

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

« 26 » 01 / 20 18 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины «Технологии связей 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, 2018

Автор рабочей программы
доцент кафедры «Философия и культурология», канд. культурологии


 Тимофеева И.Ю.
« 23 » 01 2017г.

СОГЛАСОВАНО


Директор библиотеки

 И.А. Романовская
« 24 » 01 2017г.


Заведующий кафедрой «Философия и культурология»

 Д.В. Новиков
« 25 » 01 2017г.

Декан факультета «ФЗДО»

 М.В. Семибратова
« 24 » 01 2017г.

Начальник УМУ

 Е.Е. Поздеева
« 25 » 01 2017г.

1 Общие положения

Рабочая программа дисциплины «Технологии связей с общественностью» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации №512 08.06.2017, и основной профессиональной образовательной программы подготовки «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии» по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью".

Практическая подготовка реализуется на основе Профессионального стандарта 06.013 «Специалист по информационным ресурсам». ТФ 3.3.1: организация работ по созданию и редактированию контента. Необходимые умения: составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации.

Задачи дисциплины	<ul style="list-style-type: none">- освоить процесс разработки и применения технологий в связях с общественностью, в управлении общественным мнением в различных сферах общественной жизни.- сформировать умения использовать соответствующие технологии в профессиональной сфере деятельности.- сформировать умения различать и определять эффективность применения в сложившейся профессиональной ситуации техник связей с общественностью или составлять микс их инновационных техник, присущих обоим видам коммуникаций.- изучить методы оценки эффективности работы в рекламной и пиар-кампаниях в сложившейся профессиональной ситуации.
-------------------	---

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

Процесс изучения дисциплины «Технологии связей с общественностью» направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной образовательной программой (таблица 1):

Таблица 1 – Компетенции и индикаторы их достижения

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Универсальные		
Общепрофессиональные		

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<p>ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	<p>ОПК-6.1. Знает современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии, применяемые в профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-6.2 Умеет использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p> <p>ОПК-6.3. Владеет навыками применения современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p>Знать понятие технологии и технологизации профессиональной сферы деятельности; психологические аспекты формирования и применения технологий в сфере связей с общественностью и рекламы; базовые инструменты технологий связей с общественностью и рекламы; особенности формирования и функционирования технологий связей с общественностью и рекламы в различных сферах общественной жизни; частные аспекты использования технологий связей с общественностью и рекламы в отрасли.</p> <p>Уметь: задействовать технологии связей с общественностью и рекламы для решения профессиональных задач; применять в рамках технологий связей с общественностью и рекламы психологические механизмы влияния на потребителя информации; использовать базовые инструменты технологий связей с общественностью и рекламы; осуществлять рациональный выбор технологий связей с общественностью и рекламы применительно к различным сферам общественной</p>

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
		жизни и отраслям производства; определять целевые аудитории
Профессиональные		

3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Технологии связей с общественностью» изучается на 3 курсе(ах) в 5 семестре(ах).

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

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения, навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин Технологии рекламы, Дизайн в рекламе и связях с общественностью.

- Знания, умения и навыки, сформированные при изучении дисциплины «Технологии связей с общественностью», будут востребованы при изучении последующих дисциплин
- Современные технологии в рекламе и связях с общественностью
- Аудиовизуальные технологии в рекламе и связях с общественностью // Информационные системы и технологии в рекламной деятельности
- Продвижение в интернете // Коммуникации в постиндустриальном обществе
- Учебная практика (профессионально-ознакомительная)
- Производственная практика (профессионально-творческая)
- 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 (объем) дисциплины составляет 4 з.е., 144 акад. час.

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

Таблица 2 – Объем дисциплины (модуля) по видам учебных занятий

Объем дисциплины	Всего академических часов
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
в том числе в виде практической подготовки	6
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 – Экзамен КП	36

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

Таблица 3 – Структура и содержание дисциплины (модуля)

Наименование разделов, тем и содержание материала	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			СРС
	Контактная работа преподавателя с обучающимися			
	Лекции	Семинарские (практические занятия)	Лабораторные занятия	
PR-технологии: разновидности и базовые инструменты	2	2		9

Наименование разделов, тем и содержание материала	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			СРС
	Контактная работа преподавателя с обучающимися			
	Лекции	Семинарские (практические занятия)	Лабораторные занятия	
Работа с базовыми инструментами PR-технологий: бенчмаркинг, Life Placement, сторителлинг, слухи в PR-кампаниях организаций, управление толпой как инструмент PR, проведение имидж-ивентов в контексте PR-сопровождений.	2	2		9
Информационные продукты в PR. Пресс-релиз и пресс--kit. Пресс-клиппинг, пресс-досье.	2	2*		9
Общие принципы создания PR-текстов. Материалы для непосредственной публикации в СМИ.	2	2		9
Управление информацией и конструирование новостей. Методы конструирования новостей. Создание информационного потока и управление им. Новостной повод, презентация	2	2*		9
Рабочие мероприятия для СМИ: пресс-конференция, пресс-тур. Выставки, ярмарки, дни открытых дверей. Клубный вечер. Деловой завтрак, прием	2	2		9
Особенности PR-технологии в сети Интернет. Интернет как особая сфера коммуникации и новая информационная реальность.	2	2*		9
Технологии анализа пиар-кампаний	2	2		13
ИТОГО по дисциплине	16	16		76

*реализуется в форме практической подготовки

6 Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

При планировании самостоятельной работы студенту рекомендуется руководствоваться следующим распределением часов на самостоятельную работу (таблица 4):

Таблица 4 – Рекомендуемое распределение часов на самостоятельную работу

Компоненты самостоятельной работы	Количество часов
Изучение теоретических разделов дисциплины	20
Подготовка к занятиям семинарского типа	30
Подготовка и оформление КП	26
	76

7 Оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Таблица 4 – Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Формируемая компетенция	Наименование оценочного средства	Показатели оценки
PR-технологии: разновидности и базовые инструменты	ОПК-6	Семинарское занятие Экзамен	Демонстрирует знание традиционных и инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности
Работа с базовыми инструментами PR-технологий: бенчмаркинг, Life Placement, сторителлинг, слухи в PR-кампаниях организаций, управление толпой как инструмент PR, проведение имидж-ивентов в контексте PR-сопровождений.			Знает психологические аспекты формирования и применения технологий в сфере связей с общественностью и рекламы; уметь выстраивать эффективное коммуникативное поведение в профессиональной сфере с помощью применения современных технологий. Уметь использовать базовые

			<p>инструменты технологических связей с общественностью и рекламы.</p> <p>Знает особенности формирования и функционирования технологических связей с общественностью и рекламы в различных сферах общественной жизни</p>
<p>Информационные продукты в PR. Пресс-релиз и пресс-цит. Пресс-клиппинг, пресс-досье.</p>			<p>Знает специфику информационных продуктов. Владеть приемами осуществления профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных сферах общественной жизни.</p>
<p>Общие принципы создания PR-текстов. Материалы для непосредственной публикации в СМИ.</p>			<p>Знает общие принципы создания PR-текстов, владеет навыком подготовки PR-текстов для публикации в различных СМИ</p>
<p>Управление информацией и конструирование новостей. Методы конструирования новостей. Создание информационного потока и управление им. Новостной повод, презентация</p>			<p>Демонстрирует знание основных закономерностей управления информацией и конструирования новостей. Владеет навыком создания новостных текстов разных типов</p>
<p>Рабочие мероприятия для СМИ: пресс-конференция, пресс-тур. Выставки, ярмарки, дни откры-</p>			<p>Знает основные аспекты формирования и применения технологий в сфере связей с общественностью, умеет</p>

тых дверей. Клубный вечер. Деловой завтрак, прием			выстраивать эффективное коммуникативное поведение в профессиональной сфере с помощью применения современных технологий
Особенности PR-технологии в сети Интернет. Интернет как особая сфера коммуникации и новая информационная реальность.			Знает основные аспекты формирования и применения технологий в сфере связей с общественностью, умеет выстраивать эффективное коммуникативное поведение в профессиональной сфере с помощью применения современных технологий в сети Интернет
Технологии анализа пиар-кампаний			Знает алгоритм анализа пиар-кампании, умеет проанализировать результаты профессиональной деятельности
КП		Задание на курсовой проект	Умеет самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве, демонстрирует сформированность аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, представлены в виде технологической карты дисциплины (таблица 5).

Таблица 5 – Технологическая карта

	Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 семестр				
Промежуточная аттестация в форме Экзамена				
	Семинарское занятие	В течение семестра	5 баллов Максимальная сумма баллов 40	<p>5 баллов ставится, если студент полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.</p> <p>4 балла ставится, если студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для 5 баллов, но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.</p> <p>3 балла ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.</p>

	Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
				2 балла ставится, если студент обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.
	КП	В течение семестра	По результатам защиты курсового проекта (работы) выставляется оценка по 4-балльной шкале оценивания	<p>- оценка «отлично» выставляется студенту, если в работе содержатся элементы научного творчества и делаются самостоятельные выводы, достигнуты все результаты, указанные в задании, качество оформления отчета соответствует установленным в вузе требованиям и при защите студент проявил отличное владение материалом работы и способность аргументировано отвечать на поставленные вопросы по теме работы;</p> <p>- оценка «хорошо» выставляется студенту, если в работе достигнуты все результаты, указанные в задании, качество оформления отчета соответствует установленным в вузе требованиям и при защите студент проявил хорошее владение материалом работы и способность аргументировано отвечать на поставленные вопросы по теме работы;</p> <p>- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если в работе достигнуты основные результаты, указанные в задании, качество оформления отчета в основном соответствует</p>

	Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
				установленным в вузе требованиям и при защите студент проявил удовлетворительное владение материалом работы и способность отвечать на большинство поставленных вопросов по теме работы; оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если в работе не достигнуты основные результаты, указанные в задании или качество оформления отчета не соответствует установленным в вузе требованиям, или при защите студент проявил неудовлетворительное владение материалом работы и не смог ответить на большинство поставленных вопросов по теме работы.
	Текущий контроль:	-	45 баллов	-
	Экзамен:	-	55 баллов	-
	ИТОГО:	-	100 баллов	-
<p>Критерии оценки результатов обучения по дисциплине: 0 – 64 % от максимально возможной суммы баллов – «неудовлетворительно» (недостаточный уровень для промежуточной аттестации по дисциплине); 65 – 74 % от максимально возможной суммы баллов – «удовлетворительно» (пороговый (минимальный) уровень); 75 – 84 % от максимально возможной суммы баллов – «хорошо» (средний уровень); 85 – 100 % от максимально возможной суммы баллов – «отлично» (высокий (максимальный) уровень)</p>				

Задания для текущего контроля

Вопросы к семинарам

Семинар 1. PR-технологии: разновидности и базовые инструменты

1. Технологии и технологизации профессиональной сферы деятельности
Определение характерных признаков и критерий PR-технологии.
2. Разработка PR-технологии: теоретический этап; методический этап; процедурный этап.
3. Особенности радио, телевидения и печатных СМИ как каналов коммуникации. Сравнительный анализ

Семинар 2. Работа с базовыми инструментами PR-технологий: бенчмаркинг, Life Placement, сторителлинг, слухи в PR-кампаниях организаций, управление толпой как инструмент PR, проведение имидживентов в контексте PR-сопровождений.

1. Характеристика и возможные области применения базовых инструментов PR-технологий: бенчмаркинг
2. Характеристика и возможные области применения базовых инструментов PR-технологий: Life Placement
3. Характеристика и возможные области применения базовых инструментов PR-технологий: сторителлинг
4. Характеристика и возможные области применения базовых инструментов PR-технологий: слухи в PR-кампаниях организаций
5. Характеристика и возможные области применения базовых инструментов PR-технологий: управление толпой как инструмент PR
6. Характеристика и возможные области применения базовых инструментов PR-технологий: проведение имидживентов в контексте PR-сопровождений

Семинар 3. Информационные продукты в PR. Пресс-релиз и пресс-кит. Пресс-клиппинг, пресс-досье.

1. Пресс-релиз и пресс-кит.
2. Пресс-клиппинг, пресс-досье

Семинар 4. Общие принципы создания PR-текстов. Материалы для непосредственной публикации в СМИ.

1. Общие принципы создания PR-текстов. Проектирование PR-текста. Заголовок и подзаголовок. Виды иллюстраций, их назначение.
2. Подпись под иллюстрацией, выбор иллюстративного материала с точки зрения эффективности воздействия на целевую аудиторию. Привлечение внимания и интереса читателей.
3. Объем PR-текста. Концовка сообщения. Основной текст.
4. Лексика PR-текстов.

5. Материалы для непосредственной публикации в СМИ. Их классификация. Правила написания, оформления и подачи пресс-релиза.

Задание к семинару:

1. Найдите в текстах все указания на маркетинговую информацию.
2. Вы - кандидат на пост президента. Составьте для себя рекламный текст (10-15 предложений) и слоган. Текст должен быть имиджевого характера.
3. Определите типы ОРТ по цели, способу изложения и стилю. Почему авторы выбрали именно такие стратегии подачи рекламной информации?
4. Проанализируйте лексику рекламных текстов.
5. Определите в текстах сферы манипуляций и охарактеризуйте сравнения.
6. Проанализируйте читаемость текстов. Исправьте их, если встречаются нарушения читаемости.

Семинар 5. Управление информацией и конструирование новостей. Методы конструирования новостей. Создание информационного потока и управление им. Новостной повод, презентация

1. Управление информацией. Формирование собственного информационного потока PR-кампании. Сегментирование информационного потока.
2. Информационное партнерство. Типы получения информации PR-кампании. Характеристики основных средств распространения PR-информации.
3. Оптимизация формы подачи PR-материалов. PR в СМИ.
4. Понятие «медиа-карты». Составление медиа-карты. Методы конструирования новостей.
5. Понятие «информационного повода» в журналистике. Предоставление «информационных сообщений» для журналистов.
6. Классификация новостей.
7. Методы создания новостей. Использование праздничных и памятных дат. Приемы, позволяющие усилить новость, метод «продлонгирования» новости.

Семинар 6. Рабочие мероприятия для СМИ: пресс-конференция, пресс-тур. Выставки, ярмарки, дни открытых дверей. Клубный вечер. Деловой завтрак, прием

1. Особенности PR-мероприятий на информационном рынке.
2. Организация и проведение мероприятий для СМИ. Определение приглашенных, помещения, содержания.
3. Информационный повод. Прессообытия: пресс-конференция, пресс-прием, пресс-визит, пресс-тур, брифинг.
4. Режиссура подготовки и проведения. Требования к организации, проведению и анализу

5. Фирменные PR-акции: дни открытых дверей, ярмарки,, выставка и др.
6. Определение приглашенных, помещения, содержания. Преимущества и недостатки использования рабочих мероприятий, сфера их применения.

Семинар 7. Особенности PR-технологии в сети Интернет. Интернет как особая сфера коммуникации и новая информационная реальность.

1. Типы коммуникации в Интернете и их конвергенция с традиционными коммуникационными принципами и возможностями.
2. Модели интернет-присутствия.
3. Особенности и форматы работы с целевыми аудиториями в сети.
4. Блоги и блогосфера как новое поле для PRтехнологий.
5. Интернет и традиционные СМИ. Интернет, аудио и видео. Подкастинг и подкасты. Интернет и мобильная телефония.
6. Развитие интернет-пространства как мотивация для внедрения PRметодов в деятельность государственных и общественных организаций.

Задание: публикация информации в сети. Участие в форуме. Рекламная акция

Семинар 8. Технологии анализа пиар-кампаний

1. Определение оценочного исследования. Оценочное исследование как процесс.
2. Уровни, критерии и методы оценки PR-программ.
3. Основные модели оценки.
4. Оперативный контроль и корректировка текущих проектов.
5. Интерпретация и использование результатов оценки.

Практические задания и упражнения

Примерный комплект заданий и упражнений для проведения практических занятий (реализуется в форме практической подготовки)

1. Написание миниисследования по базовым инструментам технологий
2. Анализ видов психологических эффектов и приемов манипуляции, применяемые в современных СМИ
3. Написание эссе: «Формирование имиджа политического лидера» (на конкретном кандидате)
4. Анализ политических технологий (на конкретном примере избирательной кампании).
5. Подготовка спонсорского пакета.

6. Провести анализ особенностей и форматов работы с целевыми аудиториями в Сети: клубная структура, пространство для самовыражения, конкурсы, лотереи, игры, занимательные тесты, мультимедиа, презентации, блоги, форум, чат, доска объявлений, корпоративные блоги. (5 видов на выбор).

Задания для промежуточной аттестации

Примерные темы курсового проекта

1. Разработка модели методологической экспертизы презентаций PR- практик
2. Анализ видов психологических эффектов и приемов манипуляции, применяемые в современных СМИ
3. Исследование эффективности телевизионной и радио- рекламы и пропаганды.
4. Формирование имиджа политического лидера (на конкретном кандидате)
5. Анализ политических технологий (на конкретном примере избирательной кампании).
6. Подготовка спонсорского пакета.
7. Написание исследования на примере реального вебсайта: «Типы коммуникации в Интернете и их конвергенция с традиционными коммуникационными принципами и возможностями».
8. Провести анализ особенностей и форматов работы с целевыми аудиториями в Сети: клубная структура, пространство для самовыражения, конкурсы, лотереи, игры, занимательные тесты, мультимедиа, презентации, блоги, форум, чат, доска объявлений, корпоративные блоги. (5 видов на выбор)
9. Исследование основных приемов в рекламных и пиар-кампаниях. На конкретных примерах.

Задания для промежуточной аттестации

Вопросы к экзамену

- 1 Правовые и этические аспекты письменной PR-коммуникации.
- 2 Виды коммуникативных моделей.
- 3 Сфера функционирования публичных коммуникаций.
- 4 Источники PR-текста.

- 5 Первичный и опосредованный PR-тексты.
- 6 Проблемы типологии и жанрообразования PR-текста;
- 7 Жанровая типология простых первичных PR-текстов.
- 8 Оперативно-новостные жанры.
- 9 Структура пресс-релиза.
- 10 Назначение пресс-релиза, особенности композиции.
- 11 Приглашение для различных групп общественности.
- 12 Исследовательско-новостные и фактологические жанры.
- 13 «Бэкграундер», структура, оформление.
- 14 Основные правила разработки листа вопросов-ответов.
- 15 Требования к подготовке факт-листа: структура.
- 16 Правила подготовки биографии.
- 17 Исследовательские и образно-новостные жанры PR-текста
- 18 Комбинированные, медиатексты и смежные PR-тексты. Правила составления.
- 19 Пресс-кит: структура и оформление.
- 20 Основные требования к подготовке и применению буклетов, проспектов в работе PR-специалиста.
- 21 Брошюра: правила составления и оформления.
- 22 Правила подготовки ньюслеттера.
- 23 Листовка: структура и оформление.
- 24 Резюме как разновидность PR-текста.
- 25 Основные разновидности медиатекстов: имиджевая статья имиджевое интервью.
- 26 Каналы выхода на различные аудитории
- 27 Аудиовизуальные средства: значение, подготовка, презентация.
- 28 Роль фотографии и графических изображений при подготовке PR-текста.
- 29 Критерии отбора и оценка эффективности воздействия различных каналов
- 30 Оценка распространения, степени освещения сообщения, системный мониторинг.
- 31 Измерение степени осведомленности аудитории.
- 32 Оценка отношения и действий аудитории.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература

1. Бердников, И. П. PR-коммуникации : практическое пособие / И. П. Бердников, А. Ф. Стрижова. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. – 208 с. // IPRbooks : электронно-библиотечная система. – URL:

<http://www.iprbookshop.ru/99362.html> (дата обращения: 23.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

2. Варакута, С. А. Связи с общественностью : учебное пособие / С. А. Варакута. – Москва : ИНФРА-М, 2019. – 207 с. // Znanium.com : электронно-библиотечная система. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/993597> (дата обращения: 23.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

3. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 462 с. // Юрайт : электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru/bcode/476668> (дата обращения: 23.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

4. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 337 с. // Юрайт : электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru/bcode/469810> (дата обращения: 23.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература

1. Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под ред. В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 351 с. // Юрайт : электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru/bcode/472133> (дата обращения: 23.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

2. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 263 с. // Юрайт : электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru/bcode/468724> (дата обращения: 23.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

3. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 173 с. // Юрайт : электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru/bcode/474171> (дата обращения: 23.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

Методические указания для студентов по освоению дисциплины Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

1. Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM. Договор № 4378 эбс ИКЗ 20 1 2727000769 270301001 0006 001 6311 000 от 17 апреля 2020г.

2. Электронно-библиотечная система IPRbooks. Лицензионный договор № ЕП 44/13 на предоставление доступа к электронно-библиотечной системе IPRbooks ИКЗ 20 1 2727000769 270301001 0005 001 6311 000 от 27 марта 2020г.

3. Электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU (периодические издания) 8Договор № ЕП 44//12 на оказание услуг доступа к электронным изданиям ИКЗ 20 12727000769 270301001 0008 001 6311 000 от 02 марта 2020г.

8.3 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

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

8.4 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Таблица 7 – Перечень используемого программного обеспечения

Наименование ПО	Реквизиты / условия использования
Microsoft Imagine Premium	Лицензионный договор АЭ223 №008/65 от 11.01.2019
OpenOffice	Свободная лицензия, условия использования по ссылке: https://www.openoffice.org/license.html

9 Организационно-педагогические условия

Организация образовательного процесса регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий. Язык обучения (преподавания) — русский. Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

При формировании своей индивидуальной образовательной траектории обучающийся имеет право на перезачет соответствующих дисциплин и профессиональных модулей, освоенных в процессе предшествующего обучения, который освобождает обучающегося от необходимости их повторного освоения.

9.1 Образовательные технологии

Учебный процесс при преподавании курса основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены лекциями

и семинарскими (практическими) занятиями. Инновационные образовательные технологии используются в виде широкого применения активных и интерактивных форм проведения занятий. Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в информационной образовательной среде.

9.2 Занятия лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов учебного плана.

На первой лекции лектор обязан предупредить студентов, применительно к какому базовому учебнику (учебникам, учебным пособиям) будет прочитан курс.

Лекционный курс должен давать наибольший объем информации и обеспечивать более глубокое понимание учебных вопросов при значительно меньшей затрате времени, чем это требуется большинству студентов на самостоятельное изучение материала.

9.3 Занятия семинарского типа

Семинарские занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы.

Основной формой проведения семинаров является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях. В обязанности преподавателя входят: оказание методической помощи и консультирование студентов по соответствующим темам курса.

Активность на семинарских занятиях оценивается по следующим критериям:

- ответы на вопросы, предлагаемые преподавателем;
- участие в дискуссиях;
- выполнение проектных и иных заданий;
- ассистирование преподавателю в проведении занятий.

Ответ должен быть аргументированным, развернутым, не односложным, содержать ссылки на источники.

Доклады и оппонирование докладов проверяют степень владения теоретическим материалом, а также корректность и строгость рассуждений.

Оценивание заданий, выполненных на семинарском занятии, входит в накопленную оценку.

9.4 Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа студентов – это процесс активного, целенаправленного приобретения студентом новых знаний, умений без непосредственного участия преподавателя, характеризующийся предметной направленностью, эффективным контролем и оценкой результатов деятельности обучающегося.

Цели самостоятельной работы:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную и справочную документацию, специальную литературу;
- развитие познавательных способностей, активности студентов, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, творческой инициативы, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений и академических навыков.

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

Технология организации самостоятельной работы студентов включает использование информационных и материально-технических ресурсов университета.

Перед выполнением обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель может проводить инструктаж по выполнению задания. В инструктаж включается:

- цель и содержание задания;
- сроки выполнения;
- ориентировочный объем работы;
- основные требования к результатам работы и критерии оценки;
- возможные типичные ошибки при выполнении.

Инструктаж проводится преподавателем за счет объема времени, отведенного на изучение дисциплины.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Студенты должны подходить к самостоятельной работе как к важнейшему средству закрепления и развития теоретических знаний, выработке единства взглядов на отдельные вопросы курса, приобретения определенных навыков и использования профессиональной литературы.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

9.5 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.

2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.

3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.

4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

При самостоятельной проработке курса обучающиеся должны:

- просматривать основные определения и факты;
- повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;
- изучить рекомендованную литературу, составлять тезисы, аннотации и конспекты наиболее важных моментов;
- самостоятельно выполнять задания, аналогичные предлагаемым на занятиях;
- использовать для самопроверки материалы фонда оценочных средств.

10 Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

10.3 Учебно-лабораторное оборудование

Отсутствует

10.4 Технические и электронные средства обучения

При проведении занятий используется аудитория, оборудованная проектором (стационарным или переносным) для отображения презентаций. Кроме того, при проведении лекций и практических занятий необходим компьютер с установленным на нем браузером и программным обеспечением для демонстрации презентаций.

Для реализации дисциплины подготовлены следующие презентации:

- 1 PR-технологии: разновидности и базовые инструменты
- 2 Информационные продукты в PR. Пресс-релиз и пресс-кит. Пресс-клиппинг, пресс-досье.

11 Иные сведения

Методические рекомендации по обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах. Предполагаются специальные условия для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. N АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);

· устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

