

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

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 культу-
рология», канд. культурологии



Тимофеева И.Ю.
« 23 » 01 2017 г.

СОГЛАСОВАНО


Директор библиотеки


И.А. Романовская
« 24 » 01 2017 г.


Заведующий кафедрой «Философия и
культурология»


Д.В. Новиков
« 23 » 01 2017 г.

/Декан факультета «ФЗДО»


М.В. Семибратова
« 24 » 01 2017 г.

Начальник УМУ


Е.Е. Поздеева
« 25 » 01 2017 г.

Введение

Рабочая программа дисциплины «Технологии связей 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».

1 Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	Технологии связей с общественностью							
Цель дисциплины	Усвоение системы знаний в области современных коммуникаций, приобретение компетенций владения основами техник связей с общественностью, позволяющих выстраивать эффективное коммуникативное поведение в профессиональной сфере.							
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.							
Основные разделы дисциплины	нет							
Общая трудоемкость дисциплины	4 з.е./ 144 академических часа							
		Аудиторная нагрузка, ч				СРС, ч	Промежуточная аттестация, ч	Всего за семестр, ч
	Семестр	Лекции	Пр. занятия	Лаб. работы	Курсовое проектирование			
	5 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 «Технологии связей 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)
ПК-5 способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	З1(ПК-5-4) Знать текстовые PR-технологии	У1(ПК-5-4) Уметь: применять текстовые технологии PR (пресс-релиз, пресс-кит, и т.д.)	Н1(ПК-5-4) Владеть: навыками применения текстовых технологий PR (пресс-релиз, пресс-кит, и т.д.)
	З2(ПК-5-4) технологии применения специальных PR-мероприятий	У2(ПК-5-4) применять технологии специальных PR-мероприятий (конференция, «круглый стол» и т.д.)	Н2(ПК-5-4) навыками применения технологий специальных PR-мероприятий (пресс-конференция, «круглый стол» и т.д.)

3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Технологии связей с общественностью» изучается на 3 курсе в 5 семестре. Дисциплина «Технологии связей с общественностью» является обязательной дисциплиной вариативного блока дисциплин.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и навыки, сформированные на предыдущих этапах освоения компетенции ПК-5 в процессе прохождения дисциплин «Дизайн в рекламе и связях с общественностью», «Технологии рекламы», в процессе прохождения Производственной практики.

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
PR-технологии: разновидности и базовые инструменты	Лекция	2	Традиционная	ПК-5	31(ПК-5-4) 32(ПК-5-4)
	Практическое занятие	2	Традиционная	ПК-5	31(ПК-5-4) 32(ПК-5-4) У1(ПК-5-4) У2(ПК-5-4) Н1(ПК-5-4) Н2(ПК-5-4)
Работа с базовыми инструментами PR-технологий: бенчмаркинг, Life Placement, сторителлинг, слухи в PR-кампаниях организаций, управление толпой как инструмент PR, прове-	Лекция	2	Интерактивная	ПК-5	31(ПК-5-4) 32(ПК-5-4)
	Практическое занятие	2	Интерактивная	ПК-5	31(ПК-5-4) 32(ПК-5-4) У1(ПК-5-4) У2(ПК-5-4) Н1(ПК-5-4) Н2(ПК-5-4)

Наименование разделов, тем и содержание материала	Компонент учебного плана	Трудоёмкость, ч	Форма проведения	Планируемые (контролируемые) результаты освоения	
				Компетенции	Знания, умения, навыки
дение имидж-ивентов в контексте PR-сопровождений.					
Информационные продукты в PR. Пресс-релиз и пресс-кит. Пресс-клиппинг, пресс-досье.	Лекция	2	Традиционная	ПК-5	31(ПК-5-4) 32(ПК-5-4)
	Практическое занятие	2	Интерактивная	ПК-5	31(ПК-5-4) 32(ПК-5-4) У1(ПК-5-4) У2(ПК-5-4) Н1(ПК-5-4) Н2(ПК-5-4)
Общие принципы создания PR-текстов. Материалы для непосредственной публикации в СМИ.	Лекция	2	Традиционная	ПК-5	31(ПК-5-4)
	Практическое занятие	2	Традиционная	ПК-5	31(ПК-5-4) У1(ПК-5-4) Н1(ПК-5-4)
Управление информацией и конструирование новостей. Методы конструирования новостей. Создание информационного потока и управление им. Новостной повод, презентация	Лекция	2	Традиционная	ПК-5	31(ПК-5-4) 32(ПК-5-4)
	Практическое занятие	2	Традиционная	ПК-5	31(ПК-5-4) 32(ПК-5-4) У1(ПК-5-4) У2(ПК-5-4) Н1(ПК-5-4) Н2(ПК-5-4)
Рабочие мероприятия для СМИ: пресс-конференция, пресс-тур. Выставки, ярмарки, дни открытых дверей. Клубный вечер. Деловой завтрак, прием	Лекция	2	Интерактивная	ПК-5	32(ПК-5-4)
	Практическое занятие	2	Традиционная	ПК-5	32(ПК-5-4) У2(ПК-5-4) Н2(ПК-5-4)
Особенности PR-технологии в сети Интернет. Интернет как особая сфера коммуни-	Лекция	2	Интерактивная	ПК-5	31(ПК-5-4) 32(ПК-5-4)

Наименование разделов, тем и содержание материала	Компонент учебного плана	Трудоёмкость, ч	Форма проведения	Планируемые (контролируемые) результаты освоения	
				Компетенции	Знания, умения, навыки
кации и новая информационная реальность.	Практическое занятие	2	Традиционная	ПК-5	31(ПК-5-4) 32(ПК-5-4) У1(ПК-5-4) У2(ПК-5-4) Н1(ПК-5-4) Н2(ПК-5-4)
Технологии анализа пиар-кампаний	Лекция	2	Традиционная	ПК-5	31(ПК-5-4) 32(ПК-5-4)
	Практическое занятие	2	Традиционная	ПК-5	31(ПК-5-4) 32(ПК-5-4) У1(ПК-5-4) У2(ПК-5-4) Н1(ПК-5-4) Н2(ПК-5-4)
	Самостоятельная работа обучающихся (подготовка к практическим занятиям)	56	Освоение материалов по дисциплине. Выполнение курсового проекта	ПК-5	31(ПК-5-4) 32(ПК-5-4) У1(ПК-5-4) У2(ПК-5-4) Н1(ПК-5-4) Н2(ПК-5-4)
	Самостоятельная работа обучающихся (изучение теоретических разделов дисциплины)	20	Чтение основной и дополнительной литературы, конспектирование	ПК-5	31(ПК-5-4) 32(ПК-5-4)
ИТОГО по дисциплине	Лекции	16	-	-	-
	Практические занятия	16	-	-	-
	Самостоятельная работа обучающихся	76	-	-	-
ИТОГО: общая трудоёмкость дисциплины 144 часа					

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

Самостоятельная работа обучающихся, осваивающих дисциплину «Технологии связей 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 осуществляет 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	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	36
Изучение теоретических разделов дисциплины	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20
Выполнение курсового проекта	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	20
ИТОГО в 5 семестре	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	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
PR-технологии: разновидности и базовые инструменты	31(ПК-5-4) 32(ПК-5-4) У1(ПК-5-4) У2(ПК-5-4) Н1(ПК-5-4) Н2(ПК-5-4)	Семинарское занятие (вопросы) Экзамен (вопросы)	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.	31(ПК-5-4) 32(ПК-5-4) У1(ПК-5-4) У2(ПК-5-4) Н1(ПК-5-4) Н2(ПК-5-4)	Семинарское занятие (вопросы) Экзамен (вопросы)	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 инструменты технологий связей с общественностью и рекламы. Знает особенности формирования и функционирования технологий связей с общественностью и рекламы в различных сферах общественной жизни
Информационные продукты в PR. Пресс-релиз и пресс-цит. Пресс-клиппинг, пресс-досье.	31(ПК-5-4) 32(ПК-5-4) У1(ПК-5-4) У2(ПК-5-4) Н1(ПК-5-4) Н2(ПК-5-4)	Семинарское занятие (вопросы) Экзамен (вопросы)	Знает специфику информационных продуктов. Владеть приемами осуществления профессиональных функции в области рекламы и связей с общественностью в различных сферах общественной жизни.
Общие принципы создания PR-текстов. Материалы для непосредственной публикации в СМИ.	31(ПК-5-4) У1(ПК-5-4) Н1(ПК-5-4)	Семинарское занятие (вопросы) Экзамен (вопросы)	Знает общие принципы создания PR-текстов, владеет навыком подготовки PR-текстов для публикации в различных СМИ
Управление информацией и конструирование новостей. Методы конструирования новостей. Создание информационного потока и управление им. Новостной	31(ПК-5-4) 32(ПК-5-4) У1(ПК-5-4) У2(ПК-5-4) Н1(ПК-5-4) Н2(ПК-5-4)	Семинарское занятие (вопросы) Экзамен (вопросы)	Демонстрирует знание основных закономерностей управления информацией и конструирования новостей. Владеет навыком создания новостийных текстов разных типов

повод, презентация			
Рабочие мероприятия для СМИ: пресс-конференция, пресстур. Выставки, ярмарки, дни открытых дверей. Клубный вечер. Деловой завтрак, прием	32(ПК-5-4) У2(ПК-5-4) Н2(ПК-5-4)	Семинарское занятие (вопросы) Экзамен (вопросы)	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
Особенности PR-технологии в сети Интернет. Интернет как особая сфера коммуникации и новая информационная реальность.	31(ПК-5-4) 32(ПК-5-4) У1(ПК-5-4) У2(ПК-5-4) Н1(ПК-5-4) Н2(ПК-5-4)	Семинарское занятие (вопросы) Экзамен (вопросы)	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	31(ПК-5-4) 32(ПК-5-4) У1(ПК-5-4) У2(ПК-5-4) Н1(ПК-5-4) Н2(ПК-5-4)	Семинарское занятие (вопросы) Экзамен (вопросы)	Знает алгоритм анализа пиар-кампании, умеет проанализировать результаты профессиональной деятельности
Курсовой проект	31(ПК-5-4) 32(ПК-5-4) У1(ПК-5-4) У2(ПК-5-4) Н1(ПК-5-4) Н2(ПК-5-4)	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.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена и защиты курсового проекта.

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
5 семестр <i>Промежуточная аттестация в форме зачета</i>				
1	Семинарское занятие	В течение семестра	40 баллов	<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> <p>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.</p>
Промежуточная аттестация: Экзамен		17 неделя	30 баллов	– 30 баллов (отлично) заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Оценка «отлично» выставляется студентам, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для будущей профессиональной деятельности, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебного материала;

	Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
				<p>– 20 баллов (хорошо) заслуживает студент, обнаруживший полное знание программного материала, успешно выполняющий предусмотренные в программе задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе. Оценка «хорошо» выставляется студентам, показавшим систематический характер знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности;</p> <p>– 10 баллов (удовлетворительно) заслуживает студент, обнаруживший знание основного программного материала в объёме, необходимом для дальнейшей учёбы и предстоящей профессиональной деятельности, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной литературой, рекомендованной программой. 3 балла выставляется студентам, допустившим погрешности непринципиального характера в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий;</p> <p>– 0 (неудовлетворительно) баллов выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях основного программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.</p>
	Курсовой проект	17 неделя	30 баллов	<p>- оценка «отлично» (30 баллов) 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» (20 баллов) 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>- оценку «удовлетворительно» (10 баллов) выставляется студенту, если в работе достигнуты основные результаты, указанные в задании, каче-</p>

	Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
				<p>ство оформления отчета в основном соответствует установленным в вузе требованиям и при защите студент проявил удовлетворительное владение материалом работы и способность отвечать на большинство поставленных вопросов по теме работы;</p> <p>- оценку «неудовлетворительно» (0 баллов) 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.</p>
<p>Критерии оценки результатов обучения по дисциплине, включая экзамен и курсовую работу:</p> <p>0 – 64 % от максимально возможной суммы баллов – 0 – 64 баллов - «неудовлетворительно» (недостаточный уровень для текущей аттестации по дисциплине);</p> <p>65 – 74 % от максимально возможной суммы баллов – 65 - 74 баллов - «удовлетворительно» (пороговый (минимальный) уровень);</p> <p>75 – 84 % от максимально возможной суммы баллов – 75 - 84 баллов - «хорошо» (средний уровень);</p> <p>85 – 100 % от максимально возможной суммы баллов – 85 - 100 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.

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.

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

8.1 Основная литература

1. Теория и практика связей с общественностью: Учебник для вузов / А. В. Кочеткова, В. Н. Филиппов, Я. Л. Скворцов, А. С. Тарасов. - 2-е изд. - СПб.: Питер, 2010. - 233с.
2. Кривоносов, А.Д. Основы теории связей с общественностью: Учебник для вузов / А. Д. Кривоносов, О. Г. Филатова, М. А. Шишкина. - СПб.: Питер, 2011. - 376с.
3. Чумиков, А. PR в Интернете: Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 [Электронный ресурс] : учебное пособие/ Александр Чумиков, Михаил Бочаров, Мария Тишкова. - М.: Альпина Паблишерз, 2014. - 132 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.
4. Варакута, С. А. Связи с общественностью [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. А. Варакута. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 207 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.

8.2 Дополнительная литература

1. Шишова, Н. В. Подопригора, А. С. Акулич, Т. В. Теория и практика рекламы [Электронный ресурс] : учебное пособие/ Н. В. Шишова, А. С.

Подопригора, Т. В. Акулич - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 144 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.

2. Джефкинс, Ф. Ядин, Д. Еремина, Б. Л. Паблик рилейшнз [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф. Джефкинс, Д. Ядин, Б.Л. Еремина - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 416 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.

3. Агафонова, О. В. Желтов, А. А. Агафонов, Е. А. Связи с общественностью в практике деятельности учреждений УИС России [Электронный ресурс] : практическое пособие / О.В. Агафонова, А.А. Желтов, Е.А. Агафонов - Вологда:ВИПЭ ФСИН России, 2014. - 69 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.

4. Бузни Е. Н. История связей с общественностью [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. Бузни. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. - 192 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.

5. Чумиков, А. Н. Бочаров, М. П. Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов [Электронный ресурс] : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 329 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/>.

10.Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Обучение дисциплине «Технологии связей 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 во-

	просы 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, контрольная работа.

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 «Технологии связей с общественностью» включает следующие виды работ:

- работу с лекционным материалом, поиск и обзор литературы по индивидуальному заданию;
- подготовку к практическим занятиям;
- выполнение контрольной работы.

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) оценивается в баллах. Итоговый рейтинг определяется суммированием баллов текущей оценки в течение семестра и балла за ответ на вопрос экзамена.

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

Освоение дисциплины «Технологии связей с общественностью» основывается на активном использовании Microsoft® Windows Professional 7 Russian (Лицензионный сертификат № 46243844 от 09.12.2009), 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 индивидуальных заданий.

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

Для реализации программы дисциплины «Технологии связей с общественностью» используется материально-техническое обеспечение, перечисленное в таблице 8.

Таблица 8 – Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Наименование аудитории (лаборатории)	Используемое оборудование	Назначение оборудования
аудитория с выходом в интернет + локальное соединение	Мультимедийный класс СГФ	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

