

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
Качество образования – первый
проректор

А.Г. Иванов



2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.В.12 ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ПРЕСС-СЛУЖБЫ
(ОТДЕЛОВ РЕКЛАМЫ, ПР)

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность 42.03.02 Журналистика
(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) / специализация
Информационная работа в государственных и коммерческих структурах
(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки прикладная
(академическая /прикладная)

Форма обучения очная
(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника бакалавр
(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2016

Рабочая программа дисциплины Б1.В.12 «Организация работы пресс-службы (отделов рекламы, ПР)» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика

Программу составил:

С.А. Мищенко, канд. филол. наук, доцент
Ф.И.О Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


подпись

А.С. Шалимова, преподаватель
Ф.И.О Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


подпись

Рабочая программа дисциплины Б1.В.12 «Организация работы пресс-службы (отделов рекламы, ПР)» утверждена на заседании кафедры (разработчика) истории и правового регулирования массовых коммуникаций протокол №7 «22» апреля 2016 г.

Заведующий кафедрой (разработчика) Лучинский Ю.В.
фамилия, инициалы


подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры истории и правового регулирования массовых коммуникаций протокол №7 «22» апреля 2016 г.

Заведующий кафедрой (выпускающей) Лучинский Ю.В.
фамилия, инициалы


подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики

протокол № 05-16 « 24» мая 2016 г.

Председатель УМК факультета Л.И. Демина
фамилия, инициалы


подпись

Рецензенты:

С.В. Паленков, канд. филол. наук, главный редактор региональной газеты «Новая Кубань», руководитель СП «Премьер»

Ю.М. Павлов, д-р филол. наук, профессор

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).

1.1 Цель дисциплины.

Цель дисциплины «Организация работы пресс-службы (отделов рекламы, ПР)» - дать обучающимся общее представление об эффективном процессе построения отделов по рекламе и СО, а также профессиональной деятельности в отделах по связям с общественностью организаций государственной, коммерческой и социокультурной сфер жизнедеятельности общества. Кроме того, слушателям будет необходимо овладеть навыками как планирования, так и управления коммуникационными процессами.

1.2 Задачи дисциплины.

- изучение основных подходов к формированию, организации работы и планированию деятельности отделов по рекламе и связям с общественностью организаций государственного, коммерческого и некоммерческого сектора;
- изучение специфики формирования, организации работы, стратегического планирования деятельности отделов по связям с общественностью организаций государственного, коммерческого и некоммерческого сектора;
- получение знаний о месте отделов по рекламе и СО в структуре организации, статусе, роли, способах взаимодействия отделов по связям с общественностью с основными структурными подразделениями организации.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина Б1.В.12 «Организация работы пресс-службы (отделов рекламы, ПР)» относится к *вариативной* части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

Дисциплина Б1.В.12 «Организация работы пресс-службы (отделов рекламы, ПР)» опирается на положения таких учебных дисциплин как «Система СМИ», «Основы журналистской деятельности», «Практическая журналистика».

В соответствии с учебным планом дисциплина Б1.В.12 «Организация работы пресс-службы (отделов рекламы, ПР)» является предшествующей для следующих дисциплин: «Технология создания рекламных и ПР-текстов», «Современные рекламные и ПР-стратегии», «Современная пресс-служба».

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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общепрофессиональных / профессиональных компетенций:

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ОПК-21	Способностью применять знание основ публич рилейшнз и рекламы в профессиональной деятельности	Основы публич рилейшнз и рекламы	Применять знание основ публич рилейшнз и рекламы в профессиональной деятельности	Навыками профессиональной деятельности в сфере рекламы и ПР.

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
2.	ПК-1	Способностью выбирать актуальные темы, проблемы для публикаций, владеть методами сбора информации, ее проверки и анализа	Специфику жанров масс-медиа, методы сбора и проверки информации, а также типологию печатных СМИ	Ориентироваться в медийной среде, определять актуальность тем в соответствии с типом издания	Навыками работы с различными источниками информации, создания и редактирования авторского текста

2. Структура и содержание дисциплины.

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач.ед. (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице (для студентов ОФО)

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры (часы)			
			6			
Контактная работа, в том числе:						
Аудиторные занятия (всего):		56	56			
Занятия лекционного типа		28	28			
Лабораторные занятия		28	28			
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)		-	-			
Иная контактная работа:						
Контроль самостоятельной работы (КСР)		2	2			
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,3	0,3			
Самостоятельная работа, в том числе:						
Курсовая работа		-	-			
Проработка учебного (теоретического) материала		4	4			
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)		-	-			
		4	4			
Подготовка к текущему контролю		6	6			
Контроль:		-	-			
Подготовка к экзамену		-	-			
Общая трудоемкость	час.	108	108			
	в том числе контактная работа	35,7	35,7			
	зач. ед	3	3			

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоёмкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 6 семестре (очная форма).

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Функциональная структура и основные направления деятельности пресс-службы (отдела рекламы, ПР)	12	6		4	2
2.	Основы планирования в работе пресс-службы (отдела рекламы, ПР)	10	4		4	2
3.	Взаимодействие со средствами массовой информации в практике пресс-службы (отдела рекламы, ПР)	14	6		6	2
4.	Внутрифирменный PR	10	4		4	2
5.	Исследования в работе пресс-службы (отдела рекламы, ПР)	10	4		4	2
6.	Оценка результативности в деятельности пресс-службы (отдела рекламы, ПР)	14	4		6	4
	Итого		28		28	14

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Функциональная структура и основные направления деятельности пресс-службы (отдела рекламы, ПР)	Типовая структура пресс-службы (отдела рекламы, ПР). Должностные обязанности сотрудников пресс-службы (отдела рекламы, ПР). Цели и задачи пресс-службы (отдела рекламы, ПР). Основные направления работы пресс-службы (отдела рекламы, ПР). Работа с внутренней и внешней общественностью. Особенности функционирования пресс-службы (отдела рекламы, ПР) в государственном учреждении. Специфика работы пресс-службы (отдела рекламы, ПР). Специализированные компании, оказывающие услуги рекламы и ПР.	Конспект, фронтальный опрос
2.	Основы планирования в работе пресс-службы (отдела рекламы, ПР)	Концепция работы пресс-службы (отдела рекламы, ПР). Основные подходы к формированию бюджета пресс-службы (отдела рекламы, ПР). Взаимодействие пресс-службы (отдела рекламы, ПР) с руководством организации.	Конспект, фронтальный опрос
3.	Взаимодействие со средствами массовой информации в практике	Сравнительные характеристики. медиаканалов по воздействию на потребителя. Понятие и характеристика рекламы в прессе.	Конспект, фронтальный опрос

	пресс-службы (отдела рекламы, ПР)	Основные категории печатных изданий. Специфика рекламы в деловой, глянцевой и общественно-политической прессе. Расчет читательской аудитории. Специальные проекты в прессе. Редакционные проекты. Реклама на телевидении. Реклама в Интернет-изданиях.	
4.	Внутрифирменный PR	Понятие «Внутрифирменный PR». Понятие «Корпоративная культура компании». Основные направления работы с персоналом организации. Инструменты формирования корпоративной культуры компании. Корпоративная пресса: виды и основные характеристики.	Конспект, фронтальный опрос
5.	Исследования в работе пресс-службы (отдела рекламы, ПР)	Маркетинговый анализ рынка: цели и задачи. Методы проведения маркетингового анализа рынка. Методы изучения общественного мнения.	Конспект, фронтальный опрос
6.	Оценка результативности в деятельности пресс-службы (отдела рекламы, ПР)	Принципы оценки эффективности деятельности пресс-службы (отдела рекламы, ПР). Методы оценки эффективности деятельности пресс-службы (отдела рекламы, ПР). Оценка эффективности отдельных PR-инструментов	Конспект, фронтальный опрос

2.3.2 Занятия семинарского типа.

Не предусмотрены.

2.3.3 Лабораторные занятия

№	Наименование лабораторных работ	Форма текущего контроля
1	2	4
1.	Функциональная структура и основные направления деятельности пресс-службы (отдела рекламы, ПР)	Групповое творческое задание
2.	Основы планирования в работе пресс-службы (отдела рекламы, ПР)	Групповое творческое задание
3.	Взаимодействие со средствами массовой информации в практике пресс-службы (отдела рекламы, ПР)	Групповое творческое задание
4.	Внутрифирменный PR	Групповое творческое задание
5.	Исследования в работе пресс-службы (отдела рекламы, ПР)	Индивидуальное творческое задание
6.	Оценка результативности в деятельности пресс-службы (отдела рекламы, ПР)	Индивидуальное творческое задание.

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ

Не предусмотрена

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

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
---	---------	---

1	2	3
1.	Проработка учебного (теоретического) материала	1. Связи с общественностью в управлении персоналом: Учеб. пособие / В.М. Маслова; Под ред. П.Э. Шлендера; ВЗФЭИ. - М.: Вуз. учебник, 2005. - 176 с.: 60х90 1/16. (переплет) ISBN 5-9558-0027-1 2. Чернышева, Т.Л. Связи с общественностью (PR) : учебное пособие / Т.Л. Чернышева. - Новосибирск : НГТУ, 2012. - 140 с. - ISBN 978-5-7782-2163-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228940 .
2.	Выполнение индивидуальных и групповых творческих заданий	1. Связи с общественностью в управлении персоналом: Учеб. пособие / В.М. Маслова; Под ред. П.Э. Шлендера; ВЗФЭИ. - М.: Вуз. учебник, 2005. - 176 с.: 60х90 1/16. (переплет) ISBN 5-9558-0027-1 2. Чернышева, Т.Л. Связи с общественностью (PR) : учебное пособие / Т.Л. Чернышева. - Новосибирск : НГТУ, 2012. - 140 с. - ISBN 978-5-7782-2163-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228940 .
3.	Подготовка к текущему контролю	1. Связи с общественностью в управлении персоналом: Учеб. пособие / В.М. Маслова; Под ред. П.Э. Шлендера; ВЗФЭИ. - М.: Вуз. учебник, 2005. - 176 с.: 60х90 1/16. (переплет) ISBN 5-9558-0027-1 2. Чернышева, Т.Л. Связи с общественностью (PR) : учебное пособие / Т.Л. Чернышева. - Новосибирск : НГТУ, 2012. - 140 с. - ISBN 978-5-7782-2163-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228940 .

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии

При изучении дисциплины «Организация работы пресс-службы (отделов рекламы, ПР)» применяются следующие образовательные технологии: активные и интерактивные формы проведения занятий. Если пассивные формы проведения занятий предполагают активность только со стороны преподавателя (традиционное преподнесение информации

слушателям) то активные формы проведения занятий предполагают взаимодействие преподавателя и студента.

В ходе лекции преподаватель обращается к студентам с уточняющими вопросами, предлагает проанализировать ситуации. Интерактивные занятия предполагают взаимодействие не только преподавателя и студента с, но и студентов друг с другом. Это обеспечивает эффективное усвоение материала, формирование навыков работы в команде, пробуждает интерес у студентов. При изучении дисциплины применяются следующие интерактивные и активные формы (в рамках вопросов, вынесенных на занятие): лекция, фронтальный опрос и коллоквиум,

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

4.1. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля.

4.1.1. Фронтальный опрос проводится преподавателем во время лекционных занятий.

Тема №1. Функциональная структура и основные направления деятельности отделов рекламы и связей с общественностью.

Контрольные вопросы:

1. Должностные обязанности сотрудников пресс-службы (отдела рекламы, ПР).
2. Основные направления работы пресс-службы (отдела рекламы, ПР).
3. Особенности внешних и внутренних коммуникаций пресс-службы (отдела рекламы, ПР).
4. Структура и функции пресс-службы (отдела рекламы, ПР) в государственном учреждении.
5. Специфика работы пресс-службы (отдела рекламы, ПР) в коммерческой структуре.
6. Особенности функционирования специализированных организаций по рекламе и связям с общественностью.

Тема №2 Основы планирования и программирования в работе отделов рекламы и связей с общественностью.

Контрольные вопросы:

1. Основные положения концепции пресс-службы (отдела рекламы, ПР)
2. Методы отбора целевой аудитории.
3. Наиболее распространенные подходы к формированию бюджета пресс-службы (отдела рекламы, ПР).

Тема №3 Взаимодействие со средствами массовой информации в практике отделов по рекламе и связям с общественностью.

Контрольные вопросы:

1. Методы анализа потребительской аудитории.
2. Основные характеристики и специфика современных медиаканалов.
3. Наиболее распространенные формы размещения рекламы в современном медиaprостранстве.
4. Предварительная оценка эффективности рекламной кампании.
5. Особенности размещения рекламы в глянцевой, деловой и общественно-политической прессе.
6. Специфика проведения рекламных кампаний на ТВ.

Тема №4. Внутрифирменный PR

Контрольные вопросы:

1. Участие пресс-службы (отдела рекламы, PR) в разработке корпоративной культуры компании.
2. Мероприятия по формированию корпоративной культуры компании.
3. Виды корпоративной прессы.
4. Современное В2Р издание: форма и содержание.

Тема №5 Исследования в работе пресс-службы (отдела рекламы, PR)

Контрольные вопросы:

1. Цели маркетингового исследования рынка
2. Задачи маркетингового исследования рынка
3. Классификация методов маркетингового исследования.
4. Суть количественного и качественного методов маркетингового исследования.

Тема №6 Оценка результативности в деятельности отделов по связям с общественностью.

Контрольные вопросы:

1. Цель оценки результативности работы пресс-службы (отдела рекламы, PR).
2. Количественные методы оценки эффективности работы пресс-службы (отдела рекламы, PR).
3. Качественные методы оценки эффективности работы пресс-службы (отдела рекламы, PR).
4. Наиболее распространенные современные модели оценки результативности работы пресс-службы (отдела рекламы, PR) в России.

4.1.2 Занятия семинарского типа.

Не предусмотрены.

4.1.3 Лабораторные занятия

В рамках курса «Организация работы пресс-службы (отделов рекламы, PR)» лабораторные занятия проходят в виде выполнения творческого задания. Творческое задание – это частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

Темы групповых творческих заданий.

Тема №1 Функциональная структура и основные направления деятельности пресс-службы (отдела рекламы, PR)

1. Разработать структуру пресс-службы (отдела рекламы, PR) государственного учреждения (направление деятельности учреждения выбирает группа учащихся).
2. Определить направления работы пресс-службы (отдела рекламы, PR) учреждения.
3. Сформулировать должностные обязанности сотрудников пресс-службы (отдела рекламы, PR).
4. Разработать структуру пресс-службы (отдела рекламы, PR) коммерческой компании.
5. Определить направления работы пресс-службы (отдела рекламы, PR) исходя из специфики компании (направление работы компании выбирает группа учащихся).
6. Сформулировать должностные обязанности сотрудников пресс-службы (отдела рекламы, PR).

7. Разработать структуру специализированной компании, оказывающей услуги рекламы и связей с общественностью. Определить направления работы компании, сформулировать должностные обязанности ее сотрудников.

Тема №2 Основы планирования в работе пресс-службы (отдела рекламы, ПР) Разработать концепцию работы пресс-службы (отдела рекламы, ПР) в государственного учреждения.

1. Сформировать бюджет пресс-службы (отдела рекламы, ПР).
2. Обратиться к руководству учреждения с инициативой о проведении благотворительной акции (концепцию акции определяет группа учащихся) и обосновать необходимость ее проведения.
3. Разработать концепцию работы пресс-службы (отдела рекламы, ПР) в коммерческой компании.
4. Сформировать и обосновать бюджет пресс-службы (отдела рекламы, ПР).
5. Обратиться к руководству учреждения с инициативой о проведении благотворительной акции (концепцию акции определяет группа учащихся) и обосновать необходимость ее проведения.

Тема №3 Взаимодействие со средствами массовой информации в практике пресс-службы (отдела рекламы, ПР)

1. Разработать концепцию ПР – компании государственного учреждения.
2. На основе самостоятельно проведенного исследования, выбрать региональный медиаканал для проведения ПР - компании государственного учреждения. Обосновать свой выбор.
3. Разработать концепцию проведения государственным учреждением благотворительной акции (см. предыдущее задание).
4. На основе самостоятельно проведенного исследования, выбрать региональный медиаканал для проведения благотворительной акции государственного учреждения. Обосновать свой выбор.
5. Разработать концепцию ПР – компании коммерческой структуры.
6. На основе самостоятельно проведенного исследования, выбрать региональный медиаканал для проведения ПР – компании коммерческой структуры. Обосновать свой выбор.
7. Разработать концепцию проведения коммерческой компанией благотворительной акции (см. предыдущее задание).
8. На основе самостоятельно проведенного исследования, выбрать региональный медиаканал для проведения благотворительной акции коммерческой компании. Обосновать свой выбор.

Тема №4 Внутрифирменный PR

1. Определить тип корпоративной культуры государственного учреждения (направление деятельности компании выбирают учащиеся).
2. Определить миссию государственного учреждения, согласно выбранному направлению деятельности.
3. Сформулировать ценности государственного учреждения, согласно выбранному направлению деятельности.
4. Разработать основные мероприятия по формированию и укреплению корпоративной культуры учреждения.
5. Разработать концепцию корпоративного издания для сотрудников госучреждения.
9. Определить тип корпоративной культуры коммерческой компании (направление деятельности компании выбирают учащиеся).

10. Определить миссию коммерческой компании, согласно выбранному направлению деятельности.
11. Сформулировать ценности коммерческой компании, согласно выбранному направлению деятельности.
12. Разработать основные мероприятия по формированию и укреплению корпоративной культуры компании.
13. Разработать концепцию корпоративного B2P издания коммерческой компании.

Темы индивидуальных творческих заданий.

Тема №1 Исследования в работе пресс-службы (отдела рекламы, ПР)

1. Изучить реальную рекламную кампанию (по выбору обучающихся).
2. Определить цели и задачи данной кампании.
3. Проанализировать методы маркетингового анализа рынка, проведенные организаторами кампании.
4. Определить на какую целевую аудиторию рассчитана кампания и какие методы использовались при ее изучении.
5. Проанализировать наиболее интересные мероприятия в рамках реализации данной компании на предмет их воздействия на аудиторию.

Тема №2 Оценка результативности в деятельности пресс-службы (отдела рекламы, ПР)

1. Сформулировать критерии оценки деятельности реальной рекламной кампании (см. предыдущее задание).
2. На основе полученных знаний, выбрать методы для оценки ее эффективности.
3. Оценить эффективность выбранной рекламной кампании в целом и отдельных ее инструментов.

4.2. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.

Контрольные вопросы для промежуточной аттестации (экзамен)

1. Специфика работы пресс-службы по сравнению с отделами рекламы и ПР.
2. Специфика работы рекламного отдела по сравнению с пресс-службой и отделом ПР,
3. Специфика работы ПР – отдела по сравнению с рекламным отделом и пресс-службой.
4. Типовая структура пресс-службы.
5. Типовая структура отдела рекламы.
6. Типовая структура ПР - отдела.
7. Место пресс-службы в организации.
8. Место отдела рекламы.
9. Место ПР-отдела в организации.
10. Должностные обязанности сотрудников пресс-службы.
11. Должностные обязанности сотрудников отдела рекламы.
12. Должностные обязанности сотрудников ПР-отдела.
13. Правовое регулирование деятельности пресс-службы.
14. Правовое регулирование деятельности отдела рекламы.
15. Правовое регулирование деятельности отдела ПР.
16. Цели и задачи пресс-службы.
17. Цели и задачи отдела рекламы.
18. Цели и задачи ПР - отдела.
19. Основные направления работы пресс-службы.

20. Основные направления работы отдела рекламы.
21. Основные направления работы ПР-отдела.
22. Этическая составляющая деятельности сотрудников пресс-службы.
23. Этическая составляющая деятельности сотрудников отдела рекламы.
24. Этическая составляющая деятельности сотрудников отдела ПР.
25. Работа пресс-службы с внутренней и внешней общественностью.
26. Работа рекламного отдела с внутренней и внешней общественностью.
27. Работа ПР-отдела с внутренней и внешней общественностью.
28. Особенности функционирования пресс-службы в государственном учреждении.
29. Особенности функционирования отдела рекламы в государственном учреждении.
30. Особенности функционирования ПР-структуры в государственном учреждении.
31. Специфика работы пресс-службы в коммерческой организации.
32. Специфика работы отдела рекламы в коммерческой организации.
33. Специфика работы ПР-структуры в коммерческой организации.
34. Преимущества и недостатки собственной пресс-службы.
35. Преимущества и недостатки внутрикорпоративного отдела рекламы.
36. Преимущества и недостатки собственного ПР-отдела.
37. Специализированные компании, оказывающие услуги рекламы и ПР.
38. Преимущества и недостатки использования услуг внешней рекламной или ПР-организации.
39. Концепция работы пресс-службы.
40. Концепция работы отдела рекламы.
41. Концепция работы ПР-отдела.
42. Основные подходы к формированию бюджета пресс-службы.
43. Основные подходы к формированию бюджета отдела рекламы.
44. Основные подходы к формированию бюджета отдела ПР.
45. Взаимодействие пресс-службы (отдела рекламы, ПР) с руководством организации.
46. Сравнительные характеристики медиаканалов по воздействию на потребителя.
47. Понятие и характеристика рекламы в прессе.
48. Основные категории печатных изданий.
49. Специфика рекламы в деловой, глянцевой и общественно-политической прессе.
50. Расчет читательской аудитории.
51. Специальные проекты в прессе.
52. Редакционные проекты.
53. Реклама на телевидении.
54. Реклама в Интернет-изданиях.
55. Понятие «Внутрифирменный PR».
56. Понятие «Корпоративная культура компании».
57. Понятие миссии компании.
58. Цели компании в контексте ее корпоративной культуры.
59. Основные направления работы с персоналом организации.
60. Инструменты формирования корпоративной культуры компании.
61. Корпоративная пресса: виды и основные характеристики.
62. Маркетинговый анализ рынка: цели и задачи.
63. Методы проведения маркетингового анализа рынка.

64. Методы изучения общественного мнения при проведении маркетингового анализа рынка.
65. Современные методы обработки данных маркетингового исследования.
66. Принципы оценки эффективности деятельности пресс-службы.
67. Принципы оценки эффективности деятельности отдела рекламы.
68. Принципы оценки эффективности деятельности пресс-службы PR-отдела.
69. Методы оценки эффективности деятельности пресс-службы.
70. Методы оценки эффективности деятельности отдела рекламы.
71. Методы оценки эффективности деятельности отдела PR.
72. Оценка эффективности отдельных PR-инструментов.

Критерии оценки по промежуточной аттестации

Критерии оценки знаний – это требования (признаки), на которые следует ориентироваться при оценке знаний. Так как основным видом проверки знаний и умений студентов по дисциплине является выполнение групповых и индивидуальных творческих заданий, а также устный опрос в форме экзамена, то критериями устного ответа будут выступать следующие качества знаний: полнота – количество знаний об изучаемом объекте, входящих в программу; глубина – совокупность осознанных знаний об объекте; конкретность – умение раскрыть конкретные проявления обобщённых знаний (доказать на примерах основные положения); системность – представление знаний об объекте в системе, с выделением структурных её элементов, расположенных в логической последовательности; развёрнутость – способность развернуть знания в ряд последовательных шагов; осознанность – понимание связей между знаниями, умение выделить существенные и несущественные связи, познание способов и принципов получения знаний.

Ответ студента по вопросу дисциплины оценивается по пятибалльной системе:

- **оценка «отлично»** выставляется студенту, если ответы на поставленные в билете вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений; делаются обоснованные выводы; демонстрируются глубокие знания базовых терминов и понятий курса; соблюдаются нормы литературной речи;

- **оценка «хорошо»** выставляется студенту, если ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно; материал излагается уверенно; демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер; соблюдаются нормы литературной речи;

- **оценка «удовлетворительно»** выставляется студенту, если допускаются нарушения в последовательности изложения; демонстрируются поверхностные знания вопроса; имеются затруднения с выводами; допускаются нарушения норм литературной речи; отмечается слабое владение концептуально-понятийным аппаратом курса.

- **оценка «неудовлетворительно»** выставляется студенту, если материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине; имеются заметные нарушения норм литературной речи.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление ин-

формации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

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

5.1 Основная литература:

1. Связи с общественностью в управлении персоналом: Учеб. пособие / В.М. Маслова; Под ред. П.Э. Шлендера; ВЗФЭИ. - М.: Вуз. учебник, 2005. - 176 с.: 60х90 1/16. (переплет) ISBN 5-9558-0027-1. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/95892>

2. Чернышева, Т.Л. Связи с общественностью (PR) : учебное пособие / Т.Л. Чернышева. - Новосибирск : НГТУ, 2012. - 140 с. - ISBN 978-5-7782-2163-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228940> .

5.2 Дополнительная литература:

1. Реклама: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. - М.: ИЦ РИОР: ИНФРА-М, 2011. - 208 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Азбука рекламы). (переплет) ISBN 978-5-369-00780-8. [Электронный ресурс] URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=226964>

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

<http://www.raso.ru> – сайт Российской Ассоциации по Связям с Общественностью (РАСО), содержащий описания основных проектов РАСО и ссылки на крупнейшие российские агентства по связям с общественностью и профессиональные объединения.

<http://www.pronline.ru> – содержит статьи в области коммуникативного менеджмента, рецензии, ссылки, а также профессиональные форумы.

www.mass-media.ru – информационный портал о российских СМИ.

<http://www.luchnik.ru> – сайт профессиональной премии в области связей с общественностью «Серебряный лучник».

<http://www.pr-news.spb.ru> – информационно-аналитический ресурс, созданный в Санкт-Петербурге, выходящий также и в печатной версии. Содержит публикации, исследования, документы в области связей с общественностью, информацию о вакансиях, ссылки на многие российские и международные ресурсы.

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

При изучении дисциплины необходимо руководствоваться учебниками и учебными пособиями. Форма и способы изучения материала определяются с учетом специфики изучаемой темы. Однако во всех случаях необходимо обеспечить сочетание изучения теоретического материала, научного толкования того или иного понятия, даваемого в учебниках и лекциях, с самостоятельной работой студентов, подготовкой сообщений и докладов.

Методические указания к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время

по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности. Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Выполняя самостоятельную работу под контролем преподавателя, студент должен:

- освоить минимум содержания, выносимый на самостоятельную работу студентов и предложенный преподавателем в соответствии с Государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования по данной дисциплине.

- планировать самостоятельную работу в соответствии с графиком самостоятельной работы, предложенным преподавателем.

- самостоятельную работу студент должен осуществлять в организационных формах, предусмотренных учебным планом и рабочей программой преподавателя.

- выполнять самостоятельную работу и отчитываться по ее результатам в соответствии с графиком представления результатов, видами и сроками отчетности по самостоятельной работе студентов.

- студент может:

- сверх предложенного преподавателем (при обосновании и согласовании с ним) и минимума обязательного содержания, определяемого ФГОС ВО по данной дисциплине:

- самостоятельно определять уровень (глубину) проработки содержания материала;

- предлагать дополнительные темы и вопросы для самостоятельной проработки;

- в рамках общего графика выполнения самостоятельной работы предлагать обоснованный индивидуальный график выполнения и отчетности по результатам самостоятельной работы;

- предлагать свои варианты организационных форм самостоятельной работы;

- использовать для самостоятельной работы методические пособия, учебные пособия, разработки сверх предложенного преподавателем перечня;

- использовать не только контроль, но и самоконтроль результатов самостоятельной работы в соответствии с методами самоконтроля, предложенными преподавателем или выбранными самостоятельно.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется студентом самостоятельно. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Изучение дисциплины «Организация работы пресс-службы (отделов рекламы, ПР)» осуществляется в форме учебных занятий под руководством профессорско-преподавательского состава кафедры и самостоятельной подготовки обучающихся. Основными видами учебных занятий по изучению данной дисциплины являются: лекционное занятие; практическое занятие; консультация преподавателя (индивидуальная, групповая). При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

Предусматриваются следующие формы работы обучающихся:

- прослушивание лекционного курса;

- чтение и конспектирование рекомендованной литературы;
- проведение лабораторных занятий в виде выполнения творческого задания.

Лекционные занятия (Л).

В ходе лекции студентам рекомендуется конспектировать ее основные положения, не стоит пытаться дословно записать всю лекцию, поскольку скорость лекции не рассчитана на аутентичное воспроизведение выступления лектора в конспекте. Тем не менее, она является достаточной для того, чтобы студент смог не только усвоить, но и зафиксировать на бумаге сущность затронутых лектором проблем, выводы, а также узловые моменты, на которые обращается особое внимание в ходе лекции. Основным средством работы на лекционном занятии является конспектирование.

Конспектирование – процесс мысленной переработки и письменной фиксации информации, в виде краткого изложения основного содержания, смысла какого-либо текста. Результат конспектирования – запись, позволяющая студенту немедленно или через некоторый срок с нужной полнотой восстановить полученную информацию.

Определения, которые дает лектор, стоит по возможности записать дословно и выделить другим цветом или же подчеркнуть. В случае изложения лектором хода научной дискуссии желательно кратко законспектировать существо вопроса, основные позиции и фамилии ученых, их отстаивающих. Если в обоснование своих выводов лектор приводит ссылки на справочники, статистические данные, нормативные акты и другие официально опубликованные сведения, имеет смысл лишь кратко отразить их существо и указать источник, в котором можно полностью почерпнуть излагаемую информацию.

В случае возникновения у студента по ходу лекции вопросов, их следует записать и задать в конце лекции в специально отведенное для этого время.

Лабораторные (ЛР):

Лабораторные занятия направлены на подтверждение теоретических положений и формирование учебных и профессиональных практических умений и составляют важную часть профессиональной практической подготовки.

В процессе изучения дисциплины «Работа пресс-службы (отделов рекламы, ПР)» лабораторные занятия проходят в виде творческих заданий. Выполнению подобных заданий предшествует самостоятельное изучение обучающимися специальной литературы по теме, список которой они получают заранее, и систематизация полученных знаний.

Затем, на занятиях в аудитории, обучающиеся под руководством преподавателя приступают к выполнению задания, итогом которого должно стать устное изложение результатов работы, при этом разрешается делать письменные заметки по наиболее важным моментам выполнения задания. После этого, обучающиеся приступают к обсуждению результатов работы, которое направлено на выявление недостатков и достоинств практического задания с опорой на имеющиеся у них теоретические знания.

Внеаудиторная работа предполагает выполнение индивидуальных и групповых заданий по дисциплине, а также самостоятельную работу студентов. Индивидуальные занятия предполагают работу каждого студента по индивидуальному (групповому) заданию и личный устный/письменный отчет и презентацию результатов группе и преподавателю во время практических занятий.

Выполнение индивидуальных заданий не является аудиторным. Самостоятельная работа является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного ознакомления студента с определенными разделами курса по рекомендованным преподавателем источникам.

Самостоятельная работа студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности: работа с мультимедийным учебно-методическим комплексом дисциплины, с программами-тренажерами (в первую очередь динамическими и интеллектуальными), с электронными образовательными ресурсами. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

8.1 Перечень информационных технологий.

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине «Организация работы пресс-службы (отделов рекламы, ПР)» используются информационные технологии, охватывающие ресурсы (компьютеры, программное обеспечение и Сети), необходимые для управления информацией (создание, хранение, управление, передача и поиск информации):

- технические средства: компьютерная техника и средства связи (ноутбук, проектор, экран, USBнакопители и т.п.);
- коммуникационные средства (проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты, личного кабинета студента и преподавателя);
- организационно-методическое обеспечение (электронные учебные и учебно-методические материалы, компьютерное тестирование, использование электронных мультимедийных презентаций при проведении лекционных и практических занятий);
- программное обеспечение (Microsoft Office (Excel, Word и т.д.), Skype, поисковые системы, электронная почта и т.п.)

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения (не требуется).

«Антиплагиат»

Desktop Education ALNG LicSAPk MVL A Faculty EES

Kaspersky Security Center 10 network AgentAO Kaspersky

Windows 8, 10

Microsoft Office Professional Plus

Acrobat DC

8.3 Перечень информационных справочных систем:

1. Вузовская электронно-библиотечная система (ЭБС) на платформе национального цифрового ресурса «РУКОНТ»(<http://rucont.ru>)
2. ЭБС "Университетская библиотека онлайн. Ресурс содержит электронные издания по истории, философии, культурологии, психологии, социологии, религии, искусствоведению, филологическим наукам, политологии, правоведению, экономике, естественным наукам, информационным технологиям, а также художественной литературе. Базы данных ресурса содержат справочники, словари, энциклопедии, иллюстрированные издания по искусству на русском, немецком и английском языках. (<http://www.biblioclub.ru>)
3. Электронно-библиотечная система «Образовательные и просветительские издания» (<http://www.iqlib.ru>)
4. Сайт, где представлены различные словари и энциклопедии (<http://slovari.yandex.ru>)
5. Электронно-библиотечная система "Лань" [Официальный сайт] – URL: <https://e.lanbook.com/>
6. Электронная библиотека "Юрайт" [Официальный сайт] – URL: <https://www.biblio-online.ru/>

7. Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM» [Официальный сайт]
– URL: <http://www.znanium.com/>
8. Электронная библиотечная система «BOOK.ru» [Официальный сайт] – URL:
<https://www.book.ru>

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лекционные занятия	Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа: № 202, мультимедийный проектор, комплект учебной мебели, доска учебная. № 205, мультимедийный проектор, комплект учебной мебели, доска учебная, № 209, комплект учебной мебели, доска учебная, № 301, мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 14 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., проектор; № 302, мультимедийный проектор, комплект учебной мебели, доска учебная, № 309, комплект учебной мебели, доска учебная, № 402, мультимедийный проектор, интерактивная доска, комплект учебной мебели, доска учебная, № 407, комплект учебной мебели, доска учебная, №408, комплект учебной мебели, доска учебная, №409, комплект учебной мебели, доска учебная, №411, комплект учебной мебели, доска учебная.
2.	Лабораторные занятия	Учебные лаборатории №301 мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 14 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., проектор, № 307, комплект учебной мебели, доска учебная, № 310, мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 1 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, №410, мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект фотооборудования, № 412, мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект видеозаписывающего оборудования.
3.	Групповые (индивидуальные) консультации	Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций: № 202, мультимедийный проектор, комплект учебной мебели, доска учебная № 306, комплект учебной мебели, доска учебная № 307, комплект учебной мебели, доска учебная № 310, мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 1 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, № 407, комплект учебной мебели, доска учебная, № 408, комплект учебной мебели, доска учебная, № 409, комплект учебной мебели, доска учебная, № 410, мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования,

		микшерный пульт, комплект фотооборудования, № 411, комплект учебной мебели, доска учебная, № 412, мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект видеозаписывающего оборудования.
4.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Учебные группы для текущего контроля и промежуточной аттестации № 304, комплект учебной мебели, доска учебная, № 305, комплект учебной мебели, доска учебная, № 306, комплект учебной мебели, доска учебная, № 404, комплект учебной мебели, доска учебная, № 406, комплект учебной мебели, доска учебная, № 407, комплект учебной мебели, доска учебная, № 408, комплект учебной мебели, доска учебная, № 409, комплект учебной мебели, доска учебная.
5.	Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы ауд. №401, мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 10 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная – 10 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., проектор,