



ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА
(РОСАВИАЦИЯ)

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ
ИМЕНИ ГЛАВНОГО МАРШАЛА АВИАЦИИ А.А. НОВИКОВА»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор

/ Ю.Ю. Михальчевский

« 18 » 04 2024 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Введение в коммуникационные специальности

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность программы (профиль)
Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе

Квалификация выпускника
бакалавр

Форма обучения
очная

Санкт-Петербург
2024

1. Цели освоения дисциплины (модуля)

Целями освоения дисциплины «Введение в коммуникационные специальности» являются: формирование представления об основных направлениях коммуникационной деятельности, специфике профессии, освоение системы ключевых терминов и понятий, связанных с коммуникационной деятельностью.

Задачами освоения дисциплины являются:

- изучение основных инструментов поиска информации об основных характеристиках целевых аудиторий/групп общественности,
- изучение особенностей профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

Дисциплина обеспечивает подготовку выпускника к маркетинговому, авторскому, организационному и проектному типам профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Введение в коммуникационные специальности» представляет собой дисциплину, относящуюся к Обязательной части Блока 1 Дисциплин (модулей).

Дисциплина «Введение в коммуникационные специальности» базируется на среднем общем образовании обучающегося.

Дисциплина (модуль) является обеспечивающей для дисциплин: «Разработка, организация и проведение массовых и имиджевых кампаний», «Организация и проведение коммуникационных кампаний», «Коммуникационное обеспечение авиабизнеса».

Дисциплина (модуль) изучается в 1 семестре.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование следующих компетенций (для ФГОС ВО 3++):

Код компетенции	Результат обучения: наименование компетенции; индикаторы компетенции
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
ИД1 УК-6	Эффективно планирует собственное время.
ИД2УК-6	Планирует траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации.
ОПК-4;	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
ИД1ОПК-4	Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.

ИД2 ОПК-4	Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ИД1 ОПК-5	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
ИД2 ОПК-5	Осуществляет свои профессиональные действия в сферерекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.

Планируемые результаты изучения дисциплины:

Знать:

- запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;
- основные характеристики целевой аудитории.

Уметь:

- использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности;
- осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов.

Владеть:

- навыками использования основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности.

4. Объём дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Общая трудоёмкость дисциплины «Введение в коммуникационные специальности» составляет 1 зачётную единицу, 36 академических часов.

Наименование	Всего часов	Семестры
		1 семестр
Общая трудоёмкость дисциплины	36	36
Контактная работа:	14,5	14,5
лекции	14	14
практические занятия	-	-
семинары	-	-
лабораторные работы	-	-
курсовой проект (работа)	-	-

Наименование	Всего часов	Семестры
		1 семестр
Самостоятельная работа студента	13	13
Промежуточная аттестация	9	9
контактная работа	0,5	0,5
самостоятельная работа по подготовке к промежуточной аттестации	8,5	8,5 Зачет с оценкой

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1 Соотнесение тем (разделов) дисциплины (модуля) и формируемых компетенций

Темы дисциплины (модуля)	Количество часов	Компетенции			Образовательные технологии	Оценочные средства
		УК-6	ОПК-4	ОПК-5		
Тема 1. Концепция интегрированных коммуникаций	4	+	+		ВК, Л, СРС	У, Дс
Тема 2. Связи с общественностью как научная дисциплина и сфера профессиональной деятельности	4	+		+	Л, СРС	У, Дс
Тема 3. Профессиональные организации и ассоциации в связях с общественностью	4	+		+	Л, СРС	У, Дс
Тема 4. Планирование коммуникационной деятельности	4		+		Л, СРС	У, Дс
Тема 5. Взаимодействие со СМИ как направление PR-деятельности	4		+	+	Л, СРС	У, Дс
Тема 6. Виды PR-мероприятий	4		+	+	Л, СРС	У, Дс
Тема 7. Классификация PR-документов	3		+	+	Л, СРС	У, Дс
Итого по дисциплине	27					
Промежуточная аттестация	9					
Всего по дисциплине (модулю)	36					

Сокращения: ВК – входной контроль, Л – лекция, СРС – самостоятельная работа студента, У – устный опрос, Дс – дискуссия

5.2 Темы (разделы) дисциплины (модуля) и виды занятий

Наименование темы (раздела) дисциплины (модуля)	Л	ПЗ	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Тема 1. Концепция интегрированных коммуникаций	2	-	-	2	-	4
Тема 2. Связи с общественностью как научная дисциплина и сфера профессиональной деятельности	2	-	-	2	-	4
Тема 3. Профессиональные организации и ассоциации в связях с общественностью	2	-	-	2	-	4
Тема 4. Планирование коммуникационной деятельности	2	-	-	2	-	4
Тема 5. Взаимодействие со СМИ как направление PR-деятельности	2	-	-	2	-	4
Тема 6. Виды PR-мероприятий	2	-	-	2	-	4
Тема 7. Классификация PR-документов	2	-	-	1	-	3
Итого за семестр	14			13		
Промежуточная аттестация						8,5
Итого по дисциплине (модулю)						36

5.3 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1 Концепция интегрированных коммуникаций

Интегрированные коммуникации: понятие, общая характеристика. Структура интегрированных коммуникаций. Интегрированный подход к изучению коммуникационной деятельности организации. Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Тема 2 Связи с общественностью как научная дисциплина и сфера профессиональной деятельности

Понятие «связи с общественностью», цели и основные направления деятельности в рамках связей с общественностью. Понятие «рекламная деятельность» и «маркетинг». Сравнительный анализ деятельности по связям

с общественностью и рекламной деятельности. История возникновения и основные этапы развития связей с общественностью как сферы практической и профессиональной деятельности. Основные принципы PR-деятельности. Формирование связей с общественностью как научной дисциплины.

Тема 3 Профессиональные организации и ассоциации в связях с общественностью

История возникновения профессиональных организаций и ассоциаций в сфере PR. Цели, функции, основные направления деятельности профессиональных PR-организаций и ассоциаций. Структура профессиональных PR-организаций и ассоциаций. Понятие, структура, субъекты PR-рынка. Международные PR-организации и ассоциации. Национальные PR-организации и ассоциации. PR-организации и ассоциации в России. Этические кодексы в связях с общественностью.

Тема 4 Планирование коммуникационной деятельности

Основные подходы к планированию коммуникационной и PR-деятельности. Этапы планирования коммуникационной деятельности. Целевые аудитории в связях с общественностью: понятие, виды. Программа коммуникационной деятельности: понятие, структура. Классификация коммуникационных программ. Основные этапы разработки и реализации коммуникационной программы.

Тема 5 Взаимодействие со СМИ как направление PR-деятельности

Принципы взаимодействия со СМИ в практике связей с общественностью. Основные направления деятельности в практике медиарилейшенз. Организация медиарилейшенз. Пресс-служба и пресс-центр: структура и функции. Принципы взаимодействия со СМИ. Основные этапы медиарилейшенз.

Тема 6 Виды PR-мероприятий

Классификация пиар-мероприятий. Виды мероприятий для СМИ и журналистов. Пресс-конференция, брифинг, пресс-тур как базовые медиамероприятия. Презентация и профессиональные конкурсы. Специальные пиар-мероприятия. Корпоративные пиар-мероприятия.

Тема 7 Классификация PR-документов

Виды пиар-документов: общая характеристика. Виды медиадокументов и медиа-текстов. Пресс-релиз как медиа-текст: виды, структура, содержание. Оперативные пиар-документы: виды, назначение. Корпоративные пиар-документы: виды, назначение.

5.4 Практические занятия (семинары)

Практические занятия учебным планом не предусмотрены.

5.5 Лабораторный практикум

Лабораторный практикум учебным планом не предусмотрен.

5.6 Самостоятельная работа

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудо- емкость (часы)
1	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	2
2	1 Работа с основной и дополнительной литературой. [1], [4], [5] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	2
3	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [3], [4], [5] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	2
4	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	2
5	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	2
6	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [3], [5] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	2
7	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу.	1
Итого за семестр:		13
Итого по дисциплине (модулю):		13

5.7 Курсовые работы

Курсовые работы (проекты) учебным планом не предусмотрены.

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) основная литература:

1 Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко,

Н. Г. Швед. — М.: Издательство Юрайт, 2023. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14728-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/510926> (дата обращения: 31.03.2024).

2 Жильцова, О. Н. Связи с общественностью: учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М.: Издательство Юрайт, 2023. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/511939> (дата обращения: 31.03.2024).

3 Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — М.: Издательство Юрайт, 2023. — 263 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00227-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/510852> (дата обращения: 31.03.2024).

б) дополнительная литература:

4 Колесников, А. В. Корпоративная культура: учебник и практикум для вузов / А. В. Колесников. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 167 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02520-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/512140> (дата обращения: 31.03.2024).

5 Основы рекламы и связей с общественностью: учебное пособие для вузов / М. М. Васильева, Ю. Г. Жеглова, Е. Ю. Юдина, И. В. Шаркова; под редакцией М. М. Васильевой. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 286 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15699-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/520580> (дата обращения: 31.03.2024).

в) перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

6 Журнал «Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.online-science.ru/> (дата обращения: 31.03.2024).

7 Журнал «Вопросы философии» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://vphil.ru/> (дата обращения: 31.03.2024).

8 Журнал «Социологические исследования» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.isras.ru/> (дата обращения: 31.03.2024).

9 Административно-управленческий портал [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.aup.ru/> (дата обращения: 31.03.2024).

10 Aviation Explorer [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.aex.ru/> (дата обращения: 31.03.2024).

11 Федеральное агентство воздушного транспорта. Росавиация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.favt.ru/> (дата обращения: 31.03.2024).

12 Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 31.03.2024).

г) программное обеспечение (лицензионное), базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

13 Консультант Плюс [Электронный ресурс]: официальный сайт компании Консультант Плюс. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 31.03.2024).

14 Электронная библиотека научных публикаций «eLIBRARY.RU» [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://elibrary.ru/> (дата обращения: 31.03.2024).

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
1	2	3
Введение в коммуникационные специальности	Ауд. 306 для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации • Комплект учебной мебели (24 места) • Мультимедийный проектор Mitsubishi XD 490U • Ноутбук HP 15.6 • Экран Projecta ProStar 183*240 • Доступ в сеть Интернет	196210, г. Санкт-Петербург, ул. Пилотов, дом 38, лит. А

8. Образовательные и информационные технологии

Дисциплина «Введение в коммуникационные специальности» предполагает использование следующих образовательных технологий: входной контроль, лекции, самостоятельная работа студента.

Входной контроль предназначен для выявления уровня усвоения компетенций обучающихся, необходимого для изучения дисциплины. Входной контроль осуществляется по вопросам, на которых базируется читаемая дисциплина.

Лекция составляет основу теоретического обучения в рамках дисциплины и направлена на систематизированное изложение накопленных и актуальных научных знаний. Лекция предназначена для раскрытия состояния и перспектив коммуникационной теории в современных условиях. На лекции концентрируется внимание обучающихся на наиболее сложных и узловых вопросах, стимулируется их активная познавательная деятельность.

Ведущим методом в лекции выступает устное изложение учебного материала, который может сопровождаться одновременной демонстрацией слайдов, созданных в среде PowerPoint, при необходимости привлекаются открытые Интернет-ресурсы, а также демонстрационные и наглядно-иллюстрационные материалы.

Самостоятельная работа студента (обучающегося) является составной частью учебной работы. Ее основной целью является формирование навыка самостоятельного приобретения знаний по некоторым не особо сложным вопросам теоретического курса, закрепление и углубление полученных знаний, самостоятельная работа со справочниками, периодическими изданиями и научно-популярной литературой, в том числе находящимися в глобальных компьютерных сетях. Самостоятельная работа подразумевает выполнение учебных заданий.

Все задания, выносимые на самостоятельную работу, выполняются студентом либо в конспекте, либо на отдельных листах формата А4 (по указанию преподавателя).

9. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)

Фонд оценочных средств дисциплины «Введение в коммуникационные специальности» представляет собой комплекс методических и контрольных измерительных материалов, предназначенных для определения качества результатов обучения и уровня сформированности компетенций обучающихся в ходе освоения данной дисциплины. В свою очередь, задачами использования фонда оценочных средств является осуществление как текущего контроля успеваемости студентов, так и промежуточной аттестации в форме экзамена.

Фонд оценочных средств дисциплины «Введение в коммуникационные специальности» включает: устные опросы, дискуссии.

Устный опрос проводится во время лекции в течение 5-10 минут с целью контроля усвоения теоретического материала, изложенного на лекции. Перечень вопросов определяется вопросами, изученными на лекции.

Дискуссия - целенаправленный и упорядоченный обмен идеями, суждениями, мнениями в группе ради формирования мнения каждым участником или поиска истины. Проводится в процессе проблемной лекции.

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета с оценкой в конце 1-го семестра.

Зачет с оценкой позволяет оценить уровень освоения компетенций за весь период изучения дисциплины. Зачет с оценкой предполагает ответ на теоретические вопросы и решение задач.

К моменту сдачи зачета с оценкой должны быть пройдены предыдущие формы контроля.

Методика формирования результирующей оценки в обязательном порядке учитывает посещаемость, активность студентов на занятиях, правильность ответов во время устных опросов.

9.1 Балльно-рейтинговая оценка текущего контроля успеваемости и знаний студентов

Применение балльно-рейтинговой системы оценки знаний и обеспечения качества учебного процесса данной рабочей программой не предусмотрено.

9.2 Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

В процессе преподавания дисциплины «Введение в коммуникационные специальности» для текущей аттестации обучающихся используются следующие формы:

- дискуссии;
- проведение устных опросов.

Устный опрос оценивается следующим образом:

«зачтено»: обучающийся дает ответ на поставленный вопрос по существу и правильно отвечает на уточняющие вопросы;

«не зачтено»: обучающийся отказывается отвечать на поставленный вопрос, либо отвечает на него неверно и при формулировании дополнительных (вспомогательных) вопросов.

Дискуссия оценивается:

«зачтено»: обучающийся демонстрирует полное или частичное понимание проблемы;

«не зачтено»: обучающийся демонстрирует непонимание проблемы.

По итогам освоения дисциплины проводится промежуточная аттестация обучающихся в форме зачета с оценкой.

Основными документами, регламентирующими порядок организации и проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

студентов, обучающихся в ГУГА, являются: Устав СПбГУГА, учебная программа по соответствующему направлению подготовки бакалавров, Положение о балльно-рейтинговой системе оценки знаний и обеспечения качества учебного процесса в ГУГА.

На первом занятии преподаватель доводит до сведения обучающихся график текущего контроля освоения дисциплины и критерии оценки знаний при текущем контроле успеваемости, а также сроки и условия промежуточной итоговой аттестации.

Реализацию непрерывного контроля знаний, согласно графику, преподаватель осуществляет за счет часов, предусмотренных нормами времени на проведение лекций и консультаций.

Сроки промежуточной аттестации определяются графиком учебного процесса. По дисциплине «Введение в коммуникационные специальности» предусмотрен зачет с оценкой. Для допуска к нему необходимо предоставить все работы, выполняемые в течение семестра.

Зачет с оценкой проводится в форме устного ответа на 3 вопроса из приведенного ниже (9.6) списка.

9.3 Темы курсовых работ (проектов) по дисциплине (модулю)

Написание курсовых работ (проектов) учебным планом не предусмотрено.

9.4 Контрольные вопросы для проведения входного контроля остаточных знаний по обеспечивающим дисциплинам (модулям)

Дисциплина базируется на среднем общем образовании. Входной контроль проводится по ряду вопросов дисциплины «Обществознание».

Вопросы по дисциплине «Обществознание»:

- 1 Назовите признаки постиндустриального общества
- 2 Определение понятия «социальная стратификация»
- 3 Определение понятия «социальная мобильность»
- 4 Определение понятия «политическое лидерство»
- 5 Типы политического лидерства
- 6 Задачи деятельности коммерческих предприятий
- 7 Задачи деятельности некоммерческих организаций

9.5 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Компетенции	Критерии	Показатели
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в	Знать: основные критерии, определяющие достоинства и недостатки PR-специалиста	Способен формулировать критерии профессионализма пиар-специалиста, эффективно планировать собственное время

Компетенции	Критерии	Показатели
течение всей жизни	Уметь: - критически оценивать свой личностный и профессиональный потенциал; выбирать наиболее оптимальные пути совершенствования и избавления от недостатков.	Способен планировать траекторию своего профессионального развития и предпринимать шаги по её реализации.
	Владеть: - тренинговыми навыками личностного и профессионального роста.	Способен применять на практике тренинги , направленные на личностный и профессиональный рост
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Знать: - специфику профессиональной деятельности, содержание профессиональных функций.	Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.
	Уметь: - решать задачи профессиональной деятельности под управлением	Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
	Владеть: коммуникативными и управленческими навыками в области рекламы и связей с общественностью.	Способен планировать и реализовывать коммуникативные стратегии на основе анализа потребностей и запросов целевой аудитории
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Знать: теоретические основы рекламы и связей с общественностью как коммуникационных практик; технологии рекламы и связей с общественностью. .	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

Компетенции	Критерии	Показатели
	Уметь: применять закономерности и модели теории коммуникации при анализе технологий рекламы и связей с общественностью	Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.
	Владеть: навыками анализа тенденций рекламной и PR-коммуникации.	Владеет исследовательскими методами анализа рекламных и пиар-коммуникаций

Шкала оценивания при проведении промежуточной аттестации:

«Отлично» ставится, если обучающийся демонстрирует глубокие знания в области рассматриваемой темы и умение уверенно применять их на практике при решении ситуационных задач. Отвечая на вопрос, обучающийся приводит примеры, аргументирует собственную позицию. Излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

«Хорошо» ставится, если обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

«Удовлетворительно» ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести собственные примеры; излагает материал непоследовательно и допускает незначительные речевые ошибки.

«Неудовлетворительно» ставится, если обучающийся обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажает их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

9.6 Типовые контрольные задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам обучения по дисциплине (модулю)

Примерный перечень контрольных вопросов и задания для проведения текущего контроля успеваемости по лекционным темам

Тема 1 Концепция интегрированных коммуникаций

Вопросы:

1. Понятие «интегрированные коммуникации»
2. Понятие «интегрированные маркетинговые коммуникации»

3. Структура интегрированных коммуникаций
4. Сущность интегрированного подхода к изучению коммуникационной деятельности

Тема 2 Связи с общественностью как научная дисциплина и сфера профессиональной деятельности

Вопросы:

1. Понятие «связи с общественностью»
2. Понятие «реклама»
3. Понятие и виды целевых аудиторий
4. Основные направления пиар-деятельности
5. Принципы пиар-деятельности

Тема 3 Профессиональные организации и ассоциации в связях с общественностью

Вопросы:

1. Направления деятельности и функции профессиональных пиар-организаций и ассоциаций
2. Структура профессиональных пиар-организаций и ассоциаций
3. Международные профессиональные пиар-организации и ассоциации
4. Российские профессиональные пиар-организации и ассоциации
5. Этические кодексы в сфере связей с общественностью

Тема 4 Планирование коммуникационной деятельности

Вопросы:

1. Планирование пиар-кампании
2. Планирование рекламной кампании
3. Целевые аудитории рекламной и пиар-кампаний
4. Программа коммуникационной деятельности

Тема 5 Взаимодействие со СМИ как направление PR-деятельности

Вопросы:

1. Этапы планирования коммуникационной деятельности
2. Виды пиар-программ
3. Структура коммуникационной программы (пиар-программы)
4. Этапы разработки коммуникационной программы

Тема 6 Виды PR-мероприятий

Вопросы:

1. Виды мероприятий для СМИ
2. Пресс-конференция и брифинг: характеристика, назначение
3. Особенности и этапы проведения пресс-тура
4. Презентация: назначение, особенности подготовки и проведения

5. Специальные пиар-мероприятия
6. Корпоративные пиар-мероприятия

Тема 7 Классификация PR-документов

Вопросы:

1. Виды пиар-документов
2. Виды медиа-документов
3. Пресс-релиз: виды, назначение, содержание
4. Характеристика оперативных пиар-документов
5. Характеристика корпоративных пиар-документов

Примерные теоретические вопросы, выносимые на зачет

1. Связи с общественностью как научная дисциплина и сфера профессиональной деятельности
2. Понятия «связи с общественностью» и «реклама»
3. Интегрированные коммуникации: понятие, общая характеристика
4. История возникновения и основные этапы развития связей с общественностью
5. Основные принципы пиар-деятельности
6. Этические кодексы в связях с общественностью
7. Профессиональные организации и ассоциации в связях с общественностью
8. Понятие «целевые аудитории» в связях с общественностью. Виды целевых аудиторий
9. Планирование пиар-деятельности: основные подходы, этапы планирования
10. Программа коммуникационной деятельности: понятие, классификация программ
11. Основные этапы разработки и реализации программы пиар-деятельности
12. Структура и содержание программы пиар-деятельности.
13. Принципы взаимодействия со СМИ в практике связей с общественностью
14. Взаимодействие со СМИ (медиаарилейшенз): основные направления деятельности
15. Виды пиар-мероприятий: общая характеристика
16. Виды мероприятий для СМИ и журналистов: общая характеристика
17. Пресс-конференция и брифинг как основные медиа-мероприятия.
18. Пресс-тур: понятие, характеристика, особенности подготовки и проведения
19. Презентация: понятие, характеристика, особенности подготовки и проведения
20. Профессиональные конкурсы для журналистов как медиа-мероприятие.

21. Специальные пиар-мероприятия: виды, назначение
22. Корпоративные пиар-мероприятия: виды, назначение
23. Виды пиар-документов: общая характеристика
24. Виды документов для журналистов и СМИ
25. Виды текстов, предназначенных для распространения в СМИ
26. Виды текстов, предназначенных для непосредственной публикации в СМИ
27. Пресс-релиз как медиа-текст: виды, структура и содержание.
28. Оперативные пиар-документы: виды, назначение
29. Виды и характеристика пиар-агентств
30. Структура корпоративного отдела по связям с общественностью
31. Методы оценки эффективности пиар-деятельности

Типовые задачи для проведения промежуточной аттестации

Задача 1

Изучите материал, размещенный на официальном сайте какой-либо профессиональной пиар-организации (ассоциации). На основе изученной информации определите целевые аудитории данной организации, ее функции, основные направления деятельности.

Задача 2

Вы входите в рабочую группу, занимающуюся пиар-сопровождением проекта «Содействие сохранению экологической системы озера Байкал». Разработайте проект пиар-программы, направленной на информационную поддержку данного проекта.

Задача 3

Выберите пример какого-либо СМИ (газета, журнал, информагентство). Проанализировав его содержание, определите:

- к каким жанрам относятся медиа-тексты в данном СМИ,
- какие характерные особенности им присущи,
- для каких целевых аудиторий они предназначены.

Задача 4

На основе материалов сайта какой-либо выбранной организации (государственной или коммерческой), составьте тексты следующих пиар-документов:

- пресс-релиз-анонс,
- итоговый пресс-релиз,
- заявление для прессы,
- корпоративный пресс-релиз.

10. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо внимательно ознакомиться с тематическим планом занятий и списком рекомендованной литературы. Также ему следует уяснить, что уровень и глубина усвоения дисциплины зависят от активной и систематической работы на лекциях и практических занятиях. Также в этом процессе важное значение имеет самостоятельная работа, направленная на вовлечение обучающегося в самостоятельную познавательную деятельность и формирование у него методов организации такой деятельности с целью формирования самостоятельности мышления, способностей к профессиональному саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации в современных условиях.

Основными видами аудиторной работы студентов являются лекции. В ходе лекции преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия, а также соответствующие теоретические и практические проблемы, дает задания и рекомендации, указания по выполнению обучающимся самостоятельной работы.

Задачами лекций являются:

- ознакомление обучающихся с целями, задачами и структурой дисциплины, ее местом в системе наук и связями с другими дисциплинами;
- краткое, но по существу, изложение комплекса основных научных понятий, подходов, методов, принципов данной дисциплины;
- краткое изложение наиболее существенных положений, раскрытие особенно сложных, актуальных вопросов, освещение дискуссионных проблем;
- определение перспективных направлений дальнейшего развития научного знания в данной области.

Темы лекций и рассматриваемые в ходе их вопросы приведены в п. 5.3.

Значимым фактором полноценной и плодотворной работы обучающегося на лекции является культура ведения конспекта. Принципиально неверным, но получившим в наше время достаточно широкое распространение, является отношение к лекции как к «диктанту», который обучающийся может аккуратно и дословно записать. Слушая лекцию, необходимо научиться выделять и фиксировать ее ключевые моменты, записывая их более четко и выделяя каким-либо способом из общего текста.

Полезно применять какую-либо удобную систему сокращений и условных обозначений. Применение такой системы поможет значительно ускорить процесс записи лекции. Конспект лекции предпочтительно писать в одной тетради, а не на отдельных листках, которые потом могут затеряться. Рекомендуются в конспекте лекций оставлять свободные места, или поля, например, для того, чтобы была возможность записи необходимой информации при работе над материалами лекций.

При ведении конспекта лекции необходимо четко фиксировать рубрикацию материала – разграничение разделов, тем, вопросов, параграфов и т. п.

Обязательно следует делать специальные пометки, например, в случаях, когда какое-либо определение, положение, вывод остались неясными, сомнительными. Иногда обучающийся не успевает записать важную информацию в конспект. Тогда необходимо сделать соответствующие пометки в тексте, чтобы не забыть, восполнить эту информацию в дальнейшем.

Качественно сделанный конспект лекций поможет обучающемуся в процессе самостоятельной работы и при подготовке к промежуточной аттестации.

Отсутствие студента на занятиях или его неактивное участие в них может быть компенсировано самостоятельным выполнением дополнительных заданий и представлением их на проверку преподавателю в установленные им сроки.

В современных условиях перед студентом стоит важная задача – научиться работать с массивами информации. Обучающимся необходимо развивать в себе способность и потребность использовать доступные информационные возможности и ресурсы для поиска нового знания и его распространения. Обучающимся необходимо научиться управлять своей исследовательской и познавательной деятельностью в системе «информация – знание – информация». Прежде всего, для достижения этой цели, в вузе организуется самостоятельная работа обучающихся. Кроме того, современное обучение предполагает, что существенную часть времени в освоении учебной дисциплины обучающийся проводит самостоятельно. Принято считать, что такой метод обучения должен способствовать творческому овладению обучающимися специальными знаниями и навыками.

Самостоятельная работа обучающегося весьма многообразна и содержательна. Она включает следующие виды занятий:

- самостоятельный поиск, анализ информации и проработка учебного материала;
- подготовку к устному опросу (перечень типовых вопросов для текущего контроля в п. 9.6).

Систематичность занятий предполагает равномерное распределение объема работы в течение всего предусмотренного учебным планом срока овладения дисциплиной. Такой подход позволяет избежать дефицита времени, перегрузок, спешки и т. п. в завершающий период изучения дисциплины. Последовательность работы означает преемственность и логику в овладении знаниями по дисциплине. Данный принцип изначально заложен в учебном плане при определении очередности изучения дисциплин. Аналогичный подход применяется при определении последовательности в изучении тем дисциплины. Завершающим этапом самостоятельной работы

является подготовка к промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины, предполагающая интеграцию и систематизацию всех полученных при изучении учебной дисциплины знаний.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины позволяет определить уровень освоения обучающимся компетенций за период изучения данной дисциплины. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины предполагает ответы на 3 теоретических вопроса из перечня вопросов, вынесенных на аттестацию.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры №1 «Философии и социальных коммуникаций» « 5 » апреля 2024 года, протокол № 10.

Разработчики:

к.с.н.  Л.Н. Таджикова

Заведующий кафедрой № 1:

к.ф.н., доцент  Н.Ю. Куценко

Программа согласована:

Руководитель ОПОП ВО

к.ф.н., доцент  Н.Ю. Куценко

Программа рассмотрена и согласована на Заседании Учебно-методического совета Университета « 17 » апреля 2024 г., протокол № 4.