование плановых ситуаций, происходящих в компании

9. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Сжатая во времени, не более получаса, встреча журналистов с руководством организации или представителем официального лица для информирования по конкретному вопросу – это

a. Брифинг

b. Пресс-конференция

c. Бриф

10. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Пресс-тур - это

a. Мероприятие для поощрения сотрудников компании

b. Пиар-мероприятие для работников СМИ для продвижения того или иного продукта

8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Вопросы к зачету:

1. Критерии оценки эффективности работы отдела реклама и связей с общественностью

2. Отдел рекламы и связей с общественностью в коммерческой сфере (рассказать на примере). Основные направления работы и функции.

3. Что такое информационная политика компании?

4. Что такое обратная связь?

5. Инфоповоды: понятие и виды

6. Назовите количественные и качественные виды исследований в рг-деятельности

7. Основные виды рг-текстов

8. Что такое медиакарта?

9. Каковы задачи мониторинга информационной активности компании?

10. Особенности антикризисного PR

11. Формы и методы организации пресс-конференции

12. Что такое аккредитация журналистов?

Разработчики:



(подпись)

доцент

(занимаемая должность)

О.С. Шилова

(инициалы, фамилия)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учетом рекомендаций ПООП по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Программа рассмотрена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью
Протокол № 8 от «22» апреля 2024 г.

зав. кафедры



В.Ю. Рабинович

Настоящая программа, не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.