

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Комсомольский-на-Амуре государственный университет»

Кафедра «Философия и культурология»



УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор

И.В. Макурин

« 28 » 12 2017 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины «Мастер-класс «Проектирование в связях
с общественностью»

основной профессиональной образовательной программы
подготовки бакалавров
по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
профиль «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии»

Форма обучения

очно-заочная


Технология обучения

традиционная

Комсомольск-на-Амуре, 2017


Автор рабочей программы

доцент кафедры «Философия и культу-
рология», канд. истор. наук



Аксенов А.А.
«24» 04 2017г.

СОГЛАСОВАНО

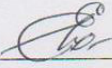
Директор библиотеки


И.А. Романовская
«25» 04 2017г.


Заведующий выпускающей кафедрой
«Философия и культурология»


Д.В. Новиков
«24» 04 2017г.

/ Декан ФЗДО


М.В. Семибратова
«25» 04 2017г.

Начальник УМУ


Е.Е. Поздеева
«26» 04 2017г.

Введение

Рабочая программа дисциплины «Мастер-класс «Проектирование в связях с общественностью» составлена в соответствии требованиями федерального государственного образовательного стандарта, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11.08.2016 № 997, и образовательной программы подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии».

1 Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	Мастер-класс «Проектирование в связях с общественностью»							
Цель дисциплины	Сформировать представление о проектировании в связях с общественностью							
Задачи дисциплины	- рассмотреть основы проектирования в связях с общественностью; - дать представления об основных этапах PR-проекта; - изучить особенности каждого этапа PR-проекта.							
Основные разделы дисциплины	1 Подготовительный (аналитический) этап PR-кампании. 2 Этап планирования PR-кампании. 3 Этап реализации PR-кампании. 4 Заключительный этап PR-кампании.							
Общая трудоемкость дисциплины	4 з.е./ 144 академических часов							
		Аудиторная нагрузка, ч				СРС, ч	Промежуточная аттестация, ч	Всего за семестр, ч
	Семестр	Лекции	Пр. занятия	Лаб. работы	Курсовое проектирование			
	8 семестр	16	16	-	-	76	36	144
ИТОГО:		16	16	-	-	76	36	144

2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами образовательной программы

Дисциплина «Мастер-класс «Проектирование в связях с общественностью»» нацелена на формирование компетенций, знаний, умений и навыков, указанных в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции, знания, умения, навыки

Наименование и шифр компетенции, в формировании которой принимает участие дисциплина	Перечень формируемых знаний, умений, навыков, предусмотренных образовательной программой		
	Перечень знаний (с указанием шифра)	Перечень умений (с указанием шифра)	Перечень навыков (с указанием шифра)
ОПК-4 умение планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	З1(ОПК-4-5): Знать: приемы и технологии разработки и осуществления проектов в связях с общественностью	У1(ОПК-4-5): Уметь: определять основные характеристики целевой и ключевой аудиторий PR-проекта	Н1(ОПК-4-5): Владеть: навыками определения основных характеристик целевой и ключевой аудиторий PR-проекта
	З2(ОПК-4-5): Знать: особенности определения стратегии PR-кампании	У2 (ОПК-4-5): Уметь: планировать и осуществлять PR-мероприятия	Н2(ОПК-4-5): Владеть: навыками планирования и осуществления PR-мероприятий
		У3 (ОПК-4-5): Уметь: рассчитывать эффективность PR-проекта	Н3(ОПК-4-5): Владеть: навыками определения эффективности PR-проекта

3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Мастер-класс «Проектирование в связях с общественностью»» изучается на 4 курсе в 8 семестре.

Дисциплина входит в состав блока 1 «Дисциплины (модули)» и относится к базовой части.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и навыки, сформированные на предыдущих этапах освоения компетенции ОПК-4 в процессе изучения дисциплин: «Менеджмент», «Брендинг», «маркетинговые исследования и ситуационный анализ», Мастер-класс «Проектирование в рекламе». На последующих этапах компетенция формируется в процессе изучения дисциплины: «Преддипломная практика».

4 Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 академических часа.

Распределение объема дисциплины по видам учебных занятий представлено в таблице 2.

Таблица 2 – Объем дисциплины по видам учебных занятий

Объем дисциплины	Всего академических часов
	очно-заочная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины	144
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), всего	32
В том числе:	
занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками)	16
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	16
Самостоятельная работа обучающихся и контактная работа , включающая групповые консультации, индивидуальную работу обучающихся с преподавателями (в том числе индивидуальные консультации); взаимодействие в электронной информационно-образовательной среде вуза	76
Промежуточная аттестация обучающихся	36

5 Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Таблица 3 – Структура и содержание дисциплины (модуля)

Наименование разделов, тем и содержание материала	Компонент учебного плана	Трудоёмкость, ч	Форма проведения	Планируемые (контролируемые) результаты освоения	
				Компетенции	Знания, умения, навыки
Раздел 1 Подготовительный (аналитический) этап PR-кампании.					
Подготовительный (аналитический) этап PR-кампании.	Лекция	4	Традиционная	ОПК-4	31(ОПК-4-5) У1(ОПК-4-5) Н1(ОПК-4-5) 32(ОПК-4-5) У2(ОПК-4-5) Н2(ОПК-4-5) У3(ОПК-4-5) Н3(ОПК-4-5)
	Практическое занятие	4			
	Самостоятельная работа обучающихся (подготовка к практическим занятиям) Подготовка к заданиям курсового проекта	12	Освоение материалов по дисциплине. Выполнение заданий курсового проекта	ОПК-4	31(ОПК-4-5) У1(ОПК-4-5) Н1(ОПК-4-5) 32(ОПК-4-5) У2(ОПК-4-5) Н2(ОПК-4-5) У3(ОПК-4-5) Н3(ОПК-4-5)

Наименование разделов, тем и содержание материала	Компонент учебного плана	Трудоёмкость, ч	Форма проведения	Планируемые (контролируемые) результаты освоения	
				Компетенции	Знания, умения, навыки
	Самостоятельная работа обучающихся (изучение теоретических разделов дисциплины)	8	Чтение основной и дополнительной литературы, конспектирование	ОПК-4	31(ОПК-4-5) У1(ОПК-4-5) Н1(ОПК-4-5) 32(ОПК-4-5) У2(ОПК-4-5) Н2(ОПК-4-5) У3(ОПК-4-5) Н3(ОПК-4-5)
ИТОГО по разделу 1	Лекции	4	-	-	-
	Практические занятия	4	-	-	-
	Самостоятельная работа обучающихся	20	-	-	-
Раздел 2 Этап планирования PR-кампании.					
Этап планирования PR-кампании.	Лекция	4	Традиционная	ОПК-4	31(ОПК-4-5) У1(ОПК-4-5) Н1(ОПК-4-5) 32(ОПК-4-5) У2(ОПК-4-5) Н2(ОПК-4-5) У3(ОПК-4-5) Н3(ОПК-4-5)
	Практическое занятие	4	Традиционная		
	Самостоятельная работа обучающихся (подготовка к практическим занятиям) Подготовка к заданиям курсового проекта	12	Освоение материалов по дисциплине. Выполнение заданий курсового проекта	ОПК-4	31(ОПК-4-5) У1(ОПК-4-5) Н1(ОПК-4-5) 32(ОПК-4-5) У2(ОПК-4-5) Н2(ОПК-4-5) У3(ОПК-4-5) Н3(ОПК-4-5)
	Самостоятельная работа обучающихся (изучение теоретических разделов дисциплины)	6	Чтение основной и дополнительной литературы, конспектирование	ОПК-4	31(ОПК-4-5) У1(ОПК-4-5) Н1(ОПК-4-5) 32(ОПК-4-5) У2(ОПК-4-5) Н2(ОПК-4-5) У3(ОПК-4-5) Н3(ОПК-4-5)
ИТОГО по разделу 2	Лекции	4	-	-	-
	Практические занятия	4	-	-	-
	Самостоятельная работа обучающихся	18	-	-	-

Наименование разделов, тем и содержание материала	Компонент учебного плана	Трудоёмкость, ч	Форма проведения	Планируемые (контролируемые) результаты освоения	
				Компетенции	Знания, умения, навыки
Раздел 3 Этап реализации PR-кампании.					
Этап реализации PR-кампании.	Лекция	4	Традиционная	ОПК-4	31(ОПК-4-5) У1(ОПК-4-5) Н1(ОПК-4-5) 32(ОПК-4-5) У2(ОПК-4-5) Н2(ОПК-4-5) У3(ОПК-4-5) Н3(ОПК-4-5)
	Практическое занятие	4			
	Самостоятельная работа обучающихся (подготовка к практическим занятиям) Подготовка к заданиям курсового проекта	12	Освоение материалов по дисциплине. Выполнение заданий предусмотренных для выполнения курсового проекта.	ОПК-4	31(ОПК-4-5) У1(ОПК-4-5) Н1(ОПК-4-5) 32(ОПК-4-5) У2(ОПК-4-5) Н2(ОПК-4-5) У3(ОПК-4-5) Н3(ОПК-4-5)
	Самостоятельная работа обучающихся (изучение теоретических разделов дисциплины)	8	Чтение основной и дополнительной литературы, конспектирование	ОПК-4	31(ОПК-4-5) У1(ОПК-4-5) Н1(ОПК-4-5) 32(ОПК-4-5) У2(ОПК-4-5) Н2(ОПК-4-5) У3(ОПК-4-5) Н3(ОПК-4-5)
ИТОГО по разделу 3	Лекции	4	-	-	-
	Практические занятия	4	-	-	-
	Самостоятельная работа обучающихся	20	-	-	-
Раздел 4 Заключительный этап PR-кампании.					
Заключительный этап PR-кампании.	Лекция	4	Традиционная	ОПК-4	31(ОПК-4-5) У1(ОПК-4-5) Н1(ОПК-4-5) 32(ОПК-4-5) У2(ОПК-4-5) Н2(ОПК-4-5) У3(ОПК-4-5) Н3(ОПК-4-5)
	Практическое занятие	4			
	Самостоятельная работа обучающихся (подготовка к практическим занятиям)	12	Освоение материалов по дисциплине. Выполнение заданий предусмотренных для	ОПК-4	31(ОПК-4-5) У1(ОПК-4-5) Н1(ОПК-4-5) 32(ОПК-4-5) У2(ОПК-4-5) Н2(ОПК-4-5)

Наименование разделов, тем и содержание материала	Компонент учебного плана	Трудоёмкость, ч	Форма проведения	Планируемые (контролируемые) результаты освоения	
				Компетенции	Знания, умения, навыки
	Подготовка к заданиям курсового проекта		выполнения курсового проекта.		У3(ОПК-4-5) Н3(ОПК-4-5)
	Самостоятельная работа обучающихся (изучение теоретических разделов дисциплины)	6	Чтение основной и дополнительной литературы, конспектирование	ОПК-4	З1(ОПК-4-5) У1(ОПК-4-5) Н1(ОПК-4-5) З2(ОПК-4-5) У2(ОПК-4-5) Н2(ОПК-4-5) У3(ОПК-4-5) Н3(ОПК-4-5)
ИТОГО по разделу 4	Лекции	4	-	-	-
	Практические занятия	4	-	-	-
	Самостоятельная работа обучающихся	18	-	-	-
Промежуточная аттестация по дисциплине			Экзамен		
ИТОГО по дисциплине	Лекции	16	-	-	-
	Практические занятия	16	-	-	-
	Самостоятельная работа обучающихся	76	-	-	-
ИТОГО: общая трудоемкость дисциплины 144 часов					

6 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся, осваивающих дисциплину «Мастер-класс «Проектирование в связях с общественностью»», состоит из следующих компонентов: подготовка к практическим занятиям; изучение теоретических разделов дисциплины, подготовка курсового проекта.

Рекомендуемый график выполнения самостоятельной работы представлен в таблице 4.

Общие рекомендации по организации самостоятельной работы:

Время, которым располагает студент для выполнения учебного плана, складывается из двух составляющих: одна из них - это аудиторная работа в вузе по расписанию занятий, другая - внеаудиторная самостоятельная работа. Задания и материалы для самостоятельной работы выдаются во время учебных занятий по расписанию, на этих же занятиях преподаватель осуществля-

ет контроль за самостоятельной работой, а также оказывает помощь студентам по правильной организации работы.

Чтобы выполнить весь объем самостоятельной работы, необходимо заниматься по 1 - 3 часа ежедневно. Начинать самостоятельные внеаудиторные занятия следует с первых же дней семестра. Первые дни семестра очень важны для того, чтобы включиться в работу, установить определенный порядок, равномерный ритм на весь семестр. Ритм в работе - это ежедневные самостоятельные занятия, желательно в одни и те же часы, при целесообразном чередовании занятий с перерывами для отдыха.

Начиная работу, не нужно стремиться делать вначале самую тяжелую ее часть, надо выбрать что-нибудь среднее по трудности, затем перейти к более трудной работе. И напоследок оставить легкую часть, требующую не столько больших интеллектуальных усилий, сколько определенных моторных действий (построение графиков и т.п.).

Следует правильно организовать свои занятия по времени: 50 минут - работа, 5-10 минут - перерыв; после 3 часов работы перерыв - 20-25 минут. Иначе нарастающее утомление повлечет неустойчивость внимания. Очень существенным фактором, влияющим на повышение умственной работоспособности, являются систематические занятия физической культурой. Организация активного отдыха предусматривает чередование умственной и физической деятельности, что полностью восстанавливает работоспособность человека.

Таблица 4 – Рекомендуемый график выполнения самостоятельной работы студентов

Вид самостоятельной работы	Часов в неделю																	Итого по видам работ
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
Подготовка к практическим занятиям	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	24
Изучение теоретических разделов дисциплины	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	24
Подготовка курсового проекта	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	28
ИТОГО в 8 семестре	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	6	5	4	4	76

**7 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля
и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

Таблица 5 – Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства	Показатели оценки
Подготовительный (аналитический) этап PR-кампании.	31(ОПК-4-5) У1(ОПК-4-5) Н1(ОПК-4-5) 32(ОПК-4-5) У2(ОПК-4-5) Н2(ОПК-4-5) У3(ОПК-4-5) Н3(ОПК-4-5)	Практическое занятие	Понимание и владение терминологией дисциплины, умение применять теоретический материал в процессе анализа культурных текстов Участие в обсуждении дискуссионных вопросов, аргументирует точку зрения.
		Проблемная дискуссия и групповая работа	
Этап планирования PR-кампании.	31(ОПК-4-5) У1(ОПК-4-5) Н1(ОПК-4-5) 32(ОПК-4-5) У2(ОПК-4-5) Н2(ОПК-4-5) У3(ОПК-4-5) Н3(ОПК-4-5)	Практическое занятие	Понимание и владение терминологией дисциплины, умение применять теоретический материал в процессе анализа культурных текстов Участие в обсуждении дискуссионных вопросов, аргументирует точку зрения.
		Проблемная дискуссия и групповая работа	
Этап реализации PR-кампании.	31(ОПК-4-5) У1(ОПК-4-5) Н1(ОПК-4-5) 32(ОПК-4-5) У2(ОПК-4-5) Н2(ОПК-4-5) У3(ОПК-4-5) Н3(ОПК-4-5)	Практическое занятие	Понимание и владение терминологией дисциплины, умение применять теоретический материал в процессе анализа культурных текстов Участие в обсуждении дискуссионных вопросов, аргументирует точку зрения.
		Проблемная дискуссия и групповая работа	

	31(ОПК-4-5) У1(ОПК-4-5) Н1(ОПК-4-5) 32(ОПК-4-5) У2(ОПК-4-5) Н2(ОПК-4-5) У3(ОПК-4-5) Н3(ОПК-4-5)	Курсовой проект	Правильное выполнение курсового проекта
Заключительный этап PR-кампании.	31(ОПК-4-5) У1(ОПК-4-5) Н1(ОПК-4-5) 32(ОПК-4-5) У2(ОПК-4-5) Н2(ОПК-4-5) У3(ОПК-4-5) Н3(ОПК-4-5)	Практическое занятие	Понимание и владение терминологией дисциплины, умение применять теоретический материал в процессе анализа культурных текстов Участие в обсуждении дискуссионных вопросов, аргументирует точку зрения.
		Проблемная дискуссия и групповая работа	
	31(ОПК-4-5) У1(ОПК-4-5) Н1(ОПК-4-5) 32(ОПК-4-5) У2(ОПК-4-5) Н2(ОПК-4-5) У3(ОПК-4-5) Н3(ОПК-4-5)	Экзамен	Вопросы к экзамену

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, представлены в виде технологической карты дисциплины (таблица 6).

Таблица 6 – Технологическая карта

	Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
8 семестр <i>Промежуточная аттестация в форме экзамена</i>				
1	Практическое занятие (16 ч. семинарских занятий)	В течение семестра	5 баллов (учитывается средний балл всех семинаров)	<p>5 баллов - глубокое овладение темой семинара, содержательность и полнота выводов, понимание и владение терминологией, умение применять теоретический материал в процессе анализа специфики социологического подхода к анализу явлений культуры без опоры на текст;</p> <p>4 балла - доказательность и содержательность выводов; допускаются отдельные затруднения и неточности в формулировках или частично необоснованные суждения и оценки.</p> <p>3 балла - недостаточно полное, фрагментарное овладение тематикой семинара, неоднократные нарушения логики изложения материала, неспособность самостоятельной формулировки выводов, применение, но незнание семантики терминов.</p> <p>2 балла - отсутствие ответов по тематике семинара.</p> <p>0 баллов – занятия пропущены, задания не выполнены.</p>
2	Проблемная дискуссия и групповая работа	В течение семестра	15 баллов	<p>15 баллов - студент принимает активное участие в дискуссии, демонстрирует глубокое владение материалом по проблемным вопросам, умеет обоснованно высказаться в защиту или опровержение обсуждаемого тезиса. Аргументированно, корректно отстаивает точку зрения. Показал отличные умения в рамках освоенного учебного материала.</p> <p>12 баллов - студент принимает участие в обсуждении проблемы. Показал хорошие умения в рамках освоенного учебного материала.</p> <p>8 баллов - студент владеет материалом занятия, но не демонстрирует навыки критического анализа ситуации, не аргументирует ту или иную точку зрения. Показал удовлетворительные умения в рамках освоенного учебного материала.</p> <p>5 баллов - студент продемонстрировал недостаточный уровень умений, позволяющих принять участие в дискуссии.</p> <p>0 баллов – студент отсутствует на практическом занятии.</p>

	Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
3	Курсовой проект	В течение семестра	5 баллов	<p>5 баллов выставляется, если студент выполнил курсовой проект без ошибок и недочетов, допустил не более одного недочета.</p> <p>4 балла, если студент выполнил проект полностью, но допустил в нем не более одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух недочетов.</p> <p>3 балла, если студент правильно выполнил не менее половины проекта или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов, допускает искажение фактов.</p> <p>2 балла, если студент допустил число ошибок и недочетов превосходящее норму, при которой может быть выставлено 3 балла, или если правильно выполнил менее половины курсового проекта.</p>
	Текущий контроль:		25 баллов	
	Экзамен:	Вопрос – оценивание уровня усвоенных знаний	5 баллов за каждый вопрос билета	<p>5 баллов - студент правильно ответил на теоретический вопрос билета. Показал отличные знания в рамках усвоенного учебного материала. Ответил на все дополнительные вопросы.</p> <p>4 балла - студент ответил на теоретический вопрос билета с небольшими неточностями. Показал хорошие знания в рамках усвоенного учебного материала. Ответил на большинство дополнительных вопросов.</p> <p>3 балла - студент ответил на теоретический вопрос билета с существенными неточностями. Показал удовлетворительные знания в рамках усвоенного учебного материала. При ответах на дополнительные вопросы было допущено много неточностей.</p> <p>2 балла - при ответе на теоретический вопрос билета студент продемонстрировал недостаточный уровень знаний. При ответах на дополнительные вопросы было допущено множество неправильных ответов.</p>
	Промежуточная аттестация:		10 баллов	
	ИТОГО:		35 баллов	

Наименование оценочно-го средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
<p>Критерии оценки результатов обучения по дисциплине, включая курсовой проект и экзамен:</p> <p>0 – 64 % от максимально возможной суммы баллов – <i>0 – 9 баллов</i> - «неудовлетворительно» (недостаточный уровень для промежуточной аттестации по дисциплине);</p> <p>65 – 75 % от максимально возможной суммы баллов – <i>10 – 23 баллов</i> - «удовлетворительно» (пороговый (минимальный) уровень);</p> <p>76 – 84 % от максимально возможной суммы баллов – <i>24- 28 балла</i> - «хорошо» (средний уровень);</p> <p>85 – 100 % от максимально возможной суммы баллов – <i>29 – 35 баллов</i> - «отлично» (высокий (максимальный) уровень).</p>			

Задания для текущего контроля

Вопросы к практическим занятиям

Тема 1. Подготовительный (аналитический) этап PR-кампании.

1. Соотношение понятий «PR-кампания» и «PR-деятельность организации».
2. Основные характеристики PR-кампаний:
 - проблемная ориентированность;
 - целенаправленность;
 - системность;
 - планомерность;
 - дискретность (ограниченные временные рамки, наличие начала и конца);
 - технологичность;
 - оптимизация и обратная связь;
 - типология PR-кампаний (по критерию предметной направленности, в зависимости от масштаба, по критерию длительности, по критерию базисного субъекта, по критерию типа технологического субъекта, по критерию характера целевой общественности, по критерию функционального типа целевой общественности, по критерию характера оптимизации PR-деятельности, по критерию избранной стратегии и характера реализуемых PR-операций, по критерию типа используемой базовой модели PR (односторонние и двусторонние, симметричные и асимметричные), по критерию характера решаемой технологической задачи, по критерию ожидаемого результата (конструктивные и деструктивные), по критерию полного и неполного цикла).
3. Фаза определения проблемы или возможности.
4. Фаза фокусированного исследования.
5. Фаза анализа ситуации.
6. Фаза характеристики и моделирования ситуации.

Тема 2. Этап планирования PR-кампании.

1. Определение и формулировка целей PR-кампаний, разработка стратегии.
2. Тактическое планирование (планирование тактик)
 - календарное планирование;
 - планы по работе с основными группами общественности;
 - медиапланирование;
 - бюджетное (финансовое) планирование.
3. Основные затратообразующие факторы PR-кампаний;
4. Основные тактики вложений в PR-кампании.
5. Виды финансового планирования по характеру и объему затрат.
6. Основные принципы подготовки бюджета PR-кампании.
7. Методы конкретизации объемов ассигнований на PR-кампанию.
8. Основные виды затрат на PR-кампанию.
9. Формирование единого плана PR-кампании, его согласование и одобрение.

Тема 3. Этап реализации PR-кампании.

1. Этап реализации в теориях и определениях С. Катлипа, Д. Бернета, С. Мориарти.
2. Требования необходимые для этапа реализации PR-кампании.
3. Классификации групп общественности.
4. Коммуникативная составляющая PR-кампании.
5. Модели иерархии результатов:
 - модель AIDA;
 - модель DAGMAR;
 - модель «думать-чувствовать-делать»;

- модель FCB;

- модель доменов.

6. Проблемы успеха и неудач коммуникации.

7. Влияние стратегии организации на выбор и содержание PR-мероприятия.

8. PR-освещение в прессе, пресс-релиз и пресс-конференция.

9. Мероприятия. Классификация и особенности.

Тема 4. Заключительный этап PR-кампании.

1. Обеспечение соответствия главных направлений PR-кампании общим целям коммуникационной политики организации.
2. Обеспечение эффекта, конкретного результата кампании.
3. Обеспечение эффективности от выбора наиболее эффективных вариантов обращений, средств и каналов коммуникации до разработки общих целей PR-деятельности.
4. Определение эффективности расходования финансовых средств на кампанию.
5. Обеспечение соответствия формы и содержания коммуникаций требованиям государственного и профессионального регулирования и морально-этическим нормам общества.
6. Рассмотрение систем «план-факт», «от достигнутого», «цель-конечный результат».
7. Методики оценки результатов эффективности.

Темы курсового проекта:

В соответствии с полученными знаниями курса, необходимо составить один проект взаимодействия с общественностью в рамках мероприятий PR-кампании предприятия одного из предприятий на выбор из предложенных, либо предложить и согласовать свой выбор предприятия с преподавателем.

Список предприятий:

1. Организация PR-деятельности в ООО «Евросеть».
2. Разработка плана PR-кампании организации на примере ООО «Обелиск».
3. Разработка плана PR-кампании спортивно-развлекательного клуба.
4. PR-проект магазина строительных материалов «Уровень».
5. PR-проект магазина спортивной экипировки «Адидас».
6. PR-проект спортивного магазина «Спортмастер».
7. PR-проект ООО «Сотовый мир».
8. PR-проект строительной кампании ООО «Северстройком».
9. PR-проект «Кофейня-24».
10. PR-проект компании АО «Уссури Банк».
11. PR-проект стоматологической клиники «АльфаДент».
12. PR-проект магазина игрушек «Виктория».
13. PR-проект обувного магазина «Карри» (Kari).
14. PR-проект сети магазинов бытовой электроники для экономных покупателей ТК «Домо».
15. PR-проект магазина электротехники «ДНС».
16. PR-проект магазина «Макар» (ИП Шаров).
17. Организация PR-деятельности сетевой компании Amwey.
18. PR-проект сети магазинов «Евросеть».
19. PR-проект торговой сети «Амба».
20. PR-проект торговой сети «Рума».
21. PR-проект торговой сети «Солнце».
22. PR-проект магазинов книжной торговли «Большой книжный».
23. PR-проект сети магазинов «Амбарчик».
24. PR-проект фитнес-клуба «Атмосфера».
25. PR-проект предприятия транспорта МУП ПАТП.
26. PR-проект гостиницы «Восход».
27. PR-проект парикмахерского салона «Авангард».
28. PR-проект сети зоомагазинов «Зебра».
29. PR-проект мебельного магазина «Олимп».
30. PR-проект службы такси «Абсолют».
31. PR-проект корпорации «Сухой»-«КНААЗ».

Вопросы к экзамену

1. Особенности подготовительного (аналитического) этапа PR-кампании.
2. Соотношение понятий «PR-кампания» и «PR-деятельность организации».
3. Основные характеристики PR-кампаний (проблемная ориентированность, целенаправленность, системность, планомерность, дискретность (ограниченные временные рамки, наличие начала и конца), технологичность, оптимизация и обратная связь).
4. Особенности типологии PR-кампаний (по критерию предметной направленности, в зависимости от масштаба, по критерию длительности, по критерию базисного субъекта, по критерию типа технологического субъекта, по критерию характера целевой общественности, по критерию функционального типа целевой общественности).
5. Особенности типологии PR-кампаний (по критерию характера оптимизации PR-деятельности, по критерию избранной стратегии и характера реализуемых PR-операций).
6. Особенности типологии PR-кампаний (по критерию типа используемой базовой модели PR (односторонние и двусторонние, симметричные и ассиметричные), по критерию характера решаемой технологической задачи, по критерию ожидаемого результата (конструктивные и деструктивные), по критерию полного и неполного цикла).
7. Особенности фазы определения проблемы или возможности подготовительного (аналитического) этапа PR-кампании.
8. Особенности фазы фокусированного исследования подготовительного (аналитического) этапа PR-кампании.
9. Особенности фазы анализа ситуации подготовительного (аналитического) этапа PR-кампании.
10. Особенности фазы характеристики и моделирования ситуации подготовительного (аналитического) этапа PR-кампании.
11. Особенности этапа планирования PR-кампании.

12. Определение и формулировка целей PR-кампаний, разработка стратегии.
13. Тактическое планирование (календарное планирование; планы по работе с основными группами общественности; медиапланирование; бюджетное (финансовое) планирование).
14. Основные затратнообразующие факторы PR-кампаний.
15. Основные тактики вложений в PR-кампании.
16. Виды финансового планирования по характеру и объему затрат.
17. Основные принципы подготовки бюджета PR-кампании.
18. Методы конкретизации объемов ассигнований на PR-кампанию.
19. Основные виды затрат на PR-кампанию.
20. Формирование единого плана PR-кампании, его согласование и одобрение.
21. Особенности этапа реализации PR-кампании.
22. Этап реализации PR-кампании в теориях и определениях С. Катлипа, Д. Бернета, С. Мориарти.
23. Требования необходимые для этапа реализации PR-кампании.
24. Классификации групп общественности.
25. Коммуникативная составляющая PR-кампании.
26. Модели иерархии результатов (AIDA, DAGMAR, «думать-чувствовать-делать», FCB, модель доменов).
27. Проблемы успеха и неудач коммуникации на этапе реализации PR-кампании.
28. Влияние стратегии организации на выбор и содержание PR-мероприятия.
29. PR-освещение в прессе, пресс-релиз и пресс-конференция.
30. Мероприятия. Классификация и особенности разных типов мероприятий на этапе реализации PR-кампании.

31. Особенности заключительного этапа PR-кампании.
32. Обеспечение соответствия главных направлений PR-кампании общим целям коммуникационной политики организации на завершающем этапе PR-кампании.
33. Обеспечение эффекта, конкретного результата кампании.
34. Обеспечение эффективности от выбора наиболее эффективных вариантов обращений, средств и каналов коммуникации до разработки общих целей PR-деятельности на завершающем этапе PR-кампании.
35. Определение эффективности расходования финансовых средств на кампанию на завершающем этапе PR-кампании.
36. Обеспечение соответствия формы и содержания коммуникаций требованиям государственного и профессионального регулирования и морально-этическим нормам общества на завершающем этапе PR-кампании.
37. Рассмотрение систем «план-факт», «от достигнутого», «цель-конечный результат» на завершающем этапе PR-кампании.
38. Методики оценки результатов эффективности PR-кампании.

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

8.1 Основная литература

1 Меньшиков, А. А. Мастер-класс «Проектирование в связях с общественностью»: учебное пособие / А. А. Меньшиков. – Комсомольск-на-Амуре : изд-во ФГБОУ ВПО «КнАГТУ», 2013. – 104 с.

ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ

Основная литература

1 Чумиков, А. Н. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов [Электронный ресурс] : учебник / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М,

2017. — 343 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.

2 Чумиков, А. PR в Интернете: Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 [Электронный ресурс] : учебное пособие/ А. Чумиков, М. Бочаров, М. Тишкова. - М. : Альпина Паблишерз, 2014. - 132 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.

Дополнительная литература

1 Китчен, Ф. Д. Паблик рилейшнз: принципы и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф. Д. Китчен - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 454 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.

2 Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности, - 2-е изд. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 414 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.

9 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1 Единое окно доступа к образовательным ресурсам // Электронный ресурс [Режим доступа: свободный] <http://window.edu.ru/>.

2. Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>, свободный. – Загл. с экрана.

10 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Обучение дисциплине «Мастер-класс «Проектирование в связях с общественностью»» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проводятся в форме лекций и практических занятий.

Таблица 7 Методические указания к отдельным видам деятельности

Вид учебного занятия	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения. Выделять ключевые слова, формулы, отмечать на полях уточняющие вопросы по теме занятия
Практическое занятие	Работа с конспектом лекций, изучение разделов основной литературы по теме занятия, работа с текстом, освоение материалов по дисциплине
Самостоятельная работа	Для более глубокого изучения разделов дисциплины предусмотрены отдельные виды самостоятельной работы: подготовка к практическим занятиям, изучение теоретических разделов дисциплины, индивидуальные задания.

Самостоятельная работа является наиболее продуктивной формой образовательной и познавательной деятельности студента в период обучения. СРС направлена на углубление и закрепление знаний студента, развитие практических умений. СРС по дисциплине «Мастер-класс «Проектирование в связях с общественностью»» включает следующие виды работ:

- работу с лекционным материалом, поиск и обзор литературы по индивидуальному заданию;
- подготовку к практическим занятиям;
- выполнение индивидуальных заданий;
- контрольная работа.

Контроль самостоятельной работы студентов и качество освоения дисциплины осуществляется посредством:

- представления в указанные контрольные сроки результатов выполнения заданий для текущего контроля;

Текущий контроль качества освоения отдельных тем дисциплины осуществляется на основе рейтинговой системы. Этот контроль осуществляется в течение семестра и качество усвоения материала (выполнения задания) оценивается в баллах, в соответствии с таблицей 6.

Промежуточная аттестация (экзамен) производится в конце семестра и также оценивается в баллах.

Итоговый рейтинг определяется суммированием баллов текущей оценки в течение семестра. Максимальный балл текущего контроля составляет 35 баллов, промежуточной аттестации (экзамен) – 10 баллов; максимальный итоговый рейтинг – 45 баллов. Оценке «отлично» соответствует 39-45 баллов; «хорошо» – 34-38; «удовлетворительно» – 30-33; менее 29 баллов – «неудовлетворительно».

В качестве опорного конспекта лекций используется электронный учебник: Меньшиков, А. А. Мастер-класс «Проектирование в связях с общественностью»: учебное пособие / А. А. Меньшиков. – Комсомольск-на-Амуре : изд-во ФГБОУ ВПО «КНАГТУ», 2013. – 104 с.

11 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Освоение дисциплины «Мастер-класс «Проектирование в связях с общественностью»» основывается на активном использовании «Microsoft® Office Professional Plus 2010 Russian» (Лицензионный сертификат № 47019898 от 11.06.2010) в процессе изучения теоретических разделов дисциплины и подготовки к практическим занятиям.

С целью повышения качества ведения образовательной деятельности в университете создана электронная информационно-образовательная среда. Она подразумевает организацию взаимодействия между обучающимися и преподавателями через систему личных кабинетов студентов, расположенных на официальном сайте университета в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по адресу <https://student.knastu.ru>. Созданная информационно-образовательная среда позволяет осуществлять взаимодействие между участниками образовательного процесса посредством организации дистанционного консультирования по вопросам выполнения практических заданий.

В учебном процессе по дисциплине активно используется информационно-справочная система «КонсультантПлюс» (Договор № 95 от 17 мая 2017).

12 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для реализации программы дисциплины «Мастер-класс «Проектирование в связях с общественностью»» используется материально-техническое обеспечение, перечисленное в таблице 8.

Таблица 8 – Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Наименование аудитории (лаборатории)	Используемое оборудование	Назначение оборудования
Аудитории для занятий лекционного и семинарского типа с выходом в интернет + локальное соединение	Мультимедийный класс	1 персональный ЭВМ с процессором Core(TM) i3-3240 CPU @ 3.4 GHz; 1 экран с проектором EPSON EB-825V	Проведение лекционных и практических занятий в виде презентаций

